

RÉPUBLIQUE DU CAMEROUN
Paix-Travail-Patrie

UNIVERSITÉ DE YAOUNDÉ I
FACULTÉ DES ARTS, LETTRES ET
SCIENCES HUMAINES

CENTRE DE RECHERCHE ET DE
FORMATION DOCTORALES EN
ARTS, LANGUES ET CULTURES

UNITÉ DE RECHERCHE ET DE
FORMATION DOCTORALES EN
LANGUES ET LITTÉRATURES

DÉPARTEMENT DE FRANÇAIS



REPUBLIC OF CAMEROON
Peace-Work- Fatherland

THE UNIVERSITY OF YAOUNDE I
FACULTY OF ARTS, LETTERS AND
SOCIAL SCIENCES

POST GRADUATE SCHOOL FOR
ARTS, LANGUAGES AND CULTURES

DOCTORAL RESEARCH UNIT FOR
LANGUAGES AND LITERATURES

FRENCH DEPARTMENT

LES CAMPAGNES D'ÉVANGÉLISATION DES ÉGLISES
DITES DE REVEIL Á YAOUNDE :
JEUX ET ENJEUX RHETORICO-PRAGMATIQUES

Mémoire présenté en vue de l'obtention du diplôme de MASTER

Spécialité : Langue française

Option : Analyse de discours

par

Julie Sorelle MADZO

Licenciée ès Lettres modernes françaises

sous la direction de

Venant ELOUNDOU ELOUNDOU

Maître de Conférences- HDR

Année académique 2023-2024



DÉDICACE

À

mes parents Alexis Tagoui et Caroline Tagoui,
merci tendrement pour l'affection et les sacrifices consentis

REMERCIEMENTS

Le présent travail est le produit d'un effort collectif. À cet effet, nous remercions notre directeur de travaux, le Professeur Venant ELOUNDOU ELOUNDOU, pour son encadrement intellectuel, sa documentation, ses remarques, sa disponibilité, ses orientations scientifiques et ses conseils qui nous ont permis de réaliser ce travail.

Notre pensée va également à l'endroit de tous les enseignants du Département de français de la FALSH pour leurs multiples enseignements et conseils qu'ils nous ont dispensés.

Notre gratitude va également à l'endroit de mes frères et sœurs Severin KENGNE, Nadine MAACHE, Yvan MBAH, Leslye MADJOU, Ange DJOUKA, Alexia Inesse MAPOULA pour leur soutien multiforme.

Nos remerciements vont aussi à l'endroit de Léon NANGA MESSINA et Germaine AISSATOU, pour leur soutien, leurs conseils et leurs encouragements.

Merci à Gilles Patrick TOUSSE TAZOUA, Jules FODOUOP et Olivier TENE OUAFFO pour l'assistance morale, financière et matérielle.

Une pensée particulièrement à nos amis Landry Igor KEMTE, Moustafa Moumié PETCHANGOU, Boris MANDARA, Kloran SARDOU, Solange MENDOMO, Bertrice FAYA KONGNE, Amédée ZOBO MBAYIM, Raïssa Gaëlle MABAH TCHENDJOU et Irène POUGHELA NOUGANG, pour leur soutien pluridimensionnel.

Que tous ceux dont les noms ne figurent pas sur cette liste ne trouvent pas en cela l'expression de notre ingratitude, mais qu'ils considèrent que nous ne saurions donner une liste exhaustive de remerciements. Nous leur sommes reconnaissante au même titre que ceux qui ont été cités.

RESUMÉ

Notre objectif dans ce travail de recherche est d'étudier les discours de campagnes d'évangélisation afin de montrer leur potentiel impact sur les récepteurs. En s'appuyant sur la théorie sociopragmatique associée à la démarche empirico-inductive, ce travail intitulé : *Les campagnes d'évangélisation des églises dites de réveil à Yaoundé : jeux et enjeux rhétorico-pragmatiques*, met en avant le fonctionnement rhétorique et pragmatique des discours d'évangélisation dans la ville de Yaoundé. Après avoir scruté tour à tour les repères théorico-méthodologiques, le fonctionnement rhétorico-pragmatiques desdits discours et leur rendement théorique et pragmatique, nous avons abouti à la conclusion selon laquelle les discours des campagnes d'évangélisation ne sont pas fortuits. Ils cherchent à transmettre un message spécifique et à convaincre le public de la vérité des doctrines qu'ils véhiculent. Cette façon de communiquer est animée par plusieurs intentions comme celles d'évangéliser, d'enseigner, de convertir les non-croyants, sensibiliser à une cause, renforcer la foi des croyants. Les intentions à leur tour sont mises en œuvre par diverses stratégies discursives dotées des visions du monde et des croyances des pensées venant des structures sociales bien précises. Tous ces mécanismes mis en mots au travers des éléments rhétoriques et pragmatiques visent à agir sur les lecteurs. Ce travail vient ainsi à étayer la compréhension du fonctionnement rhétorique et pragmatique des discours d'évangélisation dans un contexte de diversités sociales, culturelles, religieuses, spirituelle, etc.

Mots clés : sociopragmatique, interaction, persuasion, conviction, rhétorique, actes de langage.

ABSTRACT

Our objective in this research work is to study the discourse of evangelization campaigns in order to show their impact on the receivers. Based on the sociopragmatic theory associated with the empirical-inductive approach, this work entitled: *Adversing Discourses of Evangelism Campaings in Yaounde: Rhetorical and Pragmatic Games and implications*. highlights the rhetorical and pragmatic functioning of evangelization discourse. After having scrutinized in turn the theoretical-methodological references, the rhetorical-pragmatic functioning of the said discourses and their theoretical and pragmatic performance, we have come to the conclusion that the discourses of evangelization campaigns are not accidental. They participate in a desire to communicate. They seek to convey a specific message and convince the public of the truth of the doctrines they convey. This way of communicating is animated by several intentions such as those of evangelizing, teaching, converting non-believers, raising awareness of a cause, strengthening the faith of believers. The intentions in turn are implemented by various discursive strategies endowed with worldviews and beliefs of thoughts coming from very specific social structures. All these mechanisms adopted through rhetorical and pragmatic elements aim to act on readers. This work thus supports the understanding of the rhetorical and pragmatic functioning of evangelization discourses in a context of social, cultural, religious, spiritual diversities, etc.

Key words: sociopragmatic, interaction, persuasion, conviction, rhetoric, speech acts, discourse.

LISTE DES ABRÉVIATIONS, A CRONYMES ET SIGLES

COVID-19 :	Corona Virus Disease discover in 2019
INS :	Institut national de la statistique
PIB :	Produit Intérieur Brut
VIH/SIDA :	Virus de l'Immunodéficience Humaine /Syndrome d'Immuno Déficience Acquise
PS :	Psaume

INTRODUCTION GÉNÉRALE

0.1. Présentation du sujet

La résurgence du religieux au cœur de la vie publique et politique à Yaoundé, comme partout au Cameroun, s'inscrit dans un registre que Kepel (2012 : 123) a qualifié de « revanche de Dieu ». La liberté d'association et le vent de démocratie des années 1990 au Cameroun ont ouvert la voie à un pluralisme religieux qui a surfé sur un ensemble de terreau fertile pour prospérer. Le dynamisme de ces églises est à Yaoundé comme ailleurs remarquable. Ce ne sont pas moins d'une dizaine de nouveaux groupes qui voient le jour chaque année dans la ville. Ces nouvelles églises composent un paysage religieux contrasté, avec souvent guère plus de dix membres à leur début et plusieurs centaines voire quelques milliers, lorsqu'elles sont instituées. La question de la liberté religieuse est aujourd'hui au cœur des droits fondamentaux. Parce qu'elle concerne l'individu et la collectivité, elle préoccupe aussi bien les États que la société internationale. Ainsi, selon l'article 18 de la Déclaration universelle des droits de l'Homme, la liberté d'expression est une forme d'expression de la liberté de conscience et de pensée. Sous cet angle, la liberté de culte est synonyme de liberté de religion et de liberté de croyance. Elle s'appréhende comme la liberté de laissée à chaque individu d'orienter sa conviction religieuse selon son choix ou de décider de ne pratiquer aucune religion. De ce fait, la liberté de culte est une indépendance morale et religieuse prévue dans la constitution.

Une étude sur le fonctionnement rhétorique et pragmatique des messages inscrits sur une atomisation des lieux culturels, les terminus, les carrefours urbains, les automobiles de transport participe sans doute de la sociolinguistique interactionnelle. Cette étude que nous avons entreprise subséquentement émerge dans un environnement urbain. Il s'agit précisément de la grande ville camerounaise de Yaoundé. L'objet de notre recherche dans cette ville est le discours des campagnes d'évangélisation.

En effet, la ville constituant ainsi un espace qui offre un spectacle grandiose du fonctionnement social du langage et de la langue. Elle devient, à travers ses événements et populations, le lieu par excellence des études sociolinguistiques. Noah Mbede (2010 : 35) déclare à cet effet qu'

Avec des foules, ses effets de lumière et d'espace, la ville crée une envie de corporatisme des citoyens et une attirance, pour les non-citadins ; avec des activités qui relèvent tantôt du narcissisme, tantôt de l'exhibitionnisme : les manifs (des marches de revendication), des sit-in, des Streets dance, des écritures sur les murs (graffitis, tags), des affiches sur les murs, et sur les automobiles. Tout un art de la rue.

La crise économique, facteurs socioculturels et religieux, paramètres éthiques et sociolinguistiques sont autant d'éléments sociaux qui caractérisent les discours

d'évangélisation. Les stratégies argumentatives étant ainsi un ensemble d'éléments utilisés par le locuteur pour persuader ou convaincre le public.

D'après Perelman, (1970 : 5), ce sont des « techniques discursives permettant de provoquer ou d'accroître l'adhésion des esprits aux thèses qu'on présente à leur assentiment ». En effet, dans la rhétorique ancienne, ces procédés étaient liés à la notion d'invention. Le plus important pour lui était de bien les disposer, les agencer dans la logique cohérente afin de persuader l'auditoire. Ainsi, Aristote distingue plusieurs types de procédés appelés preuves techniques et preuves extra-techniques.

Dès lors, notre travail relève d'un contexte urbain, avec des supports d'une panoplie de messages, d'où le thème : *Les campagnes d'évangélisation des églises dites de réveil à Yaoundé : jeux et enjeux rhétorico- pragmatiques* mettant en évidence une double fonction de communication à savoir la fonction persuasive et la fonction de communication. Cette analyse se fonde sur un corpus donnant lieu à un objet d'étude portant sur les jeux rhétoriques et les enjeux pragmatiques. Les campagnes d'évangélisation sont souvent accompagnées de discours publicitaires visant à convaincre le public de rejoindre une religion particulière. Ces discours publicitaires utilisent une variété de techniques rhétoriques pour atteindre le public. Les jeux rhétoriques sont ainsi utilisés pour rendre le message plus attractif et convaincant. Par ailleurs, nous avons voulu appréhender un certain nombre d'outils d'analyse, utiles pour la maîtrise de notre corpus afin de voir comment les jeux et enjeux rhétorico-pragmatiques rendent vivaces les discours publicitaires des campagnes d'évangélisation.

0.2. Présentation du corpus

Le corpus dans lequel nous allons mener notre étude s'intitule : *Les campagnes d'évangélisation des églises dites de réveil à yaoundé : jeux et enjeux rhétorico-pragmatiques*. En effet, le corpus est selon Hunston (2002 : 1) « une collection de textes ou d'enregistrements sonores, rassemblés et organisés en vue d'une analyse linguistique ». Étant donné l'ampleur de notre sujet, notre corpus s'est avéré suffisant du moment où il comporte tous les éléments nécessaires pour cette étude. Il est en effet constitué d'un ensemble des images sur une même situation de communication où les locuteurs ont tous une visée pragmatique.

Le corpus de ce travail de recherche est donc constitué des discours des affiches publicitaires en rapport avec les discours d'évangélisation. Notre corpus laisse observer que certains usages des images publicitaires, souvent présentés comme traits caractéristiques des enjeux pratiques qui tendent à se généraliser. Notre corpus est donc considéré comme un

élément de la dynamique linguistique qui nous a permis de décrire les particularités observées au niveau des affiches publicitaires. Ainsi, les motivations méritent d'être précisées.

0.3. Motivation et justification de l'étude

Le choix de notre sujet sur les campagnes des discours d'évangélisation comme thème de notre recherche se justifie par des raisons diverses. D'une part, la motivation de notre sujet réside dans le constat fait par le pouvoir des mots. Ceux-ci ne sont pas utilisés pour communiquer mais pour agir sur l'autre. Ils visent toujours soit à changer une idée, soit à modifier un comportement. Étudier ces discours revient ainsi à analyser le fonctionnement des phénomènes linguistiques dans leurs productions réelles, leurs diversités et leurs variations qui s'accompagnent sans doute d'un ensemble de visions sociales et de stratégies discursives. Vion (1982 : 27) écrit à cet effet : « travailler sur le langage et sur l'interaction conduit nécessairement aux catégories du sujet parlant et du social ».

Avoir choisi de travailler sur les discours d'évangélisation se justifierait alors par le fait que ces discours représentent une nouvelle forme d'expression qui était presque impossible dans les années antérieures parallèlement aux modes classiques à savoir : la presse, la télévision, internet, etc. C'est un phénomène qui va grandissant et surtout régi par les lois. Son dynamisme dans nos villes pourrait susciter des analyses tant rhétoriques que pragmatiques.

L'élaboration de notre sujet n'a pas été ex-nihilo. Elle tient d'un constat que nous avons fait sur les sites publicitaires à Yaoundé. Ces formes publicitaires sont porteuses d'une multitude de discours dynamiques. C'est ce foisonnement de messages ainsi que leur dynamique qui ont suscité ce travail. Étudier les discours publicitaires des campagnes d'évangélisation revient ainsi à analyser le fonctionnement des phénomènes linguistiques dans leurs productions réelles, leurs diversités et leurs variations qui s'accompagnent sans doute d'un ensemble de visions sociales et de stratégies discursives. Il convient de préciser l'état de la question.

0.4. État de la question

L'étude de l'urbanité sociolinguistique est récente au Cameroun. Plusieurs études sociolinguistiques ont été faites sur la publicité et la presse, mais les discours d'évangélisation qui fondent ce travail ne connaissent pas encore de nombreuses analyses. Perelman et Tyteca (1970 :17) pensent qu'« au sein d'un discours persuasif, toutes les parties d'un discours peuvent avoir une valeur argumentative ». À cet effet, ils affirment que : « pour discerner

l'usage argumentatif d'un terme, il est important de connaître les mots ou expressions dont l'orateur aurait pu se servir et auxquels il a préféré le mot utilisé ».

Au regard de ces travaux, il convient de dire que ce travail fait partie des premiers mémoires qui proposent une étude sociopragmatique des discours des campagnes d'évangélisation en contexte camerounais. Mais l'interrogation qui surgit est celle de savoir où réside le problème scientifique et quelle est la question de recherche.

Le présent sujet part d'un constat qui fait jaillir un problème scientifique et une question de recherche précise. Le constat est que dans la ville de Yaoundé, les affiches sont porteuses d'une multitude de messages variés. Il se heurte à une multiplicité d'emploi de signe et à ses diverses interprétations par la cible. Ces discours font l'objet d'une grande attention à cause des grandes affiches qui couvrent toute la ville. Il convient de préciser la problématique de la recherche.

Jean-Marie Mbassi-Manga (2002) analyse les stratégies discursives utilisées par les évangélistes camerounais pour convaincre leur auditoire. Il met notamment en évidence l'importance de la langue locale, de la mise en scène et de l'émotion dans le discours d'évangélisation.

Emmanuel Ndoumbe (2010) s'appuie sur des corpus des discours d'évangélisation en français et en langue locale pour analyser les stratégies discursives utilisées par les évangélistes camerounais pour convaincre leur auditoire. Il met en exergue l'utilisation de l'argumentation, de la persuasion et de l'appel à l'émotion dans les discours d'évangélisation.

Jean-Paul Kouega (2012), s'intéresse aux procédés rhétoriques utilisés par les évangélistes camerounais pour convaincre leur auditoire. Il met en relief l'utilisation de l'analogie, de la métaphore et de la personnification dans le discours d'évangélisation.

Venant Eloundou Eloundou (2014), dans son article *plurilingue en milieu religieux urbain : jeux et enjeux* examine le rôle du plurilinguisme dans les milieux religieux urbains au Cameroun. L'auteur s'intéresse notamment aux stratégies de communication et d'identité déployées par les acteurs religieux dans ce contexte. L'auteur identifie trois types de communication par ces acteurs : la stratégie de la traduction, de l'alternance codique et de l'affirmation. Ce qui favorise la communication, l'inclusion et la diversité.

Jean-Claude Ebodeck (2015), présente les effets du discours d'évangélisation sur les auteurs. Il présente l'importance de l'identification, de la persuasion et de la transformation dans les discours de campagne d'évangélisation.

Au final, nous nous proposons d'étudier les discours publicitaires des campagnes d'évangélisation. Ces discours sont truffés de stratégies rhétorico-pragmatiques. Nous insisterons en plus sur les valeurs rhétoriques et aux effets pragmatiques desdits stratégies dans leur valeur persuasive.

Avoir choisi de travailler sur les discours d'évangélisation se justifierait alors par le fait que ces discours représentent une nouvelle forme d'expression classique. C'est un phénomène qui va grandissant et surtout régi par les lois. Son degré de dynamisme dans nos villes pourrait susciter des analyses tant sociolinguistiques que pragmatique. Nous insisterons en plus sur les valeurs rhétoriques et aux effets pragmatiques desdits stratégies dans leur valeur persuasive. Le problème de recherche reste encore à explorer.

0.5. La problématique de la recherche

Le présent sujet dérive d'un constat selon lequel dans la ville de Yaoundé, les affiches sont porteuses d'une multitude de messages variés. Il se heurte à une multitude d'emploi de signe et à ses diverses interprétations par la cible. Ce constat fait jaillir un problème scientifique et une question de recherche centrale.

Compte tenu de ce constat, il se pose le problème du fonctionnement rhétorique et pragmatique des discours des campagnes d'évangélisation dans le contexte de diversité sociolinguistique. Comme dit Beaud (1999 : 11), « il n'y a pas de recherches sans questionnement ». D'où la question centrale suivante : Quels sont les procédés énonciatifs mobilisés par les annonceurs pour atteindre leur objectif ? Autrement dit, quels sont les composantes rhétorico-pragmatiques des discours de campagne d'évangélisation ? Quel est le rendement rhétorique de ces discours ?

Les questions de recherches posées ci-dessus nous permettent de déterminer quelques objectifs de cette étude.

De ce travail qui fonde notre travail découle les interrogations secondaires : quels sont les paramètres socioculturels et religieux ? Quel cadre théorie et méthodologique pourrait nous guider dans une telle étude ? Quels sont les types de discours rhétoriques et les preuves ? Quelle est la composante énonciative et argumentative des discours ? Quels sont les enjeux rhétoriques des discours d'évangélisation ? Quelles sont les visées discursives des discours d'évangélisation ?

Les questions de recherches posées ci-dessus nous permettront de déterminer quelques objectifs qui conduiront notre étude à sa réalisation effective.

0.6. Objectifs de recherche

Comme tout travail de recherche, cette étude des discours de campagne d'évangélisation voudrait atteindre certains objectifs scientifiques. Le principal objectif de notre travail est de parvenir à montrer que les discours publicitaires des campagnes d'évangélisation ne sont pas fortuits. Ces discours ne sont pas seulement utilisés pour communiquer mais pour agir sur l'autre. À ce titre, Baylon et Fabre (1990 :15) précisent-ils « avec la langue, on peut en effet, accomplir une multitude d'actions si nombreuses que nul n'en a établi une liste complète : décrire, interroger, pardonner... ». Ces discours s'inscriraient donc dans l'une de ces fonctions de la communication en rapport avec le contexte parce que « communiquer revient à transmettre un message. Le langage ne serait qu'un outil de communication véhiculant une expérience non linguistique déjà performée en dehors de lui » Vion (1982 :81).

En outre, nous voulons montrer la diversité et la variation sociolinguistique de ces discours de campagnes d'évangélisation, dégager les différentes stratégies discursives ainsi que les stratégies rhétorico-pragmatiques qui sous-tendent les messages des campagnes d'évangélisation ferait tout de même partie de nos objectifs. Proposer une analyse qui tient compte de la compétitivité sociale dans l'étude des événements discursifs dans leurs visées pragmatiques qui résume nos objectifs, car nous voulons montrer que les discours des campagnes d'évangélisation sont animés d'une envie de communiquer, d'agir sur l'autre, de convaincre le public à adopter une croyance religieuse et de se joindre à une communauté religieuse au moyen de la parole écrite dans un rapport étroit avec le contexte social. Parvenir à de tels objectifs nécessite une canalisation théorique et méthodologique correspondant au domaine de l'étude et à sa problématique.

0.7. Cadre théorique et méthodologique

Avant de procéder à la présentation détaillée du cadre théorique et méthodologique de notre travail, il convient d'abord d'en donner un aperçu. Le cadre théorique selon Muchielli (2009 : 16) est : « l'ensemble des éléments conceptuels nécessaire à la formulation technique du problème [...] il est l'outil qui permettra d'organiser la collecte des données porteuses de sens, en réponse aux questions de la recherche et d'ébaucher des interprétations fécondes des résultats de l'analyse ».

Entamer une étude scientifique nécessite alors une orientation conceptuelle et méthodologique qui puisse conduire les analyses vers les résultats pertinents. Le cadre théorique et méthodologique relève d'un domaine d'étude bien précis. Ce travail s'inscrit évidemment dans le champ de l'analyse du discours parce qu'il traite de la manière dont ces

discours utilisent les stratégies de communication, les techniques de persuasion et les références culturelles pour promouvoir la religion et attirer un public. C'est une étude qui part d'une observation pour aboutir à des descriptions et des explications qui s'inscrivent dans un cadre théoriques précis.

Cette étude s'inscrit dans le domaine de l'interaction en général car, les observables recueillies nous donnent à croire avec Kerbrat-Orecchioni (1990 : 14) que « tout énoncé même monogal, est ainsi virtuellement dialogal. (...). Tous les actes de langage sont intrinsèquement censés solliciter une réponse, ou du moins une réaction » puisqu'elles sont élaborées pour mettre en avant l'idée que la communication est essentiellement dialogique et implique une interaction entre les locuteurs. Ces deux instances sont appelées, « inter actants » qui « exercent les uns sur les autres un réseau d'influences mutuelles ». Kerbrat-Orecchioni (1990 : 17). Elle souligne l'importance de la compréhension mutuelle et de l'adaptation dans la communication, et que chaque acte de langage est conçu pour susciter une réponse ou une réaction de la part de l'interlocuteur.

Nous avons, pour notre travail, adopté la sociopragmatique comme cadre théorique dans ses perspectives interactionnistes et des actes de langage.

La sociopragmatique intervient dans une étude pareille pour cette raison donnée par Gwénohé Fortin, (2007 : 109) « le principe épistémologique central de l'approche sociopragmatique en science du langage [...], c'est de s'intéresser aux faits langagiers dans leurs relations avec leurs contextes réels d'existence ». Autrement dit, la sociopragmatique donne de saisir les manifestations langagières dans leurs contexte réel d'émergence. Cette approche rime ainsi avec notre démarche fondamentale de recherche qui consiste à observer et relever les faits langagiers que sont les écrits des campagnes d'évangélisation dans leur contexte réel d'existence à savoir : les panneaux publicitaires, les tracs, les banderoles dans la ville de Yaoundé.

La sociopragmatique comme cadre principal de ce travail devra se mouvoir à partir de la perspective interactionniste et des actes de langage. La perspective interactionniste intervient dans la mesure où les discours publicitaires des campagnes d'évangélisation relèvent d'un ensemble d'interactions. L'interaction est même le socle de ces messages, car les différents émetteurs (interactants) de ces discours sont engagés dans une entreprise de construction d'une réalité partagée. Claude Chabrol (2007 : 198) peut donc dire que l'interaction, « D'un point de vue dynamique, est le processus par lequel les acteurs sociaux contribuent à la construction d'une réalité sociale et physique commune et se constituent comme sujets en élaborant mutuellement leur identité sociale et personnelle ».

À la suite du cadre théorique, il est judicieux de présenter le cadre méthodologique que nous adoptons pour cette étude.

Le cadre méthodologique de ce travail s'appuie sur trois éléments essentiels. Il s'agit de la démarche d'analyse empirico-inductive, le traitement qualitatif des données et la collecte des données.

La démarche empirico-inductive se justifie par le fait que notre recherche part d'une observation aboutissant à une collecte des données. Les données recueillies, nous passons aux traitements qualitatifs et quantitatifs afin d'aboutir à des conclusions scientifiques. C'est donc une démarche qui se développe à partir des faits réels, d'un traitement de ces faits pour enfin parvenir aux inductions vérifiables et fiables.

Le traitement qualitatif intervient parce que nous voulons asseoir notre travail sur des bases crédibles et authentiques. Gumperz (1989 : 135) déclare qu'« on suppose que l'information brute, extraite de son contexte, doit être sélectionnée et recodée avant de pouvoir servir aux généralisations des linguistes ». Le traitement quantitatif est privilégié au fait que nous allons quantifier les occurrences des discours des campagnes d'évangélisation pour analyser quelques-unes qui sont pertinentes.

Enfin, la collecte des données reste la première démarche de notre travail étant donné que tout le travail dépend d'elle. Cette collecte des données consiste à relever les différents discours inscrits sur les panneaux publicitaires, les tracs, les banderoles dans les rues de Yaoundé avec un appareil photographique dans une période allant de Juin 2021 à Mai 2023. Son importance dans cette étude est évidente, vu que c'est elle qui fonde même la recherche.

Le cadre méthodologique déjà été fait, Il est donc judicieux de présenter le plan d'étude.

0.8. Plan de l'étude

Notre analyse porte sur trois parties subdivisées en deux chapitres chacun.

La première partie intitulée « **Présentation du contexte d'émergence des annonces d'évangélisation et repères théorico-méthodologiques** » met en évidence les indicateurs socioculturels et religieux et le cadre théorique et méthodologique.

Le premier chapitre qui porte sur « **Les indicateurs socioculturels et religieux du Cameroun** ». Il permet d'évaluer les différents aspects de la vie sociale, culturelle et religieuse de ce pays. Ce chapitre s'attèle à étudier le contexte de crise multiforme et les paramètres socioreligieux.

Le deuxième chapitre nommé « **Approches théoriques et méthodologiques du travail** » nous permettra de cerner l'outil théorique et méthodologique pour ce travail de recherche.

La deuxième partie quant à elle tient lieu d'« **Composante rhétorico-pragmatique des discours de campagne d'évangélisation** ». Elle met l'accent sur le fonctionnement rhétorique et pragmatique des annonces des événements d'évangélisation. Dès lors, le chapitre trois qui porte sur « **L'inscription des discours de campagne d'évangélisation dans la rhétorique classique** » s'attardera à analyser les ressources de l'art oratoire et des preuves.

Le quatrième chapitre portant sur « **Composante énonciative et argumentative des discours de campagne d'évangélisation** ». Il entraxe sur les faits de polyphonie, les types d'arguments et les actes de langages.

La troisième partie parle « **Rendement rhétorique et pragmatique des discours de campagne d'évangélisation** ». Il sera question de mettre en exergue les enjeux rhétoriques et les visées pragmatiques des discours décrits dans la deuxième partie.

Le chapitre cinq qui porte sur « **Les enjeux rhétoriques du discours de campagne d'évangélisation** » met en évidence la rhétorique discursive à travers des techniques persuasives.

Le chapitre six portant sur « **Les visées pragmatiques des discours de campagne d'évangélisation** » quant à lui, vise à se focaliser sur les objectifs visés par les énonciateurs à partir des actes de langage.

**PREMIÈRE PARTIE : PRÉSENTATION DU CONTEXTE
D'ÉMERGENCE ET REPÈRES THÉORICO-
MÉTHODOLOGIQUES DES DISCOURS
D'ÉVANGÉLISATION**

Introduction de la première partie

Lorsqu'on aborde la question des discours d'évangélisation, on est frappé par sa complexité. En effet, il implique plusieurs disciplines notamment la philosophie, la sociologie des religions, la psychologie sociale, l'anthropologie culturelle, et les sciences du langage. Ces disciplines permettent d'analyser les différents aspects des discours d'évangélisation, tels que leur structure, leur contenu, leur contexte socio-culturel et leur impact sur les destinataires. L'évangélisation est un processus de transmission de la foi chrétienne qui a émergé dès les premiers temps du christianisme. Les discours d'évangélisation ont donc une longue histoire et ont évolué au fil du temps pour s'adapter aux différents contextes culturels et sociaux dans lesquels ils ont été diffusés. L'étude des discours d'évangélisation implique une analyse des enjeux sociaux et culturels qui sous-tendent ces discours. Ainsi, quels sont les contextes historiques et sociaux dans lesquels les discours d'évangélisation ont émergé et quels sont les repères théorico-méthodologiques permettant de les analyser ? l'objectif de cette partie est de décrire les paramètres sociaux et religieux, présenter les approches théoriques et méthodologiques qui permettent de les analyser. Nous allons aborder cette présentation en deux parties : tout d'abord nous présenterons les paramètres sociaux culturels et religieux. Ensuite, nous aborderons l'approche théorique et méthodologique de l'étude.

**CHAPITRE 1 : INDICATEURS SOCIOCULTURELS ET
RELIGIEUX**

Introduction

Les discours des campagnes d'évangélisation ont émergé dans des contextes historiques et sociaux variés. Certains indicateurs permettent de prendre en compte les réalités sociales, les valeurs culturelles et les croyances religieuses qui permettent de comprendre comment ces discours interagissent, se comportent et se perçoivent mutuellement au sein d'une communauté avec les croyances et pratiques religieuses locales, en créant des syncretismes ou des conflits religieux. Le Cameroun est caractérisé par une diversité culturelle et religieuse confrontée par des maux aussi divers qu'ils soient (corruption, tribalisme, réseau d'influence, trafics, etc.). Il représente une mosaïque de peuples et de régions. Les identités sont éminemment plurielles au Cameroun, fondées sur la religion, l'ethnie, la langue, la territorialité, le genre ou l'âge.

1.1. YAOUNDÉ ET LE CONTEXTE DE CRISES MULTIFORMES

La dynamique urbaine à Yaoundé est très complexe. Elle est étroitement liée aux contingences historiques qui ont présidé à la création de la ville, mais aussi aux données socioculturelles, politiques et économiques ayant rythmé l'évolution du Cameroun.

Le développement du Cameroun est confronté à des crises socioculturelles, spirituelles, crises socioprofessionnelles et les paramètres éthiques.

1.1.1. Crise éthique

La crise éthique est toute situation susceptible de compromettre le respect d'au moins une valeur ou principe qui préside le vivre ensemble. Elle s'intéresse aux comportements humains et, plus précisément, à la conduite des individus en société.

Le Cameroun, tout comme de nombreux pays du Sud, fait face à des mouvements crédeutistes voire identitaires. Ces derniers s'appuient sur des critères linguistiques avec des crises territoriales qui sont tributaires d'une géographie contraignante, d'un passé qui a légué des genres de conflits et d'un passé faible encadrement socio-économique des populations.

Le Cameroun est aujourd'hui confronté à des défis sécuritaires d'ampleur, notamment dans la zone dite anglophone, à l'Extrême-Nord et à sa frontière orientale, nourris par un environnement direct convulsé au Sahel, dans le Delta du Niger et en République Centrafricaine. Ces nœuds de tension qui affectent l'ensemble du pays sont attisés par la mobilisation des ressorts identitaires. Ces identités sont éminemment plurielles au Cameroun, elles sont fondées sur la religion, l'ethnie, la linguistique, la territorialité, la culture. Certains conflits ont leur origine, des modifications à base identitaire. Maud et Gaulme (2013 : 10).

Le conflit dit « anglophone » ou guerre d'Ambazonie ou geurre civile camerounaise issu des revendications d'une minorité linguistique et culturelle a plus de représentativité. L'indépendance est certes ancien mais elle s'est aggravée depuis 2016 au point de créer une rébellion sécessionnistes dans les régions du Nord-Ouest et du Sud-Ouest. Le problème s'inscrit dans le cadre de la crise anglophone au cameroun de longue date dont les causes sont profondes et sont liées à la situation socio-politique. Cette crise, initialement basée sur des revendications corporatistes des avocats et enseignants, bascule progressivement vers des revendications sécessionnistes fortes, en raison des réponses des préjugés insuffisantes du gouvernement, refus d'ouvrir un débat sur le fédéralisme et de nombreuses violations des droits humains. Maud et Gaulme (2013 : 54).

Le radicalisme de Boko Haram ou guerre islamique, est un mouvement armé, ayant eu des impacts dans l'Extrême-Nord du cameroun. Depuis 2013, boko haram s'est lancé dans une guerre contre le cameroun. Ce furent d'abord des incursions, des raids meurtriers, des kidnappings. Ce conflit conteste l'ordre établi politique et religieux, considéré comme moralement condamnable et s'en prend à l'humanité en pronant l'instauration d'un califat. Maud et Gaulme (2013 : 58)

À l'Est, enfin certaines localité frontalières sont profondément destabilisées par le conflit Centrafricain qui induit un climat de terreur et de violence, notamment entre les agriculteurs sédentaires et communautés Mbororos nomades, accusées de participer aux activités délictuelles de la zone. Maud et Gaulme (2013 :60)

Le tribalisme est un véritable fléau qui détruit l'unité des chrétiens et mine la construction des nations africaines en générale et du Cameroun en particulier. Les régions du Centre et du Sud sont de véritables zones de turbulences et de crises ethniques particulièrement violentes. Les problèmes ethniques entre autochtones (indigènes) et allogènes (étrangers de la région), est recurrent dans la vie sociale camerounaise. Maud et Gaulme (2013 :61)

Ces tensions majeures se déroulent à une période de montée des contestations politiques et des exaspérations sociales, ce qui débouche sur une situation d'insécurité à travers des explosions de violences intercommunautaires liées à la coprésence en divers territoires de nombreux réfugiés. Ces tensions continuent à produire de la cohésion interne et de l'identité nationale ce qui fragilise les ressources financières du pays.

1.1.2. Crise financière

Le Cameroun dispose d'une économie diversifiée, avec des exportations variées et possède un grand potentiel de par sa position géographique en Afrique Centrale. Riche en ressource, il a été touché par la crise économique due à la pandémie de Covid-19 qui n'est plus

le pôle de stabilité qu'il a été dans le passé. Le Cameroun fait face en effet à des difficultés économiques multiples, depuis plusieurs années.

Les problèmes anciens comme le taux de chômage qui résulte d'un déséquilibre sur le marché du travail traduisant à une offre excédant la demande de main d'œuvre des jeunes ainsi qu'un déficit de la balance commerciale qui rend le pays sensible aux augmentations des prix des matières premières importées. Ebo'o (2010 : 71).

Depuis novembre 2021, le Cameroun connaît une forte inflation, tirée principalement par la pénurie et la hausse du prix des produits essentiels qui sont pour une grande partie importés (farine, blé d'huiles végétales, produits pétrolier etc...) qui s'explique par la perturbation de la chaîne de valeur mondiale dû à la pandémie de COVID-19 et aux conflits entre l'Ukraine et la Russie. Ces perturbations ont entravé la reprise économique du Cameroun, accentuant les pressions inflationnistes et les vulnérabilités structurelles nationales. Ainsi, l'économie du Cameroun est liée à la situation politique et sécuritaire, leur addition à des conséquences fortes sur l'économie camerounaise notamment en créant de l'inflation sur plusieurs produits de base.

1.1.3. La crise spirituelle

La crise spirituelle est une forme de crise d'identité, elle subit des changements drastiques de son système de référence (c'est-à-dire ses buts, objectifs, valeurs, attitudes et croyances, identité et centre d'intérêt), généralement en raison d'une expérience spirituelle.

Depuis plusieurs siècles, la lutte pour la liberté religieuse a conduit à des exaspérations sociales et politiques. Le Cameroun connaît un véritable éclatement de son paysage religieux, qui se caractérise non seulement par la multiplication des associations culturelles mais aussi par la lente décomposition des territoires ethno-régionaux. Ce qui débouchent sur une situation d'insécurité à travers des explosions de violences intercommunautaires liées à la coprésence en divers territoires des nombreux réfugiés. Ces tensions continuent à produire de la cohésion interne et de l'identité nationale ce qui fragilise les ressources financières du pays. (<https://www.revues.scienceafrique.org>).

1.1.4. La crise socioprofessionnelle

L'emploi en général, celui des jeunes en particulier est l'un des problèmes les plus cruciaux du développement.

Il faut reconnaître que l'emploi des jeunes a connu une baisse considérable depuis les années 1990 la crise économique. Le Cameroun comme la plupart des pays en développement

caractérisé par une croissance vertigineuse de sa population, fait face à une pression de la demande d'emploi. Une grande tranche des diplômés tout comme ceux ayant un faible niveau de scolarisation sont confrontés au chômage. L'incapacité de l'État, du fait de la récession économique à pouvoir octroyer l'emploi aux jeunes, accentuée par l'inadéquation entre formation, éducation et emploi, a favorisé le foisonnement du secteur informel qui est pour eux un ultime recours des jeunes pour la satisfaction de leur besoin socioéconomique. Selon l'Institut national de la statistique (INS), le Cameroun abriterait entre 4,5 % et 5% de chômeurs pour une population d'environ 20 millions de personnes. Ces taux représentent près d'un million de personnes qualifiées en quête d'un emploi (Jeunesse horizon 2004). Il convient de dire que cette situation socioprofessionnelle est l'un des facteurs sociaux qui sous-tend les discours des campagnes d'évangélisation. Nous lisons dans lesdits discours des messages à l'endroit des chômeurs. Nguendjock (2014).

1.2. LE CONTEXTE SOCIORELIGIEUX

L'État camerounais prône la laïcité. Depuis quelques années, le champ religieux au Cameroun, est marqué par l'expansion des courants évangéliques et pentécôtistes qui ont su acquérir une forte visibilité dans la ville. Ces courants religieux développent une offre religieuse alternative aux populations que les autres acteurs religieux peinent à apporter ainsi que l'État du Cameroun, miné par de nombreux maux. La resurgence du religieux au cœur de la vie publique et politique à Yaoundé comme partout au Cameroun s'inscrit dans un registre que Gilles Kepel (1991 : 282) a qualifié de « revanche de Dieu ». La liberté d'association et le vent démocratique des années 1990 au Cameroun ont ouvert la voie à un pluralisme religieux qui a dominé sur un ensemble de terrain fertile. La région se positionne dans les services publics non seulement comme un élément de marquage social, mais aussi comme un outil de revendication identitaire et de mobilisation religieuse. De même, le déclin relatif, en terme d'influence, des religions ancestrales chrétiennes et islamiques a permis de renforcer la légitimité des églises de veuil. Le Cameroun comporte en 2020 plus de 69% de chrétiens et plus de 19% de musulmans, outre 5% de religions traditionnelles.

1.2.1. Les religions ancestrales

Avant la colonisation, les peuples Camerounais partageaient des croyances animistes caractérisées par des mythes et des rites variées mais ayant comme points communs le culte des ancêtres. Les adeptes des religions traditionnelles estimés à 3,6% de la population sont

principalement présent à l'Ouest, au Sud et à l'Est. La vie quotidienne au Cameroun est rythmée par toute une série de croyances ancestrales. La religion traditionnelle des peuples du Cameroun constitue l'aspect mythique et ésotérique de leur organisation et de leur existence. Elles forment la base solide de la vie spirituelle jusqu'à nos jours, influence encore fortement les manifestations des religions islamiques et chrétiennes. Les différentes régions au peuple du Cameroun ont des rites et de croyances traditionnelles qui leur sont propres. Le phénomène est plus marqué dans les régions de l'Ouest et de la partie septentrionale du Cameroun. La religion traditionnelle prône un ensemble d'actes rituels, des sacrifices pratiqués. Par exemple : le système culturel Bamileké est structuré autour d'un ensemble des rites et de pratiques socioculturels qui forment un tout logique indissociable. Ogbu (2001).

1.2.2. La religion chrétienne

La religion chrétienne est née dans la province romaine. Le christianisme est l'une des principales religions du monde. Monotheiste, puisqu'elle professe la foi en un Dieu unique, elle est fondée sur les actes et les paroles de Jésus. La religion chrétienne peut être perçue comme un ensemble de croyances centrées sur Jésus-Christ qui, selon les chrétiens, est le sauveur de l'humanité. Le fondement historique du christianisme est la foi en Jésus-Christ, Messie et Fils de Dieu, sa crucifixion et résurrection, ce qui est appelé kérygme. Elle englobe trois courants (les catholiques, les protestants, les orthodoxes). Estimé à 61% de la population chrétienne, cette majorité se divise entre les catholiques et les protestants. La religion s'identifie à travers plusieurs obédiences dont le principal outil de référence demeure l'ensemble des textes sacrés de la Bible. À cet égard, on peut rencontrer au Cameroun, des obédiences telles que l'église catholique romaine, catholique orthodoxe, l'église presbytérienne camerounaise, l'église évangélique du Cameroun, l'église adventiste du septième jour, les églises pentecotistes, etc. toutes ces églises croient à l'existence d'un Dieu créateur du ciel et de la terre, à son fils Jésus-Christ et au saint esprit. Toutes ont presque aussi le même langage et même objectif qui consiste à évangéliser, c'est-à-dire énoncer la bonne nouvelle du royaume des cieux.

1.2.3. Les églises dites éveillées

Les églises dites réveil ont commencé à se développer dans les deux régions anglophones du Cameroun, dès les années 1950-1960, grâce à des évangélistes pentecotistes d'origine américaine et Européenne, oeuvrant au Nigeria. Mais, c'est la loi du 19 décembre 1990 sur la liberté d'association qui a contribué à un essaimage sur la scène publique Camerounaise, d'une multitude de mouvements religieux dont certains disposent d'une dizaine

de lieux de culte repartis sur tout le territoire. Le pentécotisme a donné lieu à la naissance de ces églises réveillées qui sont un ensemble réunissant une variété d'unions d'églises chrétiennes évangéliques depuis quelques temps. Le champ religieux au Cameroun (Yaoundé) est marqué par l'expansion de courants évangéliques et pentécotistes qui ont su acquérir une forte visibilité dans la ville. Les zones urbaines et les grandes métropoles sont leurs terrains de prédication, lesquels se diffusent ensuite dans les villes secondaires et les zones rurales. Le dynamisme de ces églises est comme ailleurs remarquable. Elles rassemblent de façon générale à une majorité de femmes et jeunes.

Relativement informelle, leur culte commence par des rassemblements dans les appartements / maisons de membres, les caves, usines, désaffectées pour établir leur temple et accueillir de grandes assemblées. De centaines de dénominations en français et anglais désignant ces églises sont visibles dans la ville telles que les Assemblées de Dieu, la vraie église de Dieu, l'église du septième ciel, Christ Embassy, Christ life Assembly Church, Gospel of Christ ministries, Ministry de Franklin Afano, Ndifor. Leurs initiateurs portent des titres tels que Prophète, Apôtre, pasteur, envoyés de Dieu...

Devant les fléaux et maux qui minent la société, ces églises de veille se présentent comme seule alternative. Ils font miroiter de façon alléchante les promesses de prospérité matérielle et financière pour qui conque se soumet à Dieu.

1.2.4. La religion musulmane

Mis sur pied par Mahomed (proclamé par les adhérents de l'islam comme étant le dernier prophète de Dieu) dans l'Arabie du Septième siècle après Jésus-Christ. C'est une religion abrahamique s'appuyant sur le dogme de monothéisme absolu et prenant sa source dans le coran, livre sacré des musulmans ainsi que sur la vie et les enseignements du prophète Mohamed (Saws). Les musulmans croient en un Dieu unique appelé Allah et considèrent Muhammad comme son prophète et messenger. Les musulmans constituent environ 35% d'habitants au Cameroun, est aujourd'hui deuxième religion du Cameroun. Les fidèles sont repartis principalement dans l'Adamaou, Nord, l'Extrême-Nord et à l'Ouest (peuple Bamoun). Mais également dans la capitale Yaoundé et à Douala. L'islam est présent au Cameroun à travers l'implantation de grandes mosquées dans tout le territoire camerounais. Cette religion est caractérisée par ses cinq piliers que sont :

La profession de la foi (la chahada)

La prière (salat)

L'aumône (zakat)

Le jeûne du mois de ramadan (sawm)

Le pèlerinage à la Mecque (hajj)

Les musulmans ont également une vision stricte de la moralité et une notion claire du bien et du mal. La religion musulmane a une histoire et une culture riche, avec une influence sur l'art, la littérature, la science et l'architecture. (Wikipédia.org/wiki/ Religion au Cameroun)

1.2.5. Le positionnement social des religions en quête des fidèles

La religion est un ensemble de pratiques propres à une croyance ou un groupe social. Elle n'a pas qu'une fonction de liaison des individus à une divinité. De son étymologie latine, elle désigne *legère*, qui veut dire *cueillir*, et *relegère*, qui traduit *recueillir*, *recollecter*, (Rocheport-Turquin, 2006 : 589).

Il ressort de cette définition que la religion a également une fonction de collecte, fonction qui explique pourquoi les dirigeants d'une religion sont en quête permanente de fidèles pour grossir les rangs de leurs communautés religieuses. (Mercklé, 2004 : 4). Les réseaux religieux constituent de prime abord des réseaux sociaux pour Pierre Mercklé (*op. cit.* : 128), un réseau social est « un ensemble d'unités sociales et relations que ces unités sociales entretiennent les unes avec les autres ».

Pour les sociologues et anthropologues, la religion est un vecteur primordial de la socialisation humaine. La religion est un élément fondamental de la dignité humaine.

1.3. LES CAVEAUX DE DIFFUSION DE L'ÉVANGÉLISATION

L'évangélisation est le fait d'annoncer l'évangile, la bonne nouvelle de Jésus-Christ afin de faire connaître la foi. L'évangélisation a pour mission de partager le message de l'évangile et de faciliter les conversions potentielles de ceux qui se montrent intéressés. L'évangélisation peut prendre différentes formes, comme la prédication, la distribution des Bibles ou de tracts, journaux et magazines, par les médias, le témoignage, l'évangélisation de rue, l'évangélisme de la marche, etc.

1.3.1. Le droit à la liberté d'expression

La liberté d'expression est le fondement de toute démocratie. Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté de recevoir ou de communiquer des informations sans qu'il puisse avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière. La liberté d'expression est un droit humain fondamental énoncé à l'article 19 de la déclaration universelle des droits de l'homme.

La constitution du Cameroun garantit la liberté de culte. Selon l'article 18 (1) de la déclaration universelle des droits de l'homme, la liberté de religion est une forme d'expression de la liberté de conscience et de pensée. Elle s'appréhende comme la liberté laissée à chaque individu d'orienter sa conviction religieuse selon son choix ou de décider de ne pratiquer aucune religion. Toutefois, la loi N°053/90 du 19 décembre 1990 relative à la liberté d'association, en son article 2, dispose que « toute association religieuse doit être autorisée ». Elle précise, en son article 24 que « l'autorisation d'une association religieuse ou d'un établissement congrégationniste est prononcée par le décret du Président de la République après avis motivée du ministre chargé de l'Administration Territoriale pour trouble à l'ordre public ». La liberté religieuse est aujourd'hui au cœur des droits fondamentaux parce qu'elle concerne l'individu et la collectivité.

La liberté d'expression et de presse consacrée par la constitution et régit par la loi N°90/052 du 19 décembre 1990 relative à la liberté de la communication sociale modifiée par celle N°96/04 du 16 janvier 1996 a connu une réelle progression. Le cadre juridique et institutionnel mis en place par le gouvernement a permis l'éclosion des organes de presse écrite et audiovisuelle.

1.3.2. Les chapelles et les mosquées

Le mot chapelle peut avoir plusieurs significations en fonction du contexte. Nous allons nous attarder au contexte religieux pour répondre aux obligations du présent travail. Dans le cadre religieux, la chapelle désigne des petits endroits de culte qui peuvent être utilisés pour des prières ou des cérémonies spécifiques. Les chapelles sont souvent associées à des groupes religieux particuliers, tels que les ordres religieux ou les confréries.

Le Cameroun connaît un véritable éclatement de son paysage religieux qui se caractérise par la multiplication des associations culturelles.

Une chapelle est un édifice religieux et le lieu de culte chrétien qui peut selon le cas constituer un édifice distinct ou être intégré dans un autre bâtiment. Les chapelles sont situées sur les bas-côtés d'une église, on parle de *chapelles latérales*, on parle de *chapelle intérieure* lorsqu'elle se situe à l'intérieur d'une grande chapelle. La chapelle comprend un autel qui voit se multiplier les messes privées sans cesse plus nombreuses et des dévotions qui se diversifient. Elles peuvent être dédiées à un Saint.

Les mosquées quant à elles sont des lieux de culte où se rassemblent les musulmans pour la prière commune. Les mosquées sont accompagnées d'une bibliothèque, elles sont des lieux de rencontre d'assistance, de charité et d'enseignement. Il s'agit d'un type de monument

culturel le plus caractéristique de l'islam. Très diverse dans leur taille et leur style architectural, elles peuvent être simples servant au culte quotidien mais aussi des grandes mosquées où les fidèles se rassemblent pour la prière du vendredi.

Le model initial de la mosquée trouve sans doute ses sources dans l'aménagement de la maison de prophète, à Médine, la mosquée est orientée vers la Mecque.

Chaque religion se distingue par l'architecture de ses lieux de culte, leur décoration et les rites qui se déroulent à l'intérieur.

1.3.3. Les Véhicules en milieux urbain

Les transports urbains représentent un ensemble complet des moyens de locomotion qui de par leur taille, leur conception et leur capacité à transporter plus au moins d'usagers, sont présents dans l'espace routier urbain et participent activement à la régulation des flux des usagers qui circulent dans ces espaces. La ville de Yaoundé est constituée d'une multitude de moyens de transport. Le transport en commun (le taxi) a un rôle social diversifié. Le taxi reste jusqu'ici l'évènement le plus fascinant grâce à son omniprésence dans la ville. Noah Mbede (2010 : 35) dira qu'il « fascine par son omniprésence ; une sociologie d'une psychologie du taxi considèrent prioritairement son contact physique avec toute la ville... ». les véhicules de transport interurbain qui se regroupent en formant des agences de voyage, le taxi, lui se caractérise par son déplacement en longueur de journée dans toute la ville.

Les véhicules automobiles de transport interurbain sont porteurs d'une multitude de discours dynamiques.

Ces automobiles sont des supports d'une panoplie de message. Ces discours automobiles sont de divers contextes (culturelle, linguistique, religieuse, etc...) ces topaï référant à la religion islamique et chretienne se présentent comme un moyen de persuasion, de conviction à la religion indiquée. Ces religieux affirment leur foi et persuadent en même temps le public.

Nous avons ainsi des références bibliques avec des psaumes (psaume 144 : 1 LT 6780) ; Ps 24 (CE 454 DO), des témoignages, le discours qui implore le pardon d'Allah. On peut dire que les religions partagent presque la même vision et opinion dans ces discours inviter le public à y adhérer.

1.3.4. Les campagnes d'évangélisation événementielle

Le mode de communication prend plusieurs formes (directs et indirects). Nous décrirons les pratiques d'évangélisation directes comme des actes d'évangélisation qui exposent

explicitement le message de l'évangile. Nous parlerons de l'évangélisation indirecte lorsqu'un de ces deux éléments ne s'y retrouve pas.

Les croisades sont des occasions créées par un groupe d'églises permettant d'offrir un événement d'envergure qui donnera l'occasion aux croyants d'inviter une ou des personnes à être exposés au message de l'évangile. Il y a vingt ans et jusqu'à nos jours, les croisades d'évangélisation « style Billy Graham » sont utilisées. Cet événement attire entre 1500 à 2500 personnes et la plupart sont des croyants. Ces événements aident à construire un peu de visibilité parmi la population.

Les séminaires d'évangélisation qui sont des événements organisés pour former les membres de l'église à l'évangélisation. Ces séminaires peuvent inclure des enseignements sur les méthodes d'évangélisation efficaces, ainsi que des pratiques de prière et de témoignage.

Les retraites spirituelles sont des périodes de recueillement et de retraite spirituelle où les participants se retirent dans un lieu calme et se consacrent à la prière, à la méditation et sur la réflexion avec Dieu.

Les conférences sont des rassemblements où des experts ou des orateurs partagent des connaissances, des idées ou des expériences sur un sujet spécifique devant le public.

Les festivals chrétiens sont des événements organisés pour célébrer la foi chrétienne, souvent avec des activités telles que des concerts de musique chrétienne, des spectacles, des enseignements Bibliques et des moments de communion spirituelle.

Il existe de nombreux événements spéciaux qui se déroulent dans les églises chrétiennes.

- Noël : c'est le moment où les chrétiens célèbrent la naissance de Jésus Christ. Les églises organisent des messes spéciales pour célébrer cet événement.

- La Pâques : il s'agit de la célébration la plus importante pour les chrétiens. Elle commémore la résurrection du Christ. Les églises organisent souvent des messes spéciales, des processions et d'autres événements pour marquer cette occasion.

- Le carême : il s'agit d'une période de 40 jours de jeûne et de prière. Les églises organisent souvent des services spéciaux et des retraites spirituelles pendant cette période.

- Le temps de l'Avent : c'est la période de préparation à Noël. Elle commence quatre dimanches avant le jour de Noël. Les églises organisent souvent des services de l'Avent pour préparer les fidèles à cette importante célébration.

Il y a bien sûr de nombreux autres événements qui se déroulent dans les églises chrétiennes tout au long de l'année. Chaque église peut avoir ses propres traditions et événements.

1.3.5. La publicité (affiche et audiovisuelle)

La publicité est selon Goffman (1979 : 9) est « un vecteur de construction identitaire, en utilisant des stéréotypes sociaux pour créer des représentations de soi et d'autres, qui peuvent influencer la perception de soi et d'autres ». elle joue un rôle dans la construction de l'identité individuelle et collective. En utilisant des stéréotypes sociaux, la publicité crée des représentations de soi et d'autres qui peuvent influencer la perception de soi et d'autres. Les campagnes d'évangélisation sont sous différentes formes, dans les articles de journaux, les pages publicitaires ou encore des brochures illustrées et des vidéos. La publicité peut être une source d'influence, elle se caractérise par sa popularité, sa capacité à être largement diffusée auprès des publics et en particulier sa manière spécifique de communiquer avec le lecteur. Elondou Eloundou (2011 : 83-100) dira que « les écrits à Yaoundé peuvent [...] être considérés comme une tribune permettant aux énonciateurs d'exprimer leur vision, et leur rapport au monde, mais aussi d'agir sur la population urbaine ». La communication comprend comme supports de publicité : la presse papier, la télévision, la radio, l'affichage, le web, etc.

L'affiche est selon Charaudeau et Maingueneau (2002 : 36-48) « un support de communication visuelle qui vise à transmettre un message, une information ou une idée à un public cible. Une affiche est un support de communication visuelle qui peut être utilisé dans différents contextes tels que la publication, la promotion d'un événement, la sensibilisation à une cause, des images, des graphiques, des couleurs et des textes. Elle est également placée dans des lieux stratégiques pour atteindre un public cible et doit être attractive pour attirer l'attention et transmettre efficacement le message. Elle est une manifestation expérimentale concrète, ayant des caractéristiques comme par exemple une image en grand format placardée dans un milieu public faisant référence aux expériences passées du lecteur ou suscitant une envie de l'expérimenter. Par exemple : les affiches publicitaires, événementielles, informatives, promotionnelle, artistiques. La transmission du message est en effet un processus de l'acte d'énonciation de ce discours hétéroclite (affiche), ayant pour objectif une réception et une perception de la part du lecteur.

La communication visuelle date de l'antiquité. Le développement de la société et des techniques, en particulier les avancées dans le domaine de l'impression depuis la révolution industrielle et numérique, donne à l'affiche moderne une possibilité plus grande de sophistication et de multiplication à grande échelle. Elle se sert d'une rhétorique propre par la multiplication du descriptif ou de l'informatif à la séduction qui détermine la vitesse de circulation du message et son influence. De nos jours, les aspects plastiques avec multiples

possibilités sont privilégiés en raison de ses alliances avec l'effet de persuasion de l'affiche par exemple les publicités, les affiches, les logos, les illustrations, les graphiques et les autres.

Ces affiches publicitaires ont pour visées la promotion et la vulgarisation des principes religieux. Ces tracts sont conçus pour attirer l'attention du public, leur donner l'envie d'y adhérer et les inciter à agir en conséquence. Les tracts d'évangélisation peuvent contenir les informations sur l'église, leur manière de prêcher, les avantages qu'ils offrent. Ils peuvent également inclure les appels à l'action tels que : adhérez maintenant, visitez notre site web ou page Facebook, ou appelez-nous sur tel numéro. Ces tracts d'évangélisation sont souvent affichées partout dans la ville de Yaoundé. Elles sont parfois distribuées, affichée sur les trottoirs, affichées sur panneau publicitaire dans les rues de la ville, affichées dans les transports en commun (taxi).

Conclusion

Ce chapitre portant sur les indicateurs sociaux culturels et religieux nous a permis de passer en revue la ville de Yaoundé et son contexte multiforme. Au plan religieux, la présentation des différentes crises observées dans cette ville en particulier et le Cameroun en général nous a permis de dégager le contexte socioreligieux de notre travail. Nous sommes parvenues à identifier les différentes religions à savoir : religions ancestrales, chrétienne, les églises dites de réveil, la religion musulmane qui sont des congrégations chrétiennes ou non, ayant pour but de capter, voire captiver l'attention des individus à travers les bandes publicitaires à caractère religieux. Il se dégage un sous-entendu qui est la quête permanente des fidèles. Cette quête se fait à travers les campagnes d'évangélisation, les publicités à caractère religieux à travers les affiches. Ce comportement linguistique (publicité) est gouverné par la liberté d'expression. Ce qui nous a permis de conclure que le paysage camerounais est laïque. De cette situation que subsiste les différentes religions présentes au Cameroun.

**CHAPITRE 2 : APPROCHE THÉORIQUE ET
MÉTHODOLOGIQUE DE L'ETUDE**

Introduction

L'outil théorique de notre travail a été choisi dans l'optique d'arrimer aux exigences de la recherche scientifique afin de garantir une bonne analyse. Le cadre théorique est une perspective qui situe l'étude au plan théorique et méthodologique. Parmi les multiples approches théoriques qui existent en sociolinguistique, nous avons opté pour l'analyse du discours à travers la rhétorique discursive. Elle sied à une telle analyse dans la mesure où elle s'intéresse aux fonctions et aux usages du langage en société.

2.1. LES REPÈRES THÉORIQUES DE LA RHÉTORIQUE

Depuis des siècles, l'intérêt pour la rhétorique n'a fait qu'augmenter. Cela est dû au développement des moyens de communication du marketing et du besoin de persuader qui domine dans notre société. Que ce soit la presse, dans les discours religieux ou politiques, le discours persuasif est très exploité. Cette évolution nous ramène à comprendre les concepts qui entourent la rhétorique et son rapport avec l'analyse du discours.

La recherche sur les discours de campagnes d'évangélisation à Yaoundé nécessite pour sa réalisation un cadrage théorique et méthodologique. Ce travail s'inscrit dans un champ de la rhétorique dans la mesure où elle s'intéresse à persuader, convaincre et à émouvoir l'auditoire. Cette étude se positionne dans un vaste domaine de la sociolinguistique c'est-à-dire « un travail sur des énoncés effectivement produits par des locuteurs réels dans des situations concrètes ». (Gwenolé, 2007 :109). Nous nous servirons de deux grandes approches sociopragmatiques à savoir : l'interactionnisme et les actes de langage accompagnées d'une méthode empirico-inductive.

Ce chapitre présente tour à tour les repères théoriques, la configuration rhétorique, la théorie des actes de langage, les articulations rhétoriques et pragmatiques et la méthodologie adaptée pour notre recherche.

En général, évoquer la rhétorique, c'est l'associer à une utilisation exagérée des figures de langage et sa fausseté de manipulation, ce qui amenait le locuteur à penser à une argumentation peu naturelle. Toutefois, la rhétorique de nos jours a repris son sens premier, le même que chez Aristote (1991 : 31) pour qui : « la faculté de considérer, pour chaque question, ce qui peut être propre à persuader », c'est-à-dire que chaque point à ses points faibles et forts et la rhétorique serait cette capacité d'identifier ces points, dans le but de persuader.

Dans la rhétorique, Aristote souligne l'importance du logos, de l'éthos et du pathos en montrant qu'ils sont les preuves inhérentes au discours. Il centre ses analyses sur l'éthos, et le

pathos qui sont respectivement axés sur le locuteur et l'auditeur, mais l'importance du caractère de l'auditeur (l'éthos) et de la disposition de locuteur (pathos) est primordiale.

D'après l'auteur, il ne faut pas comprendre le caractère de l'orateur comme personnalité morale mais comme l'impression que le locuteur fait sur les auditeurs à travers son discours : « on persuade par le caractère, quand le discours est de nature à rendre l'orateur digne de foi [...] mais il faut que cette confiance soit l'effet du discours ».

2.1.1. Le logos du locuteur

Le logos est une preuve rationnelle qui permettait aux plaidoyers de mieux défendre leurs idées. Le logos concerne l'argumentation proprement dite du discours. C'est l'aspect dialectique de la rhétorique qu'Aristote reprend entièrement dans les *Troiques*. Le logos est la preuve rationnelle c'est-à-dire, l'ensemble d'éléments qui contribuent à prouver. Dans la rhétorique d'Aristote, cette dimension recouvre le langage. Ce registre est le lieu dans lequel on retrouve le style de l'orateur, les arguments et le mode de raisonnement. Le logos présente le raisonnement ou la qualité d'argumentation du discours afin de transmettre le message thématique à l'énonciataire-lecteur tout en répondant à son attente ou le concernant.

Le logos du locuteur dans le discours religieux est important car, il permet à la cible de comprendre et d'accepter le message religieux de manière logique et rationnelle. Les orateurs religieux sont capables de présenter des arguments convaincants et cohérents pour soutenir leur message. Cela peut aider à renforcer l'adhésion au message religieux et à encourager le public à vivre selon les principes de leur foi.

2.1.2. Le pathos du récepteur

Aristote, dans son ouvrage intitulé *La rhétorique*, analyse le pathos rhétorique où il souligne déjà l'importance des émotions dans le discours. Nous comprenons alors que le pathos est l'ensemble des émotions que l'orateur cherche à provoquer chez les auditeurs. C'est dans le traitement des passions que réside l'une des principales originalités de la rhétorique d'Aristote. Ainsi celui qui écoute passivement le discours de l'orateur est traversé par des passions que les propos tenus mettent en mouvement. La rhétorique dénombre quatorze : la colère, le calme, la crainte, la confiance, la convoitise, l'imprudence, l'amitié, la haine, la honte, l'émulation, la compassion, le bienfait l'indignation et le mépris. Ce n'est que lorsque le message arrive chez l'interlocuteur qu'il provoque en lui des émotions. C'est pourquoi Meyer (1999 :10) écrit : « le pathos s'inscrit dans le jeu de réceptivité et de la sensibilité qui seront importantes à l'époque romantique ».

Le pathos du récepteur fait référence à l'impact émotionnel qu'une communication peut avoir sur son destinataire. En d'autres termes, il s'agit de la façon dont le message affecte les émotions, les croyances, les attitudes, les valeurs et les comportements du récepteur. Le pathos est l'un des trois modes de persuasion dans la rhétorique classique, avec l'éthos (la crédibilité de l'orateur) et le logos (la logique et la raison). Les utiliser dans la communication implique de chercher à susciter une réponse émotionnelle chez le public cible, afin de l'amener à agir ou à échanger d'avis.

Le pathos du récepteur peut être influencé par de nombreux facteurs, tels que les caractéristiques individuelles du récepteur (comme ses expériences passées et ses croyances), le contexte de la communication (comme l'environnement social, culturel, religieux), et les stratégies de persuasion utilisées par l'orateur (comme des images, les métaphores, les histoires, etc.).

Un des aspects importants du discours religieux est le pathos du récepteur, c'est-à-dire les émotions que le public ressent en écoutant un discours.

Les orateurs religieux cherchent à susciter des émotions positives telles que l'espoir, la joie et la paix intérieure, afin de renforcer la connexion émotionnelle entre le public et le message religieux. Aussi des émotions négatives, elles peuvent être déclenchées chez certains membres du public, telles que la colère, la frustration ou la tristesse. Le pathos du récepteur est un aspect important du discours religieux car, il peut renforcer ou affaiblir l'impact du message. Les orateurs doivent être conscients de l'impact émotionnel de leur discours sur le public et travailler à créer un environnement émotionnellement positif pour renforcer l'adhésion au message religieux.

2.1.3. L'éthos discursif et pré discursif

L'éthos discursif et pré discursif peuvent être définis comme l'image que le locuteur projette de lui-même et qui est perçue par l'auditoire.

L'éthos discursif est donc l'image de soi. Autrement dit, c'est l'ensemble des qualités discursives que l'orateur présente à l'auditoire à partir de son discours. L'éthos discursif ne se résume pas à l'image sur l'orateur construit de lui-même, mais aussi d'un l'ensemble de facteur de l'énonciation, tels que les participants à la scène communicative et le contexte. Il reflète le caractère de la personnalité et les attitudes du locuteur telles qu'elles sont perçues par l'auditoire. Il doit se montrer crédible et confiant. C'est ce qu'on constate dans les propos d'Amossy (1999 : 41) pour qui :

Les orateurs inspirent confiance, (a) Si leurs arguments et leurs conseils sont compétents, raisonnables et délibérés, (b) s'ils sont sincères, honnêtes et équitables et (c) s'ils montrent de la solidarité de l'obligeance et l'amabilité envers leurs auditeurs. Toutefois, nous assisterons sur les différentes images présentées dans le discours, tant qu'il est vrai qu'il n'est pas toujours évident de reconnaître un éthos.

C'est à travers la construction de son image que le leader religieux arrive à inculper ses idées à l'auditoire et surtout à lui faire adapter un certain comportement car, n'oublions pas que persuader consiste à amener un individu à passer à l'acte. L'homme de Dieu agit comme un messie. Il se comporte de cette manière s'il veut capter l'attention de l'auditoire. Il crée aussi un éthos de Dieu, qui est l'être omnipotent, capable de gérer la vie.

Kerbrat-Orecchioni a exploré le concept d'éthos discursif ou d'image de soi discursive qui réfère à l'image ou à la persona qu'un locuteur construit à travers son utilisation du langage. Cela comprend des éléments tels que le ton, le choix des mots qui peuvent transmettre des qualités telles que l'autorité, la crédibilité ou l'empathie.

Quant à l'éthos prédiscursif, il renvoie à l'image que le locuteur projette avant même de commencer à parler, en fonction de son apparence physique, de sa position sociale, de son statut professionnel, etc. C'est donc une image qui est créée par des caractéristiques extra-discursives.

L'éthos pré discursif est une donnée qui préexiste au discours. Ce sont généralement ce qu'on appelle les préjugés et stéréotypes qu'Amossy (1999 : 43) considère comme « une image collective figée qu'on peut définir en attribuant un ensemble de prédicats à un thème [...] C'est un savoir diffus qui relève moins d'une connaissance réelle que de l'opinion partagée ».

Il se fonde sur un transfert symbolique entre le public et le locuteur. Dans cette perspective, le locuteur tire sa force de conviction de pouvoir religieux qu'il représente. Dès lors, on peut ajouter que l'éthos c'est cette image que le public a de son orateur.

L'éthos discursif et pré discursif sont tous deux très importants dans la communication et peuvent influencer la façon dont l'auditoire reçoit et perçoit le message. Ainsi, un orateur qui projette une image à travers son éthos peut être mieux reçu par le public et avoir une influence plus marquante sur celui-ci.

2.1.4. La distribution des arguments dans l'art oratoire

La distribution des arguments est un point important de la persuasion. Elle consiste à organiser les idées et les arguments du discours de manière logique et cohérente, afin de convaincre l'auditoire et de transmettre un message clair et efficace. Il existe plusieurs stratégies que les orateurs peuvent utiliser pour distribuer les arguments de manière efficace : une

introduction qui capte l'attention du public et définit l'objectif de la présentation ; un corpus de la présentation, qui présente les arguments principaux. Certaines de ces preuves comprennent :

- Les arguments cosmologiques qui tentent de démontrer l'existence de Dieu en se basant sur l'observation de l'univers et de ses caractéristiques.

- Les arguments téléologiques qui essaient de prouver l'existence de Dieu en se basant sur la conception de l'univers et ses organismes vivants.

- La foi, par certains croyants, est considérée comme preuve de l'existence de Dieu. Ils estiment que leurs convictions personnelles de la transcendance sont des preuves suffisantes de l'existence de Dieu.

2.1.5. La catégorisation des preuves dans la rhétorique

La catégorisation des preuves dans le discours est un processus qui consiste à classer les différents types de preuves utilisées pour soutenir une idée. Elles peuvent être de différentes natures, telles que des faits, des témoignages, des analogies, des citations d'autorité, etc. En catégorisant ces preuves, l'orateur peut mieux organiser son discours et renforcer son argumentation en utilisant des preuves pertinentes et convaincantes.

La catégorisation des preuves dans le discours évangélique dépend généralement de l'objectif et des méthodes utilisées par l'évangéliste. Il existe quelques catégorisations, de preuves retrouvées dans ces discours. L'une de ces catégories est la preuve fondée sur la Bible elle-même qui se matérialise par la citation de passages bibliques pour appuyer les arguments présentés par le locuteur. Ces citations peuvent être utilisées pour prouver l'existence de Dieu ou la validité des enseignements bibliques. Ces preuves par exemple sont présentées comme des preuves rationnelles (logiques, historiques, scientifiques) et preuves spirituelles (témoignages, expériences religieuses).

2.1.5.1. Les preuves techniques

Les preuves techniques dans le discours, également appelées preuves matérielles ou preuves tangibles, ont pour but d'étayer et de renforcer un argument par le biais de données factuelles, d'expertises ou d'expérimentations scientifiques.

Les preuves techniques dans le discours d'évangélisation font référence à l'utilisation de raisonnements logiques et d'arguments religieux. Les personnes qui utilisent de telles preuves considèrent que ces arguments fournissent des preuves tangibles de l'existence de Dieu et de la véracité de la religion. Dans le discours évangélique, les preuves techniques peuvent inclure des références à des textes bibliques, des études théologiques, des commentaires d'expert en

théologie ou en histoire de l'église, des témoignages de conversion et des expériences personnelles de foi. Ces preuves sont souvent utilisées pour soutenir l'existence de Dieu, la véracité de la Bible, l'importance de la repentance et de la foi en Jésus-Christ, la relation avec ce dernier. L'objectif des preuves techniques dans le discours d'évangélisation est de renforcer la conviction des croyants et d'amener les non-croyants à considérer la foi chrétienne comme une option viable pour leur vie spirituelle. Par exemple ces preuves telles que des preuves théologiques, scientifiques, sont représentées à travers des analyses historiques, archéologiques pour appuyer des arguments. L'intérêt est donc centré sur l'auditeur ou le lecteur.

2.1.5.2. Les preuves extra-techniques

Les preuves extra-techniques se réfèrent aux éléments qui ne sont pas directement liés aux données techniques ou scientifiques, mais qui peuvent être utilisés pour soutenir un argument ou persuader une audience.

Les preuves extra-techniques, également appelées preuves non-conventionnelles, sont utilisées dans le discours religieux pour soutenir l'existence de Dieu ou d'autres concepts religieux. L'utilisation des preuves extra-techniques telles les preuves historiques, linguistiques, scientifiques, philosophiques et théologiques renforcent les arguments dans un discours d'évangélisation en montrant comment la Bible est cohérente avec l'histoire, la linguistique, la science, la philosophie et la théologie.

2.2. FIGURATION : SON IMPORTANCE DANS LA RHÉTORIQUE

La figuration est un élément important de la rhétorique, entendue comme l'art de persuader ou d'influencer l'auditoire à travers le langage. La figuration se réfère à toute utilisation intentionnelle d'un langage qui va au-delà de la signification littérale des mots pour créer un effet expressif ou imagé.

Les figures de style comme les métaphores, les hyperboles, les comparaisons ou encore les personnifications sont couramment utilisées dans la rhétorique pour ajouter de la couleur et de la force à un discours. Les figures de style peuvent être utilisées pour créer des émotions chez l'auditoire, renforcer un argument ou rendre un discours mémorable. Elles permettent au locuteur de capter l'attention de l'auditoire, de lui transmettre des émotions puissantes et de créer des associations d'idées entre les différents éléments du discours. Par exemple, pour illustrer l'idée que l'homme spirituel doit se soumettre aux lois du ciel pour accéder à la spiritualité, on pourrait utiliser la métaphore du navire qui navigue sur les flots tumultueux de la vie. Si le capitaine ne suit pas les règles de navigation et ne se laisse pas guider par les étoiles,

il risque de s'échouer sur les récifs ou de se perdre en mer. De même, l'homme spirituel doit suivre les lois divines pour trouver sa voie et atteindre la paix intérieure. La configuration est donc un moyen efficace de rendre un discours persuasif et de convaincre l'auditoire étant donné que la rhétorique vise à l'efficacité d'un discours produit par un orateur qui cherche à persuader / dissuader un auditoire, nous avons convoqué une approche sociopragmatique portant sur la performativité du langage en discours : la théorie des actes de langage (direct et indirect). Ce cadre théorique vient en complément aux postures de notre étude rhétorique.

2.3. LA THÉORIE DES ACTES DE LANGAGE DANS LE DISCOURS

La théorie des actes de langage est une théorie linguistique selon laquelle le langage est principalement utilisé pour accomplir des actes tels que donner des ordres, exprimer des attitudes, poser des questions, etc. Cette théorie a été principalement développée par des philosophes du langage Austin et Searle dans les années 1950 et 1960.

Dans son ouvrage intitulé *How do things with words* (1962), et traduit en français par *Quand dire c'est faire*. Austin analyse la performativité des actes de langage.

Austin considère que les actes de langage sont des moyens mis en œuvre par le locuteur pour agir sur son environnement par des mots : il cherche à informer, inciter, demander, convaincre, promettre, son ou ses interlocuteurs par ce moyen. Les actes de langage sont en même temps des actes et des paroles, et ces éléments sont indissociables. Des actes peuvent être exécutés à travers le langage. Ils sont posés en rapport avec l'image sociale et discursive du locuteur qui les utilise. Le locuteur est donc l'agent de l'action, tandis que l'auditeur est la personne affectée par l'acte de langage. Le locuteur et l'auditeur sont tous les deux des êtres sociaux qui produisent des actes associés à leurs expériences humaines et socioculturelles. Tous ces actes de parole peuvent donc être rangés dans deux grands groupes : la performativité du discours et les actes du langage indirect.

2.3.1. La performativité du discours et les actes de langage direct

La performativité du discours est un concept de la linguistique qui décrit la capacité du langage à accomplir des actions ou à réaliser des actes. Cela signifie que dans certains cas l'utilisateur de certaines formes de discours peut avoir un impact sur la réalité ou sur les comportements sociaux des interlocuteurs. Un acte de langage direct est une expression qui réalise directement une action ou un effet sur la réalité. Ils sont souvent utilisés dans le contexte politique, religieuse, etc. où les énoncés ont un pouvoir contraignant ; par exemple, prononcer

les vœux de mariage est un acte de langage direct qui engage les époux à respecter leurs engagements.

Il est important de noter que la performativité du discours est souvent liée aux actes de langage direct. En d'autres termes, la performativité du discours montre comment le langage peut être utilisé pour réaliser des actions concrètes et influencer les comportements et les attitudes sociales.

Il nous paraît important d'interroger le sens du discours religieux à partir de la notion de performativité telle qu'a été élaborée par Austin. Or, dans cette posture, faire intervenir d'autres philosophes du langage, mieux de la philosophie analytique s'avère, à tout point de vue, nécessaire. Et dans les limites de nos propos, nous nous intéressons particulièrement, en plus d'Austin, à Searle et pour de besoin de cause Orecchionni. Il est clair que la notion de jeux de langage ou d'acte de langage est opératoire sous le même modèle que celle de la performativité, d'une part et d'autre part, elles nous permettront d'interroger les discours cibles en tant qu'il est un acte de discours.

2.3.1.1. L'approche d'Austin

Austin (1911-1960) est un philosophe britannique qui a développé la théorie des actes de langage. Il est auteur d'un terme devenu récurrent en philosophie du langage et dans les sciences sociales celui de la performativité. Il introduit la notion de performativité pour décrire la notion du langage à accomplir des actions. Selon lui, les énoncés ne sont pas seulement des descriptions de la réalité, mais ils peuvent également avoir un effet sur le monde. L'auteur souligne que la performativité du discours dépend de certaines conditions, telles que la compétence linguistique du locuteur, le contexte social et culturel et la reconnaissance de l'autorité du locuteur. Par exemple, pour qu'un énoncé soit performatif, il doit être prononcé par une personne ayant l'autorité nécessaire pour accomplir l'action décrite.

La performativité désigne donc concrètement une action qui se réalise au moment de la profération, au sein même d'une verbalisation qui engage un agir. Car, c'est en ce moment de l'énonciation que se relève l'état de fait rétrospectivement pensé comme réalisé.

À l'entame de son hypothèse, Austin (1962 : 25) établit une différence entre les énoncés constatifs et les actes de langage performatifs. En fait, les constatifs sont des énoncés qui « représentent des faits différents d'eux-mêmes », tandis que les performatifs « sont le fait dont ils parlent, mais qu'ils ne décrivent pas ». Baylon et Fabre (2002 : 173) pensent que les énoncés performatifs « ont pour but de décrire le réel, donc de s'ajuster à lui. Le réel reste après

l'émission de l'énoncé, ce qu'il était auparavant ». Mais par la suite, Austin se rendra compte que tout énoncé revêt une multiplicité d'effet, et par conséquent, même les énoncés constatifs pourraient aussi agir sur des potentiels récepteurs. Par exemple *je te baptise au nom du Père, du Fils, et du Saint Esprit* ne décrivent pas le monde, ne sont donc pas susceptibles d'un calcul de vérité, mais agissent sur le récepteur. Enfin, Austin, dans la continuité de ces travaux va faire une nouvelle distinction, va poser que toute phrase complète, en usage, correspond à l'accomplissement d'au moins un acte de langage. Il distingue :

- le locutionnaire fait référence à l'acte de parler lui-même, c'est-à-dire à la production ou de mots. Ils sont les actions effectuées par l'énonciateur lorsqu'il produit un énoncé. Selon Austin, le locutionnaire est un prérequis pour les actes illocutionnaires, car ces derniers sont basés sur la signification des énoncés produits.

- le perlocutionnaire se réfère à l'effet que l'énoncé produit sur l'auditoire, comme une réaction émotionnelle ou un changement de comportement. Il est l'effet ou la conséquence que l'énoncé produit sur l'interlocuteur ou sur l'environnement. Selon Austin, le perlocutionnaire n'est pas un prérequis pour l'illocutionnaire, mais il peut influencer leur réalisation.

- l'illocutionnaire, quant à lui, se rapporte à l'intention ou au but de l'énoncé, comme donner un ordre ou faire une promesse. C'est l'objectif que l'énonciateur cherche à atteindre en produisant son discours. Les actes illocutionnaires sont donc des actes de langage qui ont une intention communicative précise, telle que convaincre, informer, promettre, demander, etc. Selon Austin, les actes illocutionnaires sont au cœur de la communication verbale et permettent de comprendre les intentions de l'énonciateur.

Il insistera beaucoup sur la notion d'actes illocutionnaires en ce sens qu'il n'existe véritablement en ce qu'il est reconnu comme tel par l'auteur. Ce travail d'Austin permettra Searle d'apporter une nouvelle reformulation à sa thèse.

2.3.1.2. La taxinomie de Searle

Searle est un philosophe américain qui s'est particulièrement intéressé à la philosophie du langage et de la philosophie de l'esprit. Disciple d'Austin, Searle, dans une logique de renouvellements des actes de la parole, propose une reformulation rigoureuse des différents aspects de ladite théorie. Il considère que les performatifs ne constituent qu'une partie réduite d'énoncés d'une langue. C'est la raison pour laquelle Ducrot (1972 :19) déclare :

Les performatifs ne constituent après tout qu'une classe d'énoncés assez restreinte nettement délimitée et qui a dans la langue est une situation marginale. D'autre part, les expressions "Je te promets, je t'ordonne" sont presque des formules stéréotypées, qui font penser à une sorte de rituel désacralisé.

Il va dans cette lancée se livrer à une réévaluation de la taxinomie qui est une classification des données en fonction de leur capacité à accomplir une action. Cette approche permet de mieux comprendre comment les mots peuvent avoir un impact sur le monde réel et comment la communication peut être utilisée pour accomplir des actions concrètes.

Dans les actes de langage, il pose clairement son projet, mieux sa compréhension de sa théorie : « Une théorie du langage fait partie d'une théorie d'action, tout simplement parce que parler est une forme de comportement régi par des règles [...] on peut dire bien des actes de langage, mais toute théorie purement formelle de ce genre est forcément incomplète. Cela reviendra à étudier le base-ball comme système formel de règles, et non pas en tant que jeu ». Searle (1972 : 53)

Pour Searle donc, l'énonciation est assujettie à des règles conventionnelles, mais différentes de celles qui assignent leur sens aux mots. À la différence de Benveniste, pour qui la phrase fait entrer l'analyse dans la sphère de la communication hors de l'objectivation de la langue elle-même, Searle situe l'unité minimale de la communication linguistique, non dans la phrase, mais dans la production de celle-ci, c'est-à-dire dans l'acte de langage.

En outre, il faut noter que Searle comme Austin rejettent la distinction constative/performative. Austin va se livrer à une réévaluation de la taxinomie des valeurs illocutoires en douze critères, dont quatre seulement ont été considérés comme critères de choix par Paveau et *alii.* (2003 : 213). L'auteur propose la catégorisation :

- (1) *Le but illocutoire (condition essentielle),*
- (2) *La direction d'ajustement, soit des mots avec le monde soit du monde avec les mots (conditions préliminaires qui inclut aussi le statut des locuteurs),*
- (3) *L'état psychologique exprimé (condition de sincérité),*
- (4) *Le contenu propositionnel (un rapport sur le passé ou le futur).*

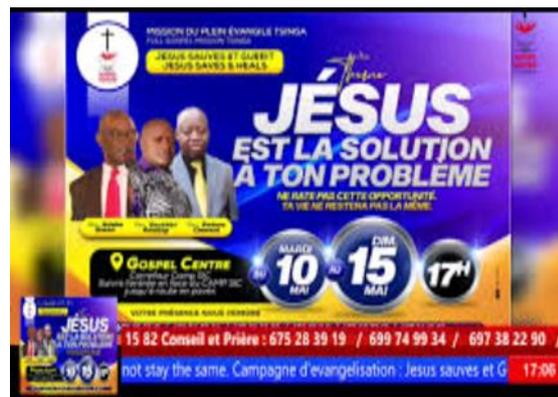
En fait, poursuivant cette théorisation, Searle proposera de distinguer cinq types d'actes de discours en fonction de leur direction d'ajustement, c'est-à-dire de la manière dont ils engagent le rapport entre les mots et le monde. Aussi aboutit-il à la classification des productions langagières en cinq grandes familles d'énoncés :

- les énoncés déclaratifs (décréter, nommer, ouvrir une séance...), *provoquer un changement par notre déclaration.* (Eluerd 1985 : 164) est l'objectif visé par les actes déclaratifs. En effet, ce sont dont l'accomplissement heureux provoque toujours la mise. En correspondance du contenu propositionnel avec la réalité. La direction d'ajustement va du monde au mot en même temps qu'ils modifient le monde en fonction des mots. De ces discours nous avons :

[D1] Madzo, Yaoundé Awaé Escalier, 2023



[D2] Madzo, Yaoundé Awaé Escalier, 2023



Au regard de ces énoncés, on peut dire que ces discours sont tenues par l'émetteur qui exprime une croyance religieuse. Le discours (1) exprime une croyance chrétienne en la nature éternelle de Jésus-Christ, qui est considéré comme immuable et constant dans le temps. Cette affirmation souligne également la continuité de son message et de son enseignement à travers les âges. Le discours (2) suggère que Jésus est capable de résoudre les problèmes de l'individu. Elle est aussi une invitation à se tourner vers la foi en Jésus pour trouver la paix et le réconfort. Cette déclaration est basée sur la croyance chrétienne que Jésus est le sauveur de l'humanité et qu'il est capable de guérir les blessures spirituelles et émotionnelles de l'individu. Toutefois, ajoutons aussi à ces actes une classe qui relève des données d'engagement.

- les assertifs (affirmer, constater...) ce sont ceux dont le propos engage la responsabilité du locuteur sur l'existence d'un état de chose, sur la vérité de la proposition exprimée. Il va toujours des mots au monde, ses paroles devant se conformer à la réalité qu'il évoque.

[D3] Madzo, Yaoundé Mfou 2023



[D4] Madzo, Yaoundé Nguosso, 2023



Ces deux assertions sont des affirmations de la foi chrétienne. Le discours (3) *Dieu de la Bible vit encore* affirme que Dieu, tel que décrit dans la Bible, est toujours présent et actif dans

le monde aujourd'hui. L'énoncé (4) *Jésus est venu libérer les captifs* fait référence à la mission de Jésus-Christ, qui est décrite dans la Bible comme étant venu pour libérer les gens de leurs péchés et leurs captivités spirituelles. Ces deux affirmations sont importantes pour les chrétiens car elles soulignent l'idée que Dieu est toujours présent et actif dans le monde, et que Jésus-Christ est un sauveur personnel qui peut libérer les gens de leurs péchés et de leurs souffrances.

- les énoncés directifs (ordonner, conseiller, recommander, avertir, suggérer,...) sont des impératifs. La fonction linguistique indicative est dominante : l'interlocuteur. Ce dernier est sommé de se conformer au dire du locuteur. Ce sont des actes par lesquels un locuteur tente de faire agir son récepteur. Ces actes sont orientés vers ce dernier car il s'agit pour celui-ci de satisfaire l'intention contenue dans le propos de l'orateur. D'après Searle (cité par Kerbrat-Orecchioni, 2001 : 20), « ils constituent des tentatives de la part du locuteur de faire quelque chose par l'auditeur ». C'est même le prototype des actes de langage car le locuteur espère obtenir une certaine réaction du récepteur par leur accomplissement. C'est pourquoi, la direction d'ajustement va du monde aux mondes. Voici quelques illustrations :

[D5] Madzo, Yaoundé ELIG- Essono 2023



[D6] Madzo, Yaoundé ELIG- Essono 2023



En parcourant ces discours, nous constatons qu'ils ont le même contenu propositionnel qui est « l'accomplissement d'une action par l'auditeur » Armengaud (2007 : 87). Elles ont respectivement les valeurs d'invitation et d'affirmation. L'énoncé (5) *Quand Dieu t'appelle, ta vie ne peut plus jamais être tranquille. Ne baisse pas les bras* est une invitation à persévérer dans la foi malgré les difficultés que l'on peut rencontrer. Elle peut être considérée comme un encouragement à ne pas abandonner sa relation avec Dieu. L'énoncé (6) *oint pour réussir* est une assertive car elle affirme que l'on a été oint pour réussir, sans donner d'alternative ou de possibilité de choix. Elle peut être perçue comme une déclaration de confiance en soi et en sa capacité à réussir grâce à une bénédiction divine ou à un talent particulier. L'homme de Dieu

veut susciter une réaction de la part de ceux-ci. Du reste, si avec les directifs le récepteur est la principale cible, il n'en est pas de même avec les promissifs.

- les promissifs (promettre, remercier...) sont des énoncés qui engagent les locuteurs dans un rapport d'obligation vis-à-vis de l'interlocuteur. Leur intention est d'établir une correspondance entre le monde et les mots. Il en est de même des expressifs.

[D6] Madzo, Yaoundé ELIG- Essono 2023



[D7] Madzo, Yaoundé ELIG-Essono 2023



Les énoncés promissifs expriment des invitations à vivre sa vie en accord avec les valeurs spirituelles, à croire en ces capacités et en Dieu pour surmonter les défis de la vie, et à chercher les moyens de contribuer positivement au monde autour de soi. Le discours (6) suggère que la crainte de Dieu peut être un facteur de sécurité dans un mariage. Cela peut être interprété comme une invitation à prendre en compte les valeurs spirituelles dans une relation de couple, ou comme un avertissement contre les comportements irrespectueux envers son conjoint. L'énoncé (7) suggère que chaque personne a une mission à accomplir dans cette crise. Cela peut être interprété comme une invitation, à chercher un sens à cette période difficile et à chercher des moyens de contribuer positivement à la société pendant cette crise. Dans l'ensemble, ces énoncés peuvent être considérés comme des invitations à vivre sa vie en accord avec les valeurs spirituelles et à chercher les moyens de contribuer positivement au monde autour de soi. Ils suggèrent que la foi peut être un moyen important pour surmonter les défis de la vie.

- les expressifs (féliciter, remercier...) sont relatifs aux actes sociaux. Ils constituent une classe d'énoncés sans direction d'ajustement. Ils expriment un contenu propositionnel selon l'état psychologique spécifié dans la condition de sincérité de leur énonciation. C'est d'ailleurs pourquoi Austin (1970 :161) les nomme *les comportatifs*. Searle (cité par Kerbrat-Orecchioni 2001 : 21) soutient que, les actes expressifs expriment « l'état psychologique spécifié dans la condition de sincérité vis-à-vis d'un état de chose spécifié dans le contenu propositionnel » l'émetteur les utilise dans les cas suivant :

[D8] Madzo, Yaoundé ELIG- Essono2023



[D9] Madzo, Yaoundé ELIG- Essono 2023



Ces énoncés expriment une forte conviction en la présence de Jésus dans la vie de la personne qui parle. Ils témoignent d'une expérience personnelle de paix et de joie apportées par la foi en Jésus, ainsi que d'une certitude quant à son rôle de sauveur et de guide spirituel. La personne exprime également son désir que les autres puissent connaître cette même expérience de l'amour de Jésus dans leur vie. Ces énoncés sont très expressifs et témoignent d'une grande émotion et d'une profonde conviction religieuse. L'énoncé (8) « Jésus le prince de paix » exprime la conviction que Jésus est celui qui apporte la paix dans la vie de la personne. Elle met en avant le titre « prince de paix » attribué à Jésus dans la Bible. Le discours (9) « vivre le règne de Dieu et la puissance divine dans sa vie » exprime le désir de vivre sous le règne de Dieu et de ressentir la puissance divine dans sa vie. Elle témoigne d'une conviction que Dieu est présent et agissant dans le monde. Elle exprime également un désir de vivre en harmonie avec la volonté de Dieu et de s'ouvrir à sa guidance spirituelle

Comme on peut le constater, la classification searlienne des actes de discours ou des énonciations constitue bien un élément indispensable pour l'analyse des discours des campagnes d'évangélisation. Car, ils peuvent permettre d'étudier non seulement les récits et discours constitutifs d'évangélisation, mais aussi le sens plénier des différents actes de prédication à la liturgie.

2.3.1.3. La synthèse de Kerbrat-Orecchioni sur les actes de langage directe

Kerbrat-Orecchioni est une linguiste française qui a travaillé sur la performativité du discours. Connue entre autres pour ses travaux sur l'énonciation, l'implicite, les interactions verbales et l'analyse du discours, elle a proposé une théorie sur la performativité qui se concentre sur les actes linguistiques et leurs capacités dans le monde réel. Elle

s'appuie abondamment sur les thèses de ses prédécesseurs. Selon l'auteure, les actes performatifs ne sont pas simplement des énoncés qui produisent une action, mais, ils ont une dimension sociale et institutionnelle, par exemple un mariage ou un licenciement. Ils sont liés à des normes et des conventions qui régissent leur utilisation dans une communauté sociale donnée. Elle s'intéresse également aux marques linguistiques qui signalent l'intention de l'énonciateur et qui permettent de distinguer les différents types de performatifs (comme les verbes performatifs *je déclare ; je recommande ; je préviens ; etc...*).

Kerbrat-Orecchioni a également étudié les actes de langage indirect qui sont souvent utilisés pour exprimer une intention communicative portée par un énoncé performatif. Par exemple, *dire il fait un peu si chaud ici* peut être une manière indirecte de demander à quelqu'un d'augmenter la climatisation. En outre, pour Kerbrat-Orecchioni, la performativité du discours est la notion importante en linguistique qui met en évidence la capacité du langage à produire des actions dans le monde réel.

2.3.2. Les actes de langage indirect ou l'implicite

Les actes de langage implicite dont l'intention est d'accomplir quelque chose ne sont pas toujours perceptibles de la même façon et au même degré par les interlocuteurs. C'est le lieu par excellence du langage tourné. Certains actes dépendent, pour leur accomplissement, de la situation d'énonciation en tenant compte des paramètres extralinguistiques. Ces actes dont l'accomplissement ne tient pas toujours compte des mots et de la syntaxe d'un énoncé sont indubitablement les actes implicites.

Berrendonner (1981 : 12), à partir de *l'organisation en Y*, considère l'implicite comme « toutes les significations occasionnelles qui sont manifestées dans chaque événement d'énonciation par la rencontre d'une occurrence d'énoncé avec les conditions contextuelles interpersonnelles, etc. ».

L'acte indirect ou implicite dans ce développement connaît trois grands aspects que nous considérons dans ce travail les présupposés, les sous-entendus et les négations polémiques.

2.3.2.1. Le présupposé

Un énoncé en présuppose un autre, lorsque toutes les informations qui, sans être ouvertement posées, sont cependant automatiquement entraînées par la formulation de l'énoncé dans lequel elles se trouvent intrinsèquement inscrites. En clair, la présupposition est une croyance ou une hypothèse qui est supposée être vraie avant même qu'une déclaration ne soit faite. Elle est souvent utilisée pour changer la façon dont l'interlocuteur perçoit une

information. Cela suppose que le locuteur ne fait pas une offre directe, mais plutôt une présupposition. Le présupposé est souvent utilisé en rhétorique pour parler indirectement ou donner une autre vision de la réalité.

Selon Oswald Ducrot (1984 : 50), le présupposé linguistique peut se réduire à l'énoncé seul sans faire appel à des connaissances particulièrement relatives à la situation de communication. Le présupposé dérive donc les mots et expressions de l'énoncé ou encore de la syntaxe. Il est perçu par Nuchèze et Colletta (2002 : 80), comme « toute information d'arrière-plan véhiculée sans en constituer l'objet discursif ». Il existe des éléments qui permettent d'avoir plein accès à une information non clairement exprimée.

On peut, à cet effet, parler des présupposés comme des suppositions sous-jacentes que nous faisons dans notre communication sans même nous en rendre compte. Ils sont des éléments importants de notre compréhension du langage, car ils nous permettent de remplir les lacunes entre ce qui est dit et ce qui est entendu. Les objectifs des présupposées peuvent varier selon le contexte, mais en général, ils peuvent servir à :

- économiser le temps et l'espace de communication en faisant des suppositions sur ce qui est implicite dans une conversation.
- faciliter la compréhension et la communication efficace en faisant des hypothèses qui aident à clarifier les messages.
- renforcer les relations et la confiance en montrant que nous partageons les mêmes hypothèses et que nous comprenons mutuellement ce qui est urgent ou important.
- éviter des conflits en utilisant les présupposés pour minimiser les accords et les malentendus.

Cependant, les présupposés peuvent avoir des effets négatifs s'ils sont utilisés pour manipuler les gens ou la tromperie ou s'ils ne sont pas remis en question lorsqu'ils sont incorrects ou injustifiés.

C'est dans ce sens que les présupposés font parties des multiples entées dans l'analyse du discours afin d'en dégager le préconçu ou le préjugé du locuteur-émetteur. On peut conclure qu'il y'a des éléments clés dans les communications, car ils permettent de fournir des informations supplémentaires, suggérer des vérités, influencer l'opinion et créer des images mentales, ceci en relation avec le sous-entendu.

2.3.2.2. Le sous-entendu

Le sous-entendu est une figure de style qui consiste à exprimer une idée ou un sens caché dans une phrase ou une expression. Il s'agit d'une forme de communication implicite, où le

sens n'est pas exprimé ouvertement mais doit être déduit par le destinataire. Ducrot (1984 : 50) les qualifie de présupposés non linguistiques ou d'implicites. Allant dans le même sens, Dubois et *alii* pensent (1973 : 448) diront « qu'on appelle sous-entendu ce qui, dans la phrase effectivement réalisée, n'est pas exprimée, mais qui est impliquée par l'interprétation sémantique ou par le cadre syntaxique auquel correspond cette phrase ». Si les présupposés peuvent se déduire à partir des énoncés eux même, les sous-entendus, quant à eux, ne sont perceptibles que compte tenu de la situation de communication. Ainsi, le locuteur laisse entendre une information sans la donner et le récepteur doit la construire à partir de certains indices pour que la première information ait un intérêt. À en croire Kerbrat-Orecchioni, le sous-entendu est constitué de toutes les informations qui sont susceptibles d'être véhiculées par un énoncé donné, mais dont l'actualisation reste tributaire de certaines particularités du contexte énonciatif.

Ils tiennent compte des éléments dont disposent les interlocuteurs au moment de l'énonciation. Le récepteur est ainsi responsable et interprète la situation selon ses connaissances, sa personnalité, son intelligence. Il faut néanmoins noter que l'émetteur donne tous les éléments possibles susceptibles de conduire à la compréhension du message.

Le principe des sous-entendus inclut l'usage de structures linguistiques ambiguës ou à double sens ainsi que des expressions idiomatiques ou des métaphores qui peuvent contenir une signification cachée. Les indices contextuels tels que le ton, ou le contexte de la communication implicite.

À ce stade, l'implicite, dans toutes ses formes, joue un grand rôle dans la communication. Ce rôle peut être celui de la persuasion, en raison du fait que l'objectif de ces messages est de persuader, convaincre, encourager, consoler, changer, etc. Par le présupposé, l'émetteur attire le récepteur par des prédictions sur les conseils, des avertissements et par l'usage du sous-entendu, le locuteur présente l'image de Dieu bâtisseur, suprême. Cependant, le sous-entendu peut-être difficile à interpréter et peut entraîner des malentendus lorsqu'il est utilisé de manière inappropriée ou abusive. Il est important de prendre en compte le contexte et le destinataire lors de l'usage des sous-entendus afin de s'assurer que le message est compris de manière claire et sans ambiguïté.

2.4. L'ARTICULATION ENTRE LA RHÉTORIQUE ET LA PRAGMATIQUE DU DISCOURS DANS L'ÉTUDE

La rhétorique et la pragmatique du discours sont deux domaines distincts de l'étude du discours, mais ils sont étroitement liés et complémentaires. Ils sont deux aspects importants de

la communication. La rhétorique se concentre sur les techniques utilisées pour persuader le public. Elle concerne principalement les aspects formels du discours, tels que la manière dont les mots et les phrases est choisis et organisés pour persuader, convaincre ou informer un public. La pragmatique du discours, que quant à elle, se concentre sur l'usage du langage dans des contextes spécifiques pour atteindre des objectifs sociaux. En d'autres termes, elle concerne les aspects fonctionnels du discours, tels que la manière dont le langage est utilisé pour accomplir des actions, comme donner des ordres, poser des questions ou exprimer des émotions. Convoquer la rhétorique et la pragmatique du discours dans notre étude revient à s'intéresser à la fois aux aspects formels et fonctionnels du langage dans une logique complémentaire. Par exemple, dans le discours religieux, on peut analyser comment les orateurs religieux utilisent des techniques rhétoriques (des mots et des phrases choisis avec soins) pour persuader le public de l'importance de leur message, tout en examinant comment ces mots sont perçus et interprétés par l'auditoire en fonction de son contexte socioculturel et de ces attentes.

En clair, le cadre théorique de la rhétorique et pragmatique est important car il permet de mieux comprendre comment les orateurs réussissent à influencer et à convaincre leur auditoire, mais aussi comment leurs auditeurs interprètent et évaluent les discours qui leur sont adressés.

2.4.1. Approches méthodologiques de l'étude

Le travail initial de toute recherche scientifique est la construction de l'objet d'étude. Ainsi, pour y parvenir, il faut élaborer une méthode précise à la lumière des objectifs visés. La méthode désigne la manière de construire sa pensée, de dire ou de faire quelque chose suivant certains principes et avec un certain ordre. C'est aussi une stratégie ou un cheminement adopté par un chercheur pour atteindre ses objectifs. Elle suit un certain principe et un raisonnement logique afin d'aboutir aux résultats qui sont des réponses aux différentes interrogations que se pose le chercheur.

A cet égard, Muchelli (2009 : 205) définit la méthode comme « un engagement spécifique de techniques de recueil et techniques de traitement, appropriés à la résolution d'une problématique de recherche ». Au regard de cette définition, une étude sur le discours d'évangélisation à Yaoundé ne saurait se faire sans une méthode rhétorico-pragmatique convenable. Étant donné que notre travail s'avère praxéologique, nous avons adopté une méthode basée sur la collecte des données issues des discours évangéliques ; une démarche empirico-inductive et un traitement qualitatif et quantitatif des données.

2.4.2. La construction du corpus (types de religion, temps, espace)

Le travail de recherche que nous menons tient d'un corpus dont les données relèvent d'une grande ville camerounaise : Yaoundé. Cette métropole est établie sur des fondements sociolinguistiques divers.

Surnommée *ville aux sept collines*, Yaoundé est la capitale politique du Cameroun depuis 1922. Avec une population estimée à 2 785 000 habitants (2015), Yaoundé est une ville multiculturelle avec des pratiques religieuses diverses. La religion prédominante est le christianisme (les catholiques, les protestants, les orthodoxes) est la plus répandue, avec environ 70% de la population. L'islam a environ 20% de la population. Les religions traditionnelles qui occupent sensiblement 3,6% de la population. Elles sont moins présentes dans la ville. Et enfin les autres religions (bahaïsme, hindouisme, judaïsme) qui représentent 1% de population. La ville de Yaoundé est un lieu de coexistence entre différentes religions, chacune ayant ses lieux de culte et sa propre communauté.

Notre étude est centrée sur les discours de campagne d'évangélisation des églises dites de réveil. Ces églises utilisent souvent des stratégies qui sont conçues pour toucher le public et l'amener à se convertir. Ces églises sont à la recherche de la notoriété, attirent des foules et surtout des femmes.

Nous avons privilégié la démarche empirico-inductive qui s'appuie sur des situations réelles de communication sociale et de production de l'activité langagière. Elle se concentre sur l'observation et l'expérience pour analyser des phénomènes sociaux. Elle est de ce fait en étroite relation avec la vision ethnométhodologie d'où découle l'interactionnisme et l'analyse du discours. Cette méthode est ainsi privilégiée parce qu'elle nous permet de tendre objectivement vers des solutions et des lois vérifiables et fiables pour les études rhétorique et pragmatique. Blanchet (2000 : 30) fait valoir que « les méthodes empirico-inductives consistent à s'interroger sur le fonctionnement et sur la signification de phénomènes humains qui éveillent la curiosité du chercheur, à rechercher les réponses dans les données ». Pour atteindre ces objectifs, nous avons adopté une exploitation qualitative et quantitative des données.

2.4.4. La démarche empirico-inductive de l'analyse

Dans le domaine de la recherche scientifique, deux grandes démarches s'opposent généralement. Il s'agit de la démarche hypothético-déductive et d'autre part, de la démarche empirico-inductive.

Nous avons privilégié la démarche empirico-inductive qui s'appuie sur des situations réelles de communication sociale et de production de l'activité langagière. Elle se concentre sur l'observation et l'expérience pour analyser des phénomènes sociaux. Elle est de ce fait en étroite

relation avec la vision ethnométhodologie d'où découle l'interactionnisme et l'analyse du discours. Cette méthode est ainsi privilégiée parce qu'elle nous permet de tendre objectivement vers des solutions et des lois vérifiables et fiables pour les études rhétorique et pragmatique. Blanchet (2000 : 30) fait valoir que « les méthodes empirico-inductives consistent à s'interroger sur le fonctionnement et sur la signification de phénomènes humains qui éveillent la curiosité du chercheur, à rechercher les réponses dans les données ». Pour atteindre ces objectifs, nous avons adopté une exploitation qualitative et quantitative des données.

Conclusion

À la fin de ce chapitre, nous retenons que la sociopragmatique est le cadre théorique principale de cette recherche qui s'inscrit dans le domaine du fonctionnement rhétorico-pragmatique des discours. Sa perspective interactionniste et la théorie des actes de langage sont alors deux approches qui guideront l'étude. Nous emploierons la méthode empirico-inductive à travers un traitement de données qualitatif et quantitatif. Ces approches théoriques et méthodologiques vont guider notre analyse vers des objectifs escomptés. Il est judicieux de scruter les paramètres rhétorico-pragmatiques des discours.

Conclusion de la première partie

En définitive, cette première partie nous a permis de développer au premier chapitre les indicateurs socioculturels et religieux dans le contexte d'émergence des discours de campagne d'évangélisation. En effet, il était question pour nous de présenter la ville de Yaoundé et son contexte multiforme avec les différentes crises, éthiques, spirituelles, socioprofessionnelles, financières... Ainsi nous avons passé en revue les différentes religions effectives dans la ville de Yaoundé et leur positionnement social en quête des fidèles. Leurs lieux de diffusion ne sont pas en reste car, chaque religion a un lieu précis où elle exerce son plein essor.

Le second chapitre sur les repères théorico-méthodologique à son tour a mis en avant la théorie adoptée pour ce travail de recherche et la méthode adéquate. De ce fait, nous avons opté pour la rhétorique et la théorie des actes de langage avec Searle. La partie consacrée à la méthodologie pour ce travail de recherche est axée sur la méthode de collecte et d'analyse des données. Nous avons opté pour la démarche empirico-inductive afin d'aboutir à l'étude qualitative et quantitative qui débouchent sur des résultats escomptés.

**DEUXIÈME PARTIE : COMPOSANTE RHÉTORICO-
PRAGMATIQUE DES DISCOURS DE CAMPAGNE
D'ÉVANGÉLISATION**

Introduction de la deuxième partie

La campagne d'évangélisation est une série d'activités organisées par une organisation religieuse ou une communauté de croyants pour partager leur foi et convaincre les non-croyants de rejoindre leur religion. Cette partie se propose d'analyser les outils rhétoriques, pragmatiques et linguistiques qui entrent en jeu dans les discours de campagne d'évangélisation. Il convient alors de souligner l'importance de l'analyse discursive pour expliquer comment les discours sont construits et interprétés. L'hypothèse est que les énoncés produits par les locuteurs réels doivent être examinés dans leur contexte spécifique afin de comprendre comment ils fonctionnent sur le plan rhétorique et pragmatique. Dans cette partie, il est nécessaire de prendre en compte les aspects formels et les aspects fonctionnels des discours pour en saisir toute la portée et la signification. L'objectif de cette partie est de disséquer les énoncés pour comprendre la structure et les effets sur les destinataires, en se basant sur une analyse fine des contextes d'énonciation. Ainsi, quelles sont les stratégies rhétorico-pragmatiques utilisées les locuteurs des discours de campagne d'évangélisation ? Comment les discours influencent-ils les perceptions du public et façonnent leur opinion ? La réponse à ces questions nous permettra d'aboutir. Tour à tour aux composantes rhétoriques mobilisées et les outils pragmatiques mis en œuvre.

**CHAPITRE 3 : INSCRIPTION DES DISCOURS DE
CAMPAGNE D'ÉVANGÉLISATION DANS LA RHÉTORIQUE
CLASSIQUE**

Introduction

Aristote définit la rhétorique (2938 : I, ii, 1355 b 25) comme l'art de persuasion : « la rhétorique est la faculté de considérer, pour chaque question, ce qui peut être propre à persuader ». Dans la même lancée, Située dans un cadre communicationnel, la rhétorique est conçue selon Perelman comme « l'ensemble des moyens verbaux par lesquels un orateur tente de provoquer ou de renforcer l'adhésion d'un auditoire aux thèses qu'il présente à son assentiment ». En d'autres termes, un locuteur veut agir sur son allocataire, non à travers un acte de discours ponctuel, mais dans le cadre d'un échange qui comporte ses règles propres. L'analyse discursive peut être également permettre de mettre en évidence les différents types de discours rhétoriques utilisés par les locuteurs pour persuader l'auditoire. Parmi lesquels, on peut citer le discours épideictique (qui vise à blâmer), le discours libératif (qui vise à convaincre, à prendre une décision) ou encore le discours judiciaire qui vise à persuader un juge ou un tribunal). Dans le cadre de cette analyse, des preuves utilisées par les locuteurs sont également essentielles pour étayer un argument ou une proposition et persuader le public. Les preuves peuvent être de différents types à savoir : des arguments logiques, empiriques ou factuels, etc... L'analyse discursive permet ainsi de déterminer comment les discours sont construits et interprétés.

3.1. L'EXPLOITATION DES RESSOURCES DE L'ART ORATOIRE

Au croisement de la rhétorique et l'éloquence, l'art oratoire est l'art de convaincre, d'émouvoir par la parole. Elle est particulièrement prisée chez les grecs anciens, comme une technique de communication, la science de bien parler. Cette pratique combine deux compétences à la fois : éloquence (facilité à bien s'exprimer) et rhétorique (ensemble des techniques qui mènent à la persuasion). C'est Cicéron (1831) qui est le premier à proposer la théorie de l'art oratoire avec l'essai philosophique *oratoire*. Il pense « qu'on naît poète et on devient orateur ».

La rhétorique est l'art de l'action du discours sur les esprits, « une technique, un art oratoire ». Plus précisément, selon Amossy (2006 : 6) : « telle qu'elle a été élaborée par la culture de la Grèce antique, la rhétorique peut être considérée comme une théorie de la parole efficace liée à une pratique oratoire ». La rhétorique est d'abord l'art de l'éloquence. La rhétorique traditionnelle comportait cinq parties à savoir :

- *l'inventio* (invention : art de trouver des arguments et des procédés pour convaincre),

- *la dispositio* (disposition, l'art d'exposer des arguments de manières ordonnée et efficace),
- *l'élocutio* (élocution, art de trouver des mots qui mettent en valeur les arguments),
- *l'actio* (diction, gestes de l'orateur, etc.),
- *la memoria* (procédés pour mémoriser le discours).

L'art oratoire est l'utilisation habile de la parole pour persuader, informer ou divertir le public. Il fait référence à un ensemble de techniques et de compétences de communication verbale visant à convaincre, persuader ou impressionner le public. Dans le contexte de l'évangélisation, l'utilisation de l'art oratoire apparaît comme un outil puissant pour communiquer, transmettre des messages inspirés de l'évangile et susciter une réponse positive aux auditeurs. L'exploitation de l'art oratoire, dans les discours d'évangélisation, consiste à utiliser des techniques qui permettent de renforcer la mémorisation des messages transmis, de les rendre plus efficaces et de susciter des émotions chez l'auditoire. Ces preuves peuvent être :

3.1.1. La mobilisation des figures de style

La rhétorique au XIX^{ème} siècle, la rhétorique a été réduite à l'étude des figures de style. Parmi les théoriciens, le groupe Mu et J. Cohen (cité par Réboul, 1991 :13) la définissent comme *l'étude des styles et plus particulièrement des figures*. La rhétorique est donc l'étude des figures de style. Par figures, Fontanier (1967 : 20) entend : « les formes, les traits ou les tours plus ou moins remarquables et d'un effet plus ou moins heureux pour lesquels dans l'expression des idées, des pensées ou des sentiments ; s'éloignent plus ou moins de ce qui en eut été l'expression simple et commune ». Ainsi, nous avons les figures de de sens et celles de construction.

Elles portent sur le sens. Elles consistent à employer un terme avec un sens qu'il n'a pas d'habitude. Dumarsais (1988 : 69) explique bien cette idée lorsqu'il affirme que les figures de style de sens sont appelées ainsi parce que, « quand on prend un mot dans un sens figuré, on le tourne pour ainsi dire, afin de lui faire signifier ce qu'il ne signifie pas dans le sens propre ». Parmi les figures de sens, notre corpus regorge la métaphore, la comparaison, l'hyperbole.

3.1.1.1. La métaphore

Vulgairement, la métaphore est la comparaison sans outil comparatif. Elle s'appréhende aussi comme une image, une acception nouvelle à un terme qui renvoyait déjà à un référent connu. Selon Gérard (1966 : 18), « la métaphore repose donc sur un phénomène d'intersection sémique entre les unités mises en jeu ». La métaphore joue un rôle important quand on veut

amener l'autre à adhérer à sa thèse. Elle dévoile, dans ce cas, la subjectivité du locuteur. On peut l'observer dans les discours suivants :

[D10] Madzo, Yaoundé Mendong, 2023



[D11] Madzo, Yaoundé Minboman, 2023



[D12] Madzo, Yaoundé Mendong 2023



Les trois discours sont des métaphores. Le discours (10) *la nuit de la grande grâce* représente un moment de révélation ou d'illumination spirituelle intense. Cette figure de style crée une image forte dans l'esprit de l'auditeur et renforce l'impact émotionnel du discours. Elle suggère que la grâce divine est comme une nuit qui tombe sur le croyant. Illuminant son esprit et lui donnant une vérité spirituelle. L'énoncé (11) *l'ouverture des portes fermées*, représente un moment de percée ou de victoire spirituelle. Cette figure de style crée une image positive et encourageante, soulignant la capacité de Dieu à ouvrir des portes qui semblaient fermées et à donner accès à des bénédictions divines. Le discours (12) décrit un moment de jugement divin ou de justice imminente. Elle crée une image sombre et dramatique dans l'esprit de l'auditeur, soulignant l'importance de vivre une vie juste et droite. La métaphore dans les discours de campagne d'évangélisation vise à créer des images puissantes et émotionnelles qui captivent l'attention de l'auditoire et incitent à réfléchir sur leur relation avec Dieu. Elles sont

[D15] Madzo, Yaoundé-Mendong, 2023



[D16] Madzo, Yaoundé-Ngoussou, 2023



Le discours (15) *Le Dieu qui répond par le feu*, est une personnification qui attribue une caractéristique humaine au divin. Cette figure souligne la puissance et la force de Dieu, ainsi que sa capacité à intervenir de manière spectaculaire dans le monde des hommes. Elle suggère que Dieu est capable de répondre rapidement et avec autorité aux prières et aux supplications des croyants. L'énoncé (16) *La nuit du surnaturel*, contient une personnification "de la nuit", qui est présentée comme ayant une volonté et une capacité à agir de manière surnaturelle. Cette phrase est également très imagée, avec l'image de la nuit qui déchire le ciel et descend. Cette personnification crée une ambiance mystique et dramatique.

3.1.1.4. L'allégorie

Une allégorie est une figure de style qui utilise une histoire ou une image pour représenter une idée abstraite ou une vérité morale. Elle est souvent utilisée pour illustrer un concept complexe ou difficile à comprendre en le comparant à quelque chose de plus concret et familier.

[D17] Madzo, Yaoundé-Tam-tam, 2023



[D18] Madzo, Yaoundé-Damas, 2023



Ces deux phrases sont des allégories, c'est-à-dire qu'elles utilisent des images ou des symboles pour représenter une idée abstraite. Dans ces cas-ci, les allégories utilisent des termes religieux pour représenter des solutions à des problèmes personnels. Le discours (17) *DIEU, ce secours toujours présent en temps de détresse*, Dieu est présenté comme un secours en temps de

détresse. Encore une fois, cela peut être interprété de différentes manières, mais cela suggère que la foi en Dieu peut apporter une aide dans les moments difficiles. L'utilisation de l'image de Dieu est une allégorie pour représenter cette idée. Dans le discours (18) *Jésus est la solution à ton problème*, Jésus est présenté comme une solution à un problème. Cela peut être interprété de différentes manières, mais généralement, cela signifie que la foi en Jésus peut apporter une aide ou un soutien dans les moments difficiles. L'utilisation de l'image de Jésus est une allégorie pour représenter cette idée. Dans ces deux cas, les allégories utilisent des termes religieux pour représenter des solutions à des problèmes personnels.

3.1.1.5. La métonymie

La métonymie est un transfert de sens qui consiste à conférer à un mot un sens reconnu ordinairement à un autre mot, de façon que le lecteur identifie non pas l'objet explicitement désigné mais celui auquel il fait allusion. Fromilhague et Sancier (1991 : 117) parlent de cette « implication réciproque entre l'objet référé. Elle implique un transfert d'ordre logique qu'on nomme association par contiguïté entré Sé et Sé 2 ». Nicolas (2001 : 103) présente plusieurs groupes de métonymie tels que : la métonymie du tout pour la partie, la métonymie de la matière, la métonymie du contenant pour le contenu, celle de l'effet pour la cause, celle du lieu, etc. Les discours suivants en témoignent.

[D19] Madzo, Yaoundé-Mendong, 2023



[D20] Madzo, Yaoundé-Nsam, 2023



Dans ces discours, la métonymie est utilisée pour représenter des idées et des concepts. Dans le discours (19), nous nous intéressons au discours suivant : « 3 jours spéciaux du surnaturel ». Le concept qui attire notre attention est « le surnaturel ». Ce mot a reçu un transfert de sens du concept de « la puissance divine ». « 3 jours du surnaturel » veulent dire que les invités seront en présence de la puissance divine tout au long du programme. Cette métonymie

est employée dans ce cas pour présenter la manifestation du pouvoir ou de la puissance divine à l'auditoire.

Dans le discours (20) « une autre espèce de la main du potier », la métonymie est utilisée pour représenter la création de quelque chose de nouveau. « La main du potier » est utilisée pour représenter le processus de création et l'utilisation du terme « une autre espèce » suggère quelque chose de nouveau ou d'unique. Par ailleurs, « la main du potier » est métonymie de la partie pour le tout, car la main représente Dieu dans sa plénitude.

3.2. Les genres de discours oratoires

Selon la Rhétorique d'Aristote, il existe trois genres de discours oratoires à savoir : le délibératif, le judiciaire et le démonstratif ou épideictif. Les discours d'évangélisation comportent ces trois genres.

3.2.1. La présence des discours délibératifs

La résurgence des discours délibératifs fait référence à un mouvement dans lequel les citoyens, les politiciens et les décideurs se concentrent davantage sur le dialogue et les décisions pour résoudre les problèmes sociaux et politiques. Ils présentent de manière logique et structurée, différentes thèses et différents arguments qui s'opposent dans un débat. L'objectif du locuteur est d'imposer un point de vue tout en tentant à influencer et à orienter sa décision.

Dans la rhétorique antique, et en particulier chez Aristote, le genre délibératif est un genre d'exhortation et de dissuasion, portant sur l'avenir. C'est la raison pour laquelle Amossy (1999 : 171) fait valoir que le genre délibératif « consiste à orienter les décisions concernant l'avenir de la cité ».

Le discours délibératif obéit donc à un mouvement qui part d'une situation de doute pour tenter d'arriver à une certitude et à une conviction. Il tire sa force de cette apparente contradiction. L'usage de la rhétorique de la persuasion vise l'adhésion et joue sur les sentiments, les émotions.

Le discours délibératif renvoie à un discours dont la fonction est de persuader ou de dissuader. Il tente de faire agir, d'amener à faire un choix décisif. Dans la politique par exemple, le discours délibératif par excellence est le discours politique (s'adresser à l'assemblée ou au sénat), celui qui cherche à obtenir les voix des électeurs, qui rassemble les partisans d'un homme d'État autour d'une cause commune (le vote d'une loi). Aristote l'articule autour des concepts « d'utile » ou de « nuisible ». Les marques de ce genre sont les suivantes :

- Un objectif précis : le discours délibératif a pour objectif de persuader ou de dissuader l'auditoire de prendre une décision. L'orateur doit clairement identifier son discours dès le début de son discours.

- Une argumentation solide : l'orateur doit présenter des arguments pertinents pour soutenir sa thèse. Ces arguments doivent être logiques, pertinents et convaincants.

- Un auditoire large : le discours délibératif est généralement adressé à un auditoire large, composé de personnes qui ne sont pas forcément d'accord avec l'orateur. L'orateur doit donc adapter son discours à son auditoire et faire preuve de tacts.

Dans le domaine religieux, le discours qui exhorte à suivre les principes et dogmes d'une religion et qui est prononcé par une autorité religieuse est le sermon. Dans les discours de campagne d'évangélisation, les hommes de Dieu au Cameroun utilisent ce genre de discours pour convaincre les gens de se convertir ou de renouveler leur engagement envers leur foi. Ils utilisent une variété d'arguments pour soutenir leur thèse, tels que des arguments bibliques, des arguments rationnels et des arguments émotionnels. Cette résurgence est due à plusieurs facteurs, notamment : la diversification de la population évangélique qui conduit les orateurs à adapter leur discours pour toucher un public plus large ; l'émergence de nouvelles technologies (réseaux sociaux et médias en ligne) ont permis aux orateurs évangéliques de toucher un public plus large ; l'évolution des débats sur la religion est devenue plus complexe et plus polarisés. Les énoncés suivants présentent une allure de discours délibératifs :

[D31] Madzo, Yaoundé-Mfou, 2023



[D32] Madzo, Yaoundé-Mfou, 2023



Ces énoncés sont des exemples de références bibliques utilisés dans le genre délibératif pour renforcer l'argument du prédicateur. Le discours 31 « Jésus le prince de paix », tiré de Jean 14 : 27, souligne l'importance de la paix intérieure que Jésus peut apporter à ceux qui croient en lui. Le discours 32 « Le Dieu des miracles », tiré de Hébreux 13 : 6, souligne la continuité et la fiabilité de Jésus-Christ dans les miracles et les bénédictions qu'il peut apporter à ces disciples. Il s'agit de deux énoncés qui revêtent les critères du discours délibératif. Ce sont des énoncés qui conseillent et suggèrent. Le discours 31 conseille les auditeurs à se donner à Jésus, le prince de paix. C'est un discours qui vise à persuader les auditeurs au sujet de Jésus.

Le discours 32 va dans la même logique. Il présente un Dieu de miracle dans l'intention d'amener les gens à le suivre ou à l'accepter. Ces références bibliques aident à convaincre le public de la validité de la foi chrétienne et de la pertinence de Jésus-Christ dans leur vie. Ainsi, les discours délibératifs permettent de persuader efficacement le public de l'importance de leur message et de les encourager à prendre une décision en faveur de leur foi.

3.1.5. Les traces des discours épидictiques ou démonstratifs

Le discours épидictique est un type de discours qui vise à célébrer et à mettre en valeur certaines valeurs, les personnes, les événements ou objets. Il renvoie à un discours dont la fonction est de louer, blâmer ou d'instruire. Ce discours s'adresse à un auditoire réuni à l'occasion d'un événement particulier tel qu'un mariage, un décès, une réception officielle. Il est aussi utilisé par les sermons, les témoignages, les publicités religieuses ou les discours politiques. Aristote (I, III) dans le traité de rhétorique, distingue ce qui est noble de ce qui est vil, « le beau et le laid moral ». Il peut être utilisé pour inspirer, motiver, éduquer les auditeurs.

Ces discours épидictiques peuvent être utilisés pour louer les qualités d'une obédience religieuse en particulier ou pour encourager la pratique religieuse. Du point de vue religieux, le discours épидictique vise souvent à célébrer les qualités de Dieu, à condamner le péché ou les comportements immoraux. Les discours épидictiques peuvent donc être utilisés pour soutenir et renforcer les croyances et les pratiques religieuses, ainsi que pour construire une communauté de croyants unie par des croyances et des valeurs communes. Par exemple, les prédicateurs utilisent souvent les discours épидictiques pour illustrer les bienfaits de la foi, faire l'éloge de Dieu et de Jésus-Christ, et pour encourager l'auditoire à se convertir et à vivre selon les enseignements de l'Église. Nous trouvons cette catégorie de discours dans les affiches ci-dessous :

[D33] Madzo, Yaoundé- Elig-Essono, 2023



[D34] Madzo, Yaoundé-Elig-Essono, 2023



Le discours de campagne d'évangélisation présenté ci-dessus est un exemple de discours épideictique, qui vise à célébrer et à glorifier une idée ou une personne. Dans ce cas, l'orateur cherche à convaincre de la foi en Jésus-Christ et de l'amour inconditionnel qu'il offre à ses fidèles. Le discours met en avant la paix et l'assurance que Jésus apporte à ceux qui croient en lui. Il cherche à susciter l'enthousiasme et l'engagement de l'auditoire en invitant les gens à rejoindre cette 'aventure de foi' et à voir les merveilles que Jésus peut accomplir dans leurs vies. L'orateur utilise un langage émotionnel pour encourager les gens à se joindre à cette cause, en évoquant l'amour, la paix et la certitude que Jésus-Christ apporte.

3.1.6. Les marques du discours judiciaire

Le champ lexical de la justice, dans les discours d'évangélisation, est constitué d'un ensemble de mots et expressions qui relèvent du vocabulaire judiciaire. Nous pouvons identifier certains mots en question dans les discours ci-dessous :

[D35] Madzo, Yaoundé-Elig-Essono, 2023



[D36] Madzo, Yaoundé- Biyem-assi, 2023



[D 37] Madzo, Yaoundé-Damas, 2023



Les trois affiches ci-dessus présentent trois discours dans lesquels nous identifions des mots qui renvoient à la justice. Dans le [D35], nous avons le mot « plaidoirie ». La plaidoirie est l'action de plaider, c'est le discours d'un avocat qui plaide. Ce discours nous permet de comprendre que l'orateur invite son auditoire à une grande séance de plaidoirie devant Dieu, car les hommes, à travers leurs actes, font face au tribunal divin. C'est la raison pour laquelle le [D 37] met en exergue deux termes à savoir : l'avertissement et le jugement. Le mot le plus employé en justice est le « jugement ». Le jugement renvoie soit à un acte rendu par un tribunal, soit à l'appréciation ou l'évaluation d'un acte commis par un individu par le pouvoir judiciaire. Sur le plan religieux, le jugement divin fait allusion à la sentence de Dieu suite aux actes des hommes. Cette sentence peut condamner ou libérer les hommes jugés. C'est dans ce sens que s'inscrit le [D36]. Le mot qui relève de la justice dans ce discours est « libre ». En fait, ce discours fait valoir que Jésus est la seule personne qui puisse rendre les hommes libres devant le tribunal divin. Jésus est ainsi présenté comme l'excellent avocat des hommes auprès de Dieu. Le discours judiciaire dans notre corpus met l'accent sur le fait que Jésus-Christ est le seul médiateur entre Dieu et les hommes. C'est un discours qui élève Jésus et le présente comme une voie incontournable pour le salut des hommes. Pour les orateurs desdits énoncés, il est impossible d'être libre ou sauvé sans Jésus. C'est pourquoi il est aussi présenté comme le sauveur du monde. Il faut dire que le vocabulaire de la justice est abondant dans les discours d'évangélisation. Il est utilisé à dessein. Il constitue une stratégie discursive qui amène les auditeurs à se donner entièrement aux prophètes et pasteurs par crainte du jugement. À côté du champ lexical du jugement se trouve celui du combat.

3.3.2. Le champ lexical du combat

La sécurité dans ce contexte renvoie à l'éloignement de tout danger. Il s'agit de la sûreté sociale et spirituelle des hommes. La sécurité dans les discours d'évangélisation se traduit par un grand champ lexical du combat et de la défense.

Le champ lexical du combat est caractérisé par des mots et expressions qui traduisent un état de lutte contre les forces du mal. Les orateurs se constituent en hommes de combats pour détruire tous les dangers que les auditeurs rencontrent. Les discours suivants nous le font voir clairement :

[D 38] Madzo, Yaoundé-Damas, 2023



[D39] Madzo, Yaoundé-Mec, 2023



[D 40] Madzo, Yaoundé-Mendong, 2023



[D 41] Madzo, Yaoundé- Awae 2023



Ces quatre affiches portent des discours de combats. Le [D 38] : « briser le pouvoir des ténèbres par le nom de Jésus-Christ » est constitué de deux mots de combat à savoir ; « briser » et « pouvoir ». C'est un discours qui amène les auditeurs à rejoindre l'orateur pour combattre les forces des ténèbres par le nom de Jésus-Christ. Le [D39] va dans le même sens lorsqu'il parle d'engager le combat dans le nom de Jésus. Le mot qui fait partie du champ lexical du combat est « combat ». Il est question de comprendre que le nom de Jésus-Christ est un grand outil de combat pour les orateurs des discours d'évangélisation. Le [D 40] parle de la destruction des œuvres des ténèbres. Le mot « destruction » est celui qui rentre dans le champ lexical du combat. Nous sommes toujours dans la logique d'un combat contre les forces du mal. Il y a lieu de dire que les discours d'évangélisation ont grande tendance de combat, de lutte et de guerre contre les mauvais esprits. En parcourant la plupart de ces discours, force est de constater qu'ils visent à inviter les auditeurs à un grand combat spirituel. Le [D 41] va dans la même lancée lorsqu'il dit : « je déclare la guerre contre la pauvreté ». Le mot « guerre » rejoint inéluctablement le champ lexical du combat. Cette fois-ci, le combat est mené contre un fléau social : la pauvreté. Le lexique du combat est ainsi orienté vers les forces spirituelles et les fléaux sociaux tels que la pauvreté, le chômage, les maladies, le célibat, etc. Il convient de dire que ce lexique est au cœur des discours d'évangélisation. Il s'agit d'un ensemble de discours

qui proposent des solutions à plusieurs problèmes de la société à travers un vocabulaire de combat approprié. Comme tout combat, celui des discours d'évangélisation a une issue. Cette issue est le triomphe.

3.3.3. Le champ lexical de la victoire

Le champ lexical de la victoire dans les discours d'évangélisation est composé de plusieurs qui accompagnent les énoncés de triomphe. Les discours suivants illustrent bien ce lexique :

[D 42] Madzo, Yaoundé- Mendong 2023



[D 43] Madzo, Yaoundé- Mendong 2023



Le [D 42] attire notre attention par l'expression « triomphe absolu », tandis que le [D 43] nous intéresse par le mot « gloire ». Ces deux mots sont rangés dans le grand champ lexical du triomphe que nous avons dans les discours d'évangélisation. Ces discours ont une logique qui part d'un combat spirituel avec Jésus pour aboutir à la victoire. Les orateurs par ces discours apportent la victoire sur les dangers, les forces du mal, les fléaux sociaux susceptibles de faire du mal à leurs auditeurs. Nous avons donc affaire à des discours de salut social et spirituel. Le triomphe absolu, la gloire, l'élévation, la prospérité sont autant de mots qui accompagnent plusieurs discours d'évangélisation. Ces mots font suite au lexique du combat.

L'étude des champs lexicaux nous permet de relever les différents thèmes développés dans les discours ciblés. Cette étude permet de dégager toutes les idées ou orientations qui caractérisent lesdits discours.

3. 4. Le discours de campagne d'évangélisation et l'ethos discursif de l'émetteur

Le discours de campagne d'évangélisation est défini comme un discours persuasif qui vise à convaincre les individus à se convertir à une obédience religieuse particulière ou de suivre un mode de vie spécifique. C'est un moyen de partager la foi et les enseignements religieux.

L'ethos discursif de l'émetteur est l'image de soi, c'est-à-dire l'ensemble des qualités que l'orateur présente à l'auditoire à partir de son discours. Il ne se résume pas à l'image que l'orateur construit de lui-même, mais aussi d'un ensemble de facteurs de l'énonciation, tels que

les participants de la scène communicative, l'objectif de l'interaction verbale et le contexte. Pour cela, il doit se montrer confiant et crédible.

L'éthos discursif est une notion développée progressivement par Aristote (1991), Ducrot (1984), Maingueneau (2002), Barthes (1970), Amossy (1999), etc. Elle est empruntée à l'audience théorique antique et désigne « l'image de soi que le locuteur construit dans son discours pour exercer une influence sur son auditoire » (Amossy, 2002 : 238).

Pour Aristote, l'éthos revêt un double sens. D'une part, il désigne un ensemble de vertus qui rendent crédible l'émetteur, à savoir la prudence, la bienveillance, la fidélité, l'honnêteté, la gratitude, etc. Et d'autre part il doit être confiant, c'est à dire qu'il regorge d'une dimension sociale dans la mesure où l'émetteur cherche à convaincre à travers une expression appropriée à son auditoire.

L'éthos, selon Amossy (1999 : 10), est « la construction de l'image de soi destinée à garantir le succès de l'entreprise oratoire ».

Ainsi, nous pouvons dire que l'éthos est un élément très important dans l'agir communicationnel. Il permet la considération de l'émetteur et de son message. C'est la raison pour laquelle Amossy (1999 : 9) écrit : « toute prise de parole implique la construction d'une image de soi [...] Il n'est pas nécessaire que le locuteur trace son portrait, détaille ses qualités ni même qu'il parle explicitement de lui. Son style, ses croyances implicites suffisent à donner une représentation de sa personne ».

Dans nos analyses, nous considérons cette notion comme une image morale construite par les émetteurs, un habitus des encodeurs et stratégies discursives établie afin d'atteindre leurs objectifs.

Les prédicateurs étalent leur éthos discursif en utilisant des techniques telles que la citation de ressources religieuses, la référence à leur propre expérience personnelle et leur récupération dans la communauté religieuse, la mise en avant d'un vocabulaire spécifique. Ceux-ci doivent également s'assurer de leur comportement (le lexique, la posture, les manières de parler) mais surtout à travers le contenu des propos. D'après Charaudeau (2005 : 88), « l'éthos est construit à partir de la relation que le sujet a avec celui qui entend le discours, mais pas seulement parce que l'éthos est également préconstruit à partir d'autres discours, d'autres situations ». Il ajoute :

l'éthos, en tant qu'image qui s'attache à celui qui parle, n'est pas une propriété exclusive de celui-ci ; il n'est jamais que l'image dont l'affuble l'interlocuteur, à partir de ce qu'il dit. L'éthos est affaire de croisement de regards : regard de l'autre sur celui qui parle, le regard de celui qui parle sur la façon dont il pense que l'autre voit.

Pour construire l'image du sujet parlant, cet auteur s'appuie en même temps sur les données préexistantes au discours sur ce qu'il connaît a priori de l'orateur et sur les données apportées par l'acte de parole lui-même. Ainsi, les prédicateurs agissent comme des envoyés de Dieu. Car l'idéal serait pour qu'ils se comportent de cette manière, s'ils veulent capter l'attention de l'auditoire. Notre analyse va s'appesantir sur les différents statuts des orateurs pour étudier cette notion.

3.2.2. L'éthos du pasteur

Un pasteur est une personne qui exerce des fonctions de gestion et d'enseignement dans une communauté ecclésiastique chrétienne. Le terme désigne un ministre du culte protestant ou évangélique. Il désigne également, mais dans un sens moins institutionnel, un prêtre ou un diacre dans les d'Églises Catholiques et Orthodoxes. Cette appellation se réfère au thème du berger dans la Bible.

Le pasteur exerce des fonctions de direction, d'enseignement et de conseil dans les églises. C'est une personne dont le métier est le service du culte (prédication et sacrement), l'enseignement ainsi que la direction et l'accompagnement d'une communauté. Raphaël Picon, dès 1520, définit les fonctions d'un pasteur dans son adresse à la noblesse chrétienne de la nation allemande. Pour lui, « administrer la parole et les sacrements de Dieu, c'est une tâche et une fonction, un métier, comme celui de forgeron, paysan au prince, tous au service des uns et des autres en concourant au bien commun ». Dans son ouvrage. Ré enchanter le ministère pastoral (2007 :27), Raphaël Picon distingue cinq fonctions principales à savoir :

- Une fonction théologique. Le pasteur est celui qui prêche et enseigne la présence du Christ. Il n'impose pas ce qu'il convient de croire ou de penser, il est libre de sa prédication. Il administre les sacrements (Baptême et Cène) aux fidèles.

- Une fonction d'écoute. Le pasteur apporte une parole lors des grands événements de la vie. Il aide la personne à confier ses soucis à Dieu, à restructurer ses pensées par des écrits bibliques. En aucun cas, le pasteur ne peut absoudre les péchés, mais il annonce le pardon.

- Une fonction sociale. Le pasteur est sollicité pour animer la paroisse et certaines de ses activités : les cultes, les baptêmes, mariages, enterrements, le catéchisme, l'animation biblique, l'entraide, etc. Son objectif est de motiver les fidèles à témoigner de leur vie et à la vivre pleinement.

- Une fonction symbolique. En tant que ministre de l'église, il représente la possibilité d'une transcendance, de l'action et de la présence créative de Dieu autant pour ceux qui sont dans l'église que pour ceux qui n'y sont pas.

- Une fonction identitaire. Le pasteur est un repère dans la foi et peut aider chacun à enrichir sa vie spirituelle

[D47] Madzo, Yaoundé-Eleveur, 2023



[D48] Madzo, Yaoundé-Nkolbisson, 2023



Dans les discours [D47] et [D48], les principaux orateurs sont appelés pasteurs. Les deux campagnes d'évangélisations annoncées seront tenues par des pasteurs exclusivement. Il convient de dire que le pasteur a pour fonction de partager l'évangile de manière claire et accessible à tous. Il doit présenter la bonne nouvelle. Il doit présenter la bonne nouvelle de Jésus-Christ de manière convaincante et pertinente pour le public cible. La fonction du pasteur est de conduire le public à une relation personnelle avec Jésus et à une vie transformée par le saint esprit. Le pasteur œuvre plus dans l'encadrement des membres d'église. Il est différent du prophète.

3.2.3. L'éthos du prophète

Dans l'islam, le prophète (ou nabi) sont des hommes chargés de transmettre le message de l'unicité divine et d'un monothéisme académique pur. Le premier des prophètes de l'islam est chronologiquement « Adam » et le dernier est Mohamed, d'où son titre de « sceau des prophètes » (Coran, sourate XXXIII, verset 40). Le prophète est une personne qui est l'incarnation du nom suprême et la représentation du nom suprême et la représentation du nom d'Allah. Par conséquent, le prophète est le suprême de la vérité de Dieu, et est donc supérieure à l'ensemble des autres représentants des noms et des attributs du Seigneur.

Le statut du prophète pour les musulmans est immense. Il réside dans le cœur, la conscience et l'âme de chaque musulman. Le prophète est le maître de l'humanité, le meilleur de l'humanité, le plus savant, le plus pieux et les plus croyants de Dieu Tout-puissant. Il est le fondateur de l'islam. Considéré comme le guide spirituel, des premiers siècles de l'église.

Pour les chrétiens, le prophète est « l'Oracle de l'éternel », un homme de Dieu qui prédit l'avenir ou qui annonce un événement. Par ailleurs, une annonce des représentations dans certains discours est le docteur dont la représentation nécessite une analyse.

[D49] Madzo, Yaoundé-Mfou, 2023



[D50] Madzo, Yaoundé-Odza, 2023



Dans le discours (49), le prophète semble être centré sur l'authenticité, l'honnêteté et la transparence. Il est important pour lui de vivre une vie conforme à la parole de Dieu et d'être un exemple de ce qu'il prêche. Son éthos est caractérisé par l'amour et la compassion de Dieu pour tous les êtres humains. Son message « allons dans ton village » montre son désir d'aider les autres à surmonter les obstacles et les blocages dans leur vie. L'éthos du prophète semble être centré sur la foi, l'amour et le service aux autres. Dans le message (50), l'éthos du prophète dans son « école des prophètes » enseignements, déclarations prophétiques, est centré sur l'enseignement de la parole de Dieu et la formation des disciples. Il met l'accent sur l'importance de la prière, de la méditation et de la lecture de la Bible pour une vie spirituelle épanouie. Les déclarations prophétiques sont souvent centrées sur la repentance, la guérison et la restauration. Il croit que Dieu peut transformer les vies et les situations les plus désespérées si les gens se repentent et se tournent vers lui.

Le statut du prophète varie selon les religions et les croyances individuelles. L'homme de Dieu se considère comme prophète qui prétend avoir reçu des révélations directes de Dieu, entretient une relation personnelle avec Dieu et utilisent leur autorité spirituelle pour guider et conseiller les fidèles. Par ailleurs, l'homme de Dieu se définit aussi comme docteur.

3.2.4 L'éthos Docteur

C'est au XIII^{ème} siècle que l'église va mettre en valeur l'apport « des maîtres et docteurs » des premiers siècles de l'église.

Le docteur est un homme de Dieu qui a la capacité de communiquer la connaissance. Il forme, nourrit, éduque, discipline, instruit et enseigne les fidèles mais surtout les appelle au ministère. Il est une personne dont l'église reconnaît l'autorité exceptionnelle dans le domaine

de la théologie. Sa tâche est de rendre compréhensives les écritures, examine ou établit les doctrines en se basant sur les recherches approfondies (Jean 8 : 55-56). De plus, le révérend est l'une des représentations de l'homme de Dieu.

[D51] Madzo, Yaoundé-Mvan, 2023



Le docteur est présenté comme un leader spirituel qui a une profonde compréhension de la relation entre Dieu et les croyants. Il est présenté comme quelqu'un qui croit en l'autonomie et la responsabilité des croyants dans leur relation avec Dieu, et qui encourage les croyants à revendiquer leurs droits en tant qu'enfants de Dieu. Le docteur dans son discours *la réclamation des droits du croyant* est centré sur l'autonomie et la responsabilité des croyants dans leur relation avec Dieu. Il met l'accent sur l'importance pour les croyants de revendiquer leurs droits en tant qu'enfants de Dieu et de ne pas se laisser opprimer par les forces négatives qui cherchent à les empêcher d'atteindre leur plein potentiel.

3.2.5. L'éthos du Révérend

Révérend en religion est un prédicat anciennement donné à un ministre de culte. Il est utilisé comme titre de respect appliqué à un membre du clergé ou d'un ordre religieux. Le révérend peut avoir une influence dans l'église. En tant que dirigeant, il peut agir en tant qu'enseignant et peut faire des sermons du dimanche et donner des études sur les différents sujets de la Bible. De plus, le révérend est un modèle pour la communauté et sert d'exemple sur la façon de vivre une vie centrée sur les enseignements de la Bible, il est également responsable de faire des œuvres pour la réalisation et la croissance du point de vue des objectifs et des principes de l'église.

[D52] Madzo, Yaoundé-Nsam, 2023



[D53] Madzo, Yaoundé-Omniport, 2023



Dans les discours de campagne d'évangélisation, le révérend se présente comme un guide spirituel qui a reçu une mission divine pour aider les gens à trouver leur chemin vers Dieu. Dans le discours (52) *une autre espèce de la main du potier*, il utilise souvent des métaphores bibliques pour expliquer les principes de la foi chrétienne. Il se compare à la main du potier, qui façonne et transforme l'argile pour en faire une œuvre d'art. Le révérend voit sa mission comme celle de guider les gens sur leur chemin vers Dieu et de les aider à se transformer en des êtres spirituels. Dans le discours (53) *assaut final contre la malédiction et l'esprit de pauvreté*, le révérend se présente comme un assaut, un guide spirituel qui utilise ses métaphores bibliques pour expliquer les principes de la foi chrétienne.

3.2.6. L'éthos de l'Apôtre

L'apôtre désigne un envoyé chargé d'une mission, vers l'accomplissement de celle-ci. C'est une personne particulièrement chargée pour diffuser l'évangile.

Un apôtre est dans l'église primitive, un membre de la communauté ou collègue chargé de l'annonce de l'évangile. L'évangile Saint Luc donne le nom d'apôtres aux douze choisis par Jésus Christ et chargés d'annoncer l'évangile au monde entier. Dans la Bible, (Luc 12-16 et Actes, 1,13) ils étaient les témoins directs de la vie, de la mort et de la résurrection de Jésus-Christ et ont été choisis par lui pour être ses portes paroles et continuer son œuvre sur terre. Les douze apôtres originaires sont : Pierre, André, Jacques, Jean, Philippe, Barthélémy, Thomas, Matthieu, Jacques le Mineur, Jude Thaddée, Simon le Zélote et Judas Iscariote (qui a trahi Jésus). Paul également est considéré comme un apôtre car, il a été appelé directement par Jésus-Christ pour prêcher l'évangile aux non-juifs. Étant un bâtisseur voire un pionnier, l'apôtre est un « missionnaires, un visionnaire, il fonde des églises locales, enseigne, prophétise, corrige et repend les faux pasteurs et les fausses doctrines, il exerce l'autorité sur les pasteurs, les

prophètes, les évangélistes, les docteurs ainsi que les Anciens et Diacres » (Voir 2 Corinthiens 11-28).

[D54] Madzo, Yaoundé-Omnisport, 2023



Dans le discours (54) *la suprématie du christ*, l’ethos de l’apôtre est celui d’un enseignant expérimenté et passionné qui cherche à transmettre la vérité de la foi chrétienne. L’apôtre se présente comme un disciple dévoué de Jésus-Christ, qui a été choisi pour partager cette vérité avec les autres. Il est présenté comme un enseignant passionné, compétent et authentique qui cherche à guider les gens vers une compréhension plus profonde de la foi.

3.3. L’USAGE DES PREUVES DANS LE DISCOURS

La mobilisation des preuves dans le discours est une stratégie qui consiste à rassembler, présenter et renforcer les éléments de preuve nécessaires pour étayer une thèse ou une argumentation, la crédibilité d’un argument ou d’une idée. Elle est un outil permettant de persuader et de convaincre l’auditoire à travers les éléments concrets. La mobilisation des preuves peut prendre différentes formes, mais en général, il s’agit d’identifier les arguments utilisés pour soutenir, évaluer leur pertinence et leur fiabilité.

Les évangélistes peuvent ainsi présenter des témoignages de conversion, des passages bibliques ou encore des arguments théologiques pour étayer leur prédication. De plus, les évangélistes utilisent des preuves sélectives pour convaincre leur auditoire. Par exemple, en ne prenant qu’en compte que les passages bibliques qui soutiennent leur position, ils peuvent donner une vision partielle et déformée de la Bible. De ce fait, l’étude des preuves sera judicieuse à partir de la représentation des preuves techniques et extra-techniques.

3.3.1. Les preuves techniques

Les preuves techniques dans le discours sont des éléments, basés sur des faits, des données et des informations techniques. Elles sont utilisées pour corroborer ou renforcer les arguments ou les informations techniques avancées dans le discours. C'est le cas des preuves suivantes :

- Des références Bibliques : les citations Bibliques et d'autres textes sacrés pour étayer les arguments avancés.

- L'usage de la technologie pour transmettre le message : l'utilisation de vidéos, d'images, pour illustrer les données et les discours. L'image ci-dessus fait un programme sur la retraite de fin d'année.

- Les données historiques : l'utilisation de l'archéologie et de l'histoire pour prouver l'authenticité des faits bibliques et religieux.

- La philosophie : analyse philosophique de la nature et de la vie en général pour montrer l'importance de la foi et de la spiritualité.

- Les témoignages de personnes ayant vécu des expériences de conversion et de guérison grâce à la foi.

Les preuves techniques aident à convaincre certains auditeurs de leurs convictions spirituelles et à renforcer leur orientation vers la religion. Il s'identifie dans notre corpus par le biais des énoncés suivants :

[D55] Madzo, Yaoundé-Awaé, 2023



[D57] Madzo, Yaoundé-Simbock, 2023



[D58] Madzo, Yaoundé-Simbock, 2023



Ces énoncés, pris dans un ensemble, proposent plusieurs messages de conviction, de persuasion et d'orientation spirituelle. C'est ainsi que le discours (55) véhicule une forte émotion et un sentiment de désespoir s'adressant au Seigneur afin d'implorer son aide pour être sauvé. La référence Biblique renvoie à la situation divine qui semble insurmontable sans l'aide divine. Elle reflète une grande foi en Dieu et en son pouvoir de faire des miracles. L'énoncé (56) reflète une approche pratique de la foi, qui cherche à obtenir des résultats concrets en évoquant le pouvoir divin de faire des miracles. Il fait référence à un service religieux spécifique, qui consiste à oindre des personnes en quête de solutions à des problèmes ou des difficultés. Le message (57) conduirait à une vision de la religion axée sur l'action divine et la recherche de solutions concrètes aux problèmes humains. La phrase évoque un culte religieux qui utilise de l'eau bénite pour oindre les personnes en quête de délivrance, de prophétie ou de miracle. Le discours (58) fait allusion à un miracle divin qui pourrait se produire pendant cette nuit de grâce, avec le pouvoir de restaurer complètement les destins des personnes concernées.

Tous ces énoncés mènent les lecteurs à une prise de position vis-à-vis de certaines situations. C'est la raison pour laquelle Reboul et Moeschler (1998 : 17) pensent que « l'interprétation des phrases se fait par rapport à une sorte de contexte qui regrouperait, notamment, des référents discursifs ». Ces énoncés renvoient à l'influence des différentes stratégies discursives adoptée par l'émetteur pour persuader l'auditoire d'une croyance, une vision, idée reçue, une expérience.

Ces discours mentionnés sont techniques dans le sens où ils utilisent un langage et des concepts à un domaine particulier, à savoir la religion tels que les termes religieux (Dieu, Jésus-Christ, la Bible, la foi, etc.) ; concepts religieux (la nature de Dieu, la relation entre Dieu et l'homme, la mort et la résurrection de Jésus-Christ, etc.) ; les références à

la Bible (Marc : 44 :4 ; Nombres 17 : 7-8 ; etc.) les orateurs s'appuient sur l'autorité de la Bible pour soutenir leurs arguments ; appel à l'action (les orateurs appellent les auditeurs à prendre une décision, en se repentant de leurs péchés, accepter Jésus comme sauveur). Ces techniques sont destinées à persuader les auditeurs d'accepter Jésus-Christ comme leur sauveur.

3.3.2. Les preuves extra-techniques

Les preuves extra-techniques sont des preuves qui sont fondées sur des éléments autres que les données ou des résultats techniques. Elles peuvent être utilisées pour étayer une affirmation ou une argumentation dans le contexte technologie. Les discours d'évangélisation font références aux arguments et aux preuves utilisées par les hommes de Dieu pour prouver l'existence de Dieu, convaincre l'auditoire de la véracité d'une région ou d'une croyance spirituelle, afin de se convertir à leur religion.

Ces preuves dépendent souvent des facteurs personnels tels que : l'expérience individuelle, la culture et les valeurs personnelles. Ces preuves sont aussi basées sur d'autres types d'arguments, tels que :

- Des témoignages, moyens puissants pour partager sa foi et inspirer les autres à explorer leur propre spiritualité. Les témoignages sont des expériences personnelles et subjectives de l'existence de Dieu et de l'univers. Le témoignage est une déclaration faite par une personne qui a personnellement vu ou entendu quelque chose.

[D59] Madzo, Yaoundé-Mendong, 2023



[D60] Madzo, Yaoundé-Poste, 2023



Le [D59] : « le Dieu qui répond par le feu » est soutenu par l'expérience des orateurs qui annonce le programme. Ces derniers, par ce discours, font croire à l'auditoire qu'ils connaissent Dieu, parce qu'il a déjà agit dans leur vie par le feu. Le feu dans ce contexte peut être compris comme un outil de destruction de tous les maux qui accablent les hommes. C'est par une preuve

d'expérience personnelle que les prophètes invitent les gens à leur croisade. Le terme « feu » est un grand moyen de persuasion employé dans ce discours. Il peut renvoyer aux prières de destruction totale de tous les maux. Il en est de même pour le [D 60] qui dit : « ouragan de miracles ». Le mot « ouragan » renvoie à une tempête violente. L'orateur propose un programme de prière qui va certainement foudroyer les maux dont souffrent les auditeurs. Il faut rappeler que la plupart de ces discours vont dans le sens du combat. Il n'est donc pas étonnant de voir l'usage de telles preuves- Des arguments cosmologiques qui soutiennent que tout ce qui existe doit avoir une cause ou un créateur qui est Dieu. Ils sont des arguments qui tentent de prouver l'existence d'un dieu ou d'une autre force supérieure en partant de l'observation de l'univers. Ils sont basés sur les hypothèses et des suppositions qui ne peuvent pas être prouvées de manière concluante.

[D62] Madz Yaoundé- Tsinga, 2023



[D63] Yaoundé-Biyem-Assi, 2023



[D64] Madzo, Yaoundé- Palais des sports, 2023



- Des arguments cosmologiques qui soutiennent que tout ce qui existe doit avoir une cause ou un créateur qui est Dieu. Ils sont des arguments qui tentent de prouver l'existence d'un dieu ou d'une autre force supérieure en partant de l'observation de l'univers. Ils sont basés sur les hypothèses et des suppositions qui ne peuvent pas être prouvées de manière concluante.

[D62] Madzo, Yaoundé- Tsinga, 2023



[D63] Madzo, Yaoundé-Biyem-Assi, 2023



[D64] Madzo, Yaoundé- Palais des sports, 2023



- Des arguments téléologiques qui suggèrent de la complexité de l'univers et la façon dont les choses se complètent mutuellement prouvent l'existence de Dieu ou d'une autre force supérieure en s'appuyant sur des textes religieux ou sur des expériences religieuses. Ils sont basés sur des croyances et des convictions qui ne sont pas partagés par tous.

[D65] Madzo, Yaoundé- Nguosso, 2023



[D66] Madzo, Yaoundé-Mendong, 2023



- Des documents historiques peuvent fournir des preuves tangibles de l'existence de certaines personnes, lieux ou événements mentionnés dans les textes religieux. Par exemple, les fouilles archéologiques ont confirmé l'existence de nombreux sites bibliques tels que Jérusalem, Bethléem et Nazareth.

[D67] Madzo, Yaoundé-Efoulan, 2023



- Des observations empiriques sont fournies de l'existence de certaines personnes, lieux ou événements mentionnés dans les textes religieux. Par exemple, les étoiles et les constellations mentionnées dans la Bible peuvent être observées dans le ciel nocturne. Mais elles peuvent être influencées par les préjugés et les attentes de l'observateur.

[D68] Madzo, Yaoundé- Ngoussou, 2023



Ces preuves permettent de persuader le public qui est ouvert à l'idée de l'existence de des forces spirituelles ou divines. Elles reposent sur des croyances personnelles et des expériences subjectives, qui peuvent varier considérablement d'une personne à une autre. Il s'identifie dans notre corpus par le biais des énoncés suivants :

[D69] Madzo, Yaoundé- Ahala, 2023



[D70] Madzo, Yaoundé- Barrière, 2023



[D71] Madzo, Yaoundé-Mendong, 2023



Les discours mentionnés ci-dessus sont considérés comme des preuves extra-techniques car ils s'appuient sur des événements qui ne peuvent pas être expliqués par les lois de la physique ou de la science. Ces événements sont considérés comme des manifestations de la puissance de Dieu, et ils sont utilisés pour soutenir la croyance en la vérité de la Bible et de la foi chrétienne.

Le discours (69) *Moisson des miracles* affirme que Dieu continue à opérer des miracles dans le monde aujourd'hui. Il est tenu comme des témoignages de personnes qui ont vu des miracles se produire. Ces témoignages sont considérés comme des preuves de la présence de Dieu dans le monde. Le message (70) *4 jours de démonstration de puissance : "la gloire manifeste de Dieu"* annonce une série d'événements miraculeux qui auront lieu au cours de quatre jours. Ces événements sont présentés comme une manifestation de la gloire de Dieu. Ils sont destinés à convaincre les gens de la vérité de la foi chrétienne. Le discours (71) *Miracles et Prophéties : "la gloire de Jésus-Christ"* affirme que les miracles et les prophéties sont des preuves de la gloire de Jésus. Les miracles sont considérés comme des manifestations de la puissance de Dieu, et les prophéties sont considérées comme des preuves de la connaissance et de la sagesse de Dieu. Ils sont utilisés pour soutenir la croyance en la divinité de Jésus-Christ. Tous ces discours renvoient les lecteurs à une croyance spirituelle intense afin de les inspirer à

chercher une expérience spirituelle profonde. C'est la raison pour laquelle B. Nola (2005, 91) affirme que c'est « un moyen certain, quand on les exprime, de parvenir à des résultats concrets à savoir : rallier l'auditoire, le lecteur à sa cause ». Ces discours renvoient à des expériences personnelles et émotionnelles à travers des témoignages individuels et expériences spirituelles vécues qui incluent des récits de guérisons miraculeuses, de vision prophétique ou de changement profond dans la vie. Ces discours sont considérés comme des preuves convaincantes par de nombreuses personnes qui croient en la vérité de la Bible et de la foi chrétienne

Conclusion

En définitive, il était question dans ce chapitre d'analyser les discours de campagne d'évangélisation dans la rhétorique classique. À cet égard, nous avons montré que les orateurs utilisent des types de discours rhétoriques pour convaincre et persuader son auditoire. En utilisant des techniques rhétoriques, les orateurs peuvent attirer l'attention de leur auditoire, susciter l'intérêt et les amener à accepter leur message. À travers la mise en scène de l'éthos discursif, nous pouvons retenir que les messages d'évangélisation sont motivés par des intentions diverses dont l'objectif est de persuader l'auditoire. Nous aboutissons à la conclusion selon laquelle les émetteurs de ces messages ont des statuts différents : évangélistes, pasteurs, prophètes, prometteurs des identités multiformes, etc. ils sont l'utilisation des preuves technique et extra-techniques promoteurs des identités multiformes. L'analyse des preuves techniques et extra-techniques dans le discours permet d'étudier les différentes stratégies et techniques utilisées pour persuader le public dans différents contextes discursifs. C'est la raison

pour laquelle le chapitre suivant devra prendre en compte le fonctionnement énonciative et argumentative des discours d'évangélisation.

**CHAPITRE 4 : LA COMPOSANTE ÉNONCIATIVE ET
ARGUMENTATIVE DES DISCOURS DE CAMPAGNE
D'ÉVANGÉLISATION**

Introduction

L'analyse du discours entend décrire son fonctionnement. Le discours étant défini comme : « toute énonciation supposant un locuteur et un auditeur, et chez le premier l'intention d'influencer l'autre en quelque manière » (Benveniste, 1974 : 241). Il vise principalement à convaincre, persuader, ou influencer le public. Analyser les éléments énonciatifs et argumentatifs des discours d'évangélisation revient à chercher à saisir comment les locuteurs utilisent le langage pour persuader le public. La composante énonciative et argumentative d'un discours est essentielle pour la compréhension et l'interprétation du discours. Ce chapitre a pour objet le fonctionnement énonciatif et argumentatif des discours d'évangélisation permettant la transmission des idées religieuses, de la foi chrétienne dans une société donnée. Notre objectif est de démontrer que les messages d'évangélisation reposent sur les éléments linguistiques qui sont en relation avec les croyances, les idéologies et les différentes visions sociales des émetteurs et lecteurs. Pour y parvenir, nous étudierons tour à tour (1) les faits de polyphonie, (2) les types d'arguments et (3) la performativité dans les discours.

4.1. LES FAITS DE POLYPHONIE DANS LE DISCOURS DE CAMPAGNE D'ÉVANGÉLISATION

La polyphonie est un phénomène linguistique dans lequel différents points de vue ou voix sont présents dans le discours. Elles peuvent être utilisées pour créer un effet de réalisme dans le texte, en reflétant la diversité des opinions en des points de vue dans la vie réelle. Ils permettent de comprendre comment les différents énoncés ou discours construisent un sens commun, une idéologie ou une vérité partielle. Ils permettent également de relever les contradictions, les différences et les similitudes entre les différentes voix dans le discours.

Développé par Bakhtine (1929 : 202), la polyphonie est une notion qui « se réfère à la présence de différentes voix et perspectives dans le texte ou un discours ». Chaque individu à une voix unique qui est influencée par son expérience de vie, sa culture et sa position sociale. C'est dans cette lancée que Bakhtine (1979 : 203) pense que « la polyphonie est une caractéristique essentielle de toute communication verbale. Elle permet à plusieurs voix de coexister dans un texte ou un discours, reflétant ainsi la diversité des perspectives et des expériences de vie ». Dans un texte polyphonique, différentes voix coexistent et interagissent les unes avec les autres, créant un dialogue interne au sein du texte. Ainsi, l'auteur distingue :

- les voix monologiques qui prétendent représenter une vérité unique et universelle.

- Les voix dialogiques qui matérialisent par la diversité des points de vue et cherchent à les inclure dans le discours.

La polyphonie offre une vision de la communication comme espace et de dialogue entre différentes voix et perspectives.

À la suite de Bakhtine (1970 : 157) et Ducrot (1980 : 73-74), Ducrot a également développé une théorie de polyphonie. Il soutient que les énoncés peuvent contenir plusieurs voix ou perspectives. Selon l'auteur, la polyphonie est une caractéristique essentielle de la langue et permet aux locuteurs de prendre en compte différentes perspectives et points de vue dans leurs énoncés. Ducrot distingue deux types de polyphonies :

- la polyphonie sémantique qui se réfère à la présence de plusieurs sens ou significations possibles pour un même mot ou une même expression, en fonction du contexte et des différentes voix énonciatives qui s'expriment dans l'énoncé. Selon lui, ces différents sens ne sont pas simplement juxtaposés, mais interagissent entre eux pour donner lieu à une signification complexe et nuancée. Elle reflète la multiplicité des points de vue et des perspectives qui coexistent dans le discours.

- La polyphonie énonciative qui renvoie à la présence de plusieurs voix ou perspectives dans un énoncé. Selon lui, elle permet également de mieux comprendre les enjeux de communication et les stratégies discursives mises en œuvre par les locuteurs pour convaincre, persuader ou influencer leur auditoire.

Dès lors, la polyphonie est une caractéristique inhérente au langage et à la communication. Ducrot (1982 : 65-93) affirme que « chaque énoncé est le résultat d'une négociation entre différentes voix et positions argumentatives et que la création d'un énoncé nécessite de prendre en compte différentes voix ». Ainsi, la polyphonie met en évidence la présence de plusieurs voix et points de vue. Cela peut être illustré par l'usage de citations, allusions, de discours directs ou indirects.

4.1.1. Les citations

Les citations permettent de mettre en avant la voix de l'auteur et de présenter son point de vue comme étant supérieur ou plus légitime que les autres voix présentes dans le texte. Elles sont généralement utilisées pour appuyer ou illustrer un point de vue, une idée ou un argument dans le discours ou un écrit. Olivier Millet (1992 : 5) définit la citation comme étant « un fait de parole (d'écriture), par définition individuel et unique, qui est repris comme tel-citer-par un autre locuteur ou une infinité de locuteurs ». Ces citations sont utilisées pour étayer une argumentation, donner du poids à une argumentation.

Les citations sont une des formes de l'intertextualité employée par Bakhtine dans son ouvrage sur *La poétique de Dostoïevski* (1929). Dans ses analyses, l'auteur identifie deux axes centraux qui structurent tout texte : l'axe horizontal qui établit le rapport entre le sujet de l'écriture et le destinataire, et l'axe vertical à partir duquel, le texte s'oriente vers un corpus littéraire préalable ou synchronique ce qui définit la cohabitation des discours extérieurs avec le texte central, donnant naissance aux phénomènes de polyphonie et d'intertextualité. Ainsi, selon Kristeva (1969 : 85), tout texte est intertextuel, car « tout texte se construit comme mosaïque de citations, tout texte est absorption et transformation d'un autre texte ». Les citations sont, dans des discours, une sélection préalable qui s'établit dans le processus de lecture.

Dans le contexte religieux, les citations sont des extraits ou des références tirées de la Bible ou d'autres textes religieux. Elles sont utilisées par les locuteurs pour soutenir, renforcer ou illustrer les messages et enseignements de l'évangéliste afin de donner une base solide à la prédication. Elles sont également considérées comme des paroles divines et sont donc perçues comme autorités spirituelles et incontestables par les croyants. Les citations bibliques peuvent être utilisées pour illustrer des concepts théologiques, raconter des histoires de la Bibles, partager ces promesses ou des commandements de Dieu, les prières, pour inspirer la réflexion, encourager la conversion des non-croyants de la vérité de l'évangile et les amener à se tourner vers Dieu. C'est le cas des exemples ci-après :

[D72] Madzo, Yaoundé-Minboman, 2023



[D73] Madzo, Yaoundé- Awaé Escalier, 2023



[D74] Madzo, Yaoundé-Mendong, 2023



[D75] Madzo, Yaoundé-Ahala, 2023



Dans ces discours, nous remarquons l'inscription des citations bibliques considérées comme une référence fiable et efficace sur le plan argumentatif, car elles sont considérées comme la parole de Dieu. Les locuteurs utilisent en général des citations directes qui sont des versets bibliques cités directement. Ces versets bibliques sont mentionnés par le livre, le chapitre et le verset. Par exemple : *Jean 8.12.*, *Nombres 17 : 7-8*, *Josué 1 : 4*. L'objectif ici est d'affirmer la vérité absolue de la foi chrétienne, de renforcer le message et montrer l'autorité de la parole de Dieu pour convaincre les destinataires du bien fondée de cette foi. Les discours (72 et 73) présentent des citations contextuelles qui sont des longs passages de la Bible (Ancien Testament) utilisés pour mieux comprendre le contexte global. Le discours (72) *ma famille et moi, nous renonçons, aux ténèbres* mentionne le verset biblique *Jean 8 :12* dans son discours. Il utilise l'image de la lumière pour présenter Jésus comme le guide spirituel qui illumine le chemin de ceux qui le suivent. Cette citation met en évidence l'importance de suivre Jésus comme guide spirituel et source de vérité. Elle souligne également la promesse de Jésus d'apporter la lumière et la vie à ceux qui le suivent. Le discours (73) *Mai notre mois de Suprématie* mentionne la citation *Josué 1 : 4*. Elle met en évidence l'importance de la présence et la fidélité de Dieu dans la vie et son rôle de protection et de soutien. Elle souligne la fidélité de Dieu envers ses serviteurs et sa présence de les accompagner dans leurs tâches et leurs défis.

Les discours (74 et 75) «la nuit de la grande grâce » et « allons voir le voyant pour un miracle une guérison, délivrance et prophétie » mentionnent les citations *Nombre 17 : 7-8* et *1Samuel 9 : 2-27* sont des versets tirés de la Bible (Ancien Testament). Ils sont des citations paraphrasées et illustratives. Dans l'énoncé (74) avec pour citation *Nombres 17 : 7-8*, Dieu a choisi Aaron comme grand prêtre en faisant fleuri son bâton dans une tente du témoignage. Cela a été fait pour mettre fin à la rébellion de certains membres de la tribu de Lévi qui

contestaient l'autorité d'Aaron. Le message (75) *1 Samuel 9 : 2-27* est de raconter l'histoire de la rencontre entre Saül et Samuel, qui a conduit à l'onction de Saül comme roi d'Israël. Ce passage montre également comment Dieu a guidé Saül pour trouver les ânesses perdues de son père et comment Samuel a prophétisé l'avenir de Saül en tant que roi.

Ces citations sont reformulées ou résumées en leurs propres mots tout en conservant l'idée principale. Elles utilisent également des histoires ou des exemples pour illustrer un point ou une idée. Elles mettent en évidence puissance et l'autorité de Dieu, la manière dont Dieu choisit et désigne les dirigeants selon sa volonté. Elles soulignent l'importance de l'humilité et de la confiance de Dieu et sa capacité à accomplir des miracles pour valider ses choix.

Enfin, les citations sont des récits fragmentés emprunté à un texte. Les discours bibliques dans un discours varient en fonction du contexte et de l'objectif du discours lui-même. Les évangélistes utilisent les citations pour étayer une argumentation en utilisant l'autorité et la sagesse des Écritures saintes inspirer et motiver, établir une connexion spirituelle avec le public ; renforcer l'autorité et la crédibilité du message à travers une source reconnue afin de persuader le public. Par ailleurs, les citations constitueraient aussi des allusions.

4.1.2. Les allusions

Les allusions constituent un type d'intertexte, elles sont des fragments de texte tirés dans un livre (Bible). Pour Gérard Genette (1982 : 561), « l'allusion est l'un des procédés constitués du mécanisme historique de l'intertextualité avec l'emprunt, le pastiche, la citation, la traduction, le plagiat et la parodie ». Elles sont utilisées pour renforcer un argument, créer une connexion avec le public, susciter l'intérêt ou l'émotion. C'est ainsi que pour Fontanier (1977 : 125), l'allusion est une figure de pensée qui consiste à « faire sentir le rapport d'une chose qu'on dit avec une autre qu'on ne dit pas, et dont ce rapport même éveille l'idée ». Les discours d'évangélisation présentent les allusions pour créer une connexion avec le public cible, qui est souvent composé de personnes ayant une connaissance préalable de la Bible et de l'histoire chrétienne. Par exemple :

- les allusions Bibliques font références à des passages bibliques pour illustrer un point ou souligner l'importance de la foi.

- les allusions aux personnages bibliques font références à des personnages bibliques célèbres, comme Moïse, David, Marie, pour évoquer des qualités ou des expériences spirituelles.

- les allusions aux paraboles consistent à utiliser les paraboles de Jésus, comme la parabole du fils prodigue pour illustrer des principes moraux ou spirituels.

- les allusions aux symboles chrétiens renvoient à des symboles chrétiens, comme la croix ou le saint esprit pour évoquer des concepts spirituels.

Les allusions sont donc des discours fragmentés qui attirent l'attention du lecteur. Elles se manifestent en discours par des éléments bibliques, des personnages bibliques, des citations bibliques, des histoires ou des enseignements religieux qui sont mentionnés de manière indirecte. L'auteur utilise des mots, des phrases ou des images qui rappellent à l'auditoire un certain contexte ou une certaine signification. Elles sont utilisées pour établir une connexion avec l'auditoire chrétien pour renfoncer ainsi l'engagement et l'attention de l'auditoire, renforcer la compréhension des enseignements bibliques afin d'approfondir et de clarifier les enseignements bibliques ce qui aident l'auditoire à mieux comprendre et à s'appropriier les enseignements spirituels et susciter une réflexion spirituelle chez l'auditoire. Par ailleurs les discours directs et indirects peuvent actualiser les citations.

4.1.3. Les discours directs et indirects

Dans son ouvrage *Le discours rapporté en français*, Sabeuya (2023 :23) définit le discours direct comme « une forme de discours rapporté dans laquelle le narrateur rapporte les paroles d'un locuteur sans les modifier. Les paroles sont donc rapportées telles qu'elles ont été prononcées, avec les mêmes signes de ponctuation et les mêmes temps verbaux ». Les discours directs consistent à rapprocher les paroles ou les pensées de quelqu'un telles qu'elles ont été prononcées. Tandis que les discours indirects consistent à rapporter les paroles ou les pensées de quelqu'un en les subordonnant par la conjonction *que* à un verbe déclaratif : *dire, demander* ou *déclarer*.

Dans notre corpus, les discours directs sont centrés sur la proclamation directe de l'évangile et l'appel à la conversion. Ils mettent l'accent sur la présentation du message du Salut en Jésus-Christ et sur l'invitation à son acceptation. Dans ce type de discours, les citations bibliques sont utilisées pour soutenir et renforcer le message central de l'évangélisation. L'orateur peut citer des versets clés de la Bible qui expliquent la nécessité du salut la grâce de Dieu et la promesse de la vie éternelle en Jésus-Christ. L'objectif est d'amener les locuteurs à reconnaître leur besoin de Salut et à prendre une décision personnelle pour suivre Jésus.

Dans un discours direct, l'orateur peut utiliser différentes techniques pour engager et captiver son public. Il peut poser des questions rhétoriques pour susciter la réflexion et l'introspection chez les auditeurs.

[D76] Madzo, Yaoundé-Barrière, 2023



[D77] Madzo, Yaoundé-Mvogt, 2023



Dans le discours (76) *son pardon est illimité*, le passage de l'évangile Matthieu, 6 : 12-13 *Père, pardonne-nous nos offenses, comme nous pardonnons à ceux qui nous ont offensés*, le locuteur dit qu'ils doivent prier Dieu de leur pardonner leurs péchés. Il utilise le discours direct pour rapporter les paroles de Dieu. Dans le discours (77) *Mais lui, rempli de l'Esprit Saint, fixait le ciel du regard : il vit la gloire de Dieu, et Jésus debout à la droite de Dieu* invoque la vision de l'apôtre Etienne dans Actes 7 : 55 *mais lui, rempli de l'esprit Saint, fixait le ciel du regard : il vit Jésus la gloire de Dieu, et Jésus debout à la droite de Dieu*, en encourageant les gens à se repentir de leurs péchés et à croire en sa parole de Dieu, le locuteur cherche à susciter un changement de cœur chez le public et à les amener à trouver la paix et la joie éternelle. Ces discours sont directs parce qu'ils rapportent les paroles d'un personnage important. Cela permet de donner un impact aux paroles et de créer un effet de réalisme.

Quant aux discours indirects, Makouta-Mboukou (2008 : 120) le définit comme « une forme de discours rapporté qui consiste à rapporter un discours en faisant passer les paroles du locuteur par le prisme du narrateur ». Ils consistent à l'usage des références très subtiles ou indirectes pour partager l'évangile. Ils peuvent inclure des témoignages personnels, des histoires inspirantes, des illustrations des paraboles pour transmettre le message de manière plus explicite. Dans ces discours, les citations bibliques peuvent être utilisées pour appuyer des points ou des idées présentées, mais elles ne sont pas nécessairement le point central du discours. L'objectif de ce discours est d'amener les auditeurs à réfléchir et de se poser des questions sur leur propre vie spirituelle.

[D78] Madzo, Yaoundé-Mendong, 2023



[D79] Madzo, Yaoundé-Nkolda, 2023



Dans le discours (78) de la Genèse, Joseph est devenu vice-roi d'Égypte. Il a une vision de Dieu qui lui dit qu'il va faire oublier ses peines. Les paroles sont rapportées par le narrateur. Les paroles de Dieu sont au passé simple, car elles se rapportent à un événement qui s'est déjà produit. Dans le discours (79) du Psaume, le psalmiste exhorte le lecteur à décharger son souci sur Dieu. Les paroles sont rapportées par le narrateur. Les paroles sont au présent de l'indicatif car elles s'adressent au lecteur. Ces discours sont utilisés pour rapporter les paroles d'un personnage. Cela permet de donner plus de détails sur les pensées et les sentiments des personnages.

Les discours directs et indirects sont des approches linguistiques qui examinent les différentes manières dont les paroles d'un personnage peuvent être rapportées dans le texte.

Les discours directs considèrent que les paroles sont citées exactement telles qu'elles ont été prononcées ou pensées, sans aucune modification ou interprétation de la part du narrateur. Cette approche est souvent utilisée dans la narration littéraire pour donner vie aux personnages et pour permettre au lecteur de s'immerger dans l'histoire. En revanche, le discours indirect

considère que les paroles sont rapportées de manière indirecte, c'est-à-dire qu'elles sont résumées ou reformulées par le narrateur. Cette approche est souvent utilisée dans des contextes plus formels, tels que les transcriptions d'interviews ou les comptes rendus du procès, où il est important de rendre compte de manière précise des propos tenus.

4.2. LES INDICATEURS ARGUMENTATIFS

La langue est un outil puissant qui peut être utilisé pour communiquer, persuader et informer. Il permet d'établir une crédibilité et une confiance, la pertinence et l'exactitude du discours, ainsi que le maintien de l'intérêt du public en fournissant des informations à jour et utiles. Dès lors, le locuteur déploie généralement une gamme variée d'arguments pour toucher sa cible. Amossy (2000 :23) dira que « le discours argumentatif veut dire agir sur un auditoire et son déploiement ne peut se comprendre en dehors d'un rapport d'interlocution [...]. Il participe de l'échange entre partenaires même lorsqu'il s'agit d'une interaction virtuelle ». Les messages des discours d'évangélisation regorgent de plusieurs types d'arguments qui relèvent d'un désir de persuasion. Si l'homme parle pour dire quelque chose, le simple fait de dire ne suffit pas pour atteindre le but escompté du discours. Mendo Ze (2013 : 9) pense à cet effet que :

Pour susciter l'adhésion, le locuteur doit organiser son discours de manière à atteindre le but escompté. Il fait appel aux arguments et aux exemples qui constituent soit à montrer le bien-fondé de la thèse qu'il défend, soit à dénoncer un point de vue qu'il juge sans fondement.

Nous avons relevé trois types d'arguments dans notre corpus : l'argument par analogie, l'argument d'autorité et l'argument logique.

4.2.1. L'argument par analogie

C'est un argument selon Fountanier (2008 :203), qui « consiste à comparer deux choses pour en déduire que ce qui est vrai pour l'une est vrai pour l'autre. Il est souvent utilisé en science pour établir des lois générales à partir d'observations particulières ». Il consiste à établir un lien de comparaison entre deux éléments distincts pour mieux faire comprendre un concept ou une idée. Il s'identifie par le biais des énoncés suivants :

[D80] Madzo, Yaoundé-Awaé Escalier, 2023



[D81] Madzo, Yaoundé-Mimboman, 2023



Dans le discours (80) *seigneur change mon odeur, trop de rejet...*, l'orateur utilise l'analogie est entre corporelle et son comportement pour exprimer son désir de transformation personnelle. Il compare le rejet qui ressent à une odeur désagréable, suggérant ainsi que sa présence est perçue de manière négative par les autres. Cette analogie permet de mieux saisir l'ampleur de son malaise et de son besoin de changement. "l'odeur" est utilisé pour représenter la personne. Cette synecdote suggère que l'orateur se sent mal à l'aise avec lui-même. Il demande à Dieu de lui changer en profondeur. Le discours (81) *Seigneur mon cas est urgent* montre que l'orateur utilise l'analogie entre son *cas urgent* et une situation critique nécessitant une intervention immédiate. Il compare ainsi son besoin pressant à une situation d'urgence, mettant en évidence l'importance et la gravité de sa demande envers le seigneur. Cette analogie faite entre l'urgence et la situation permet de mieux comprendre l'urgence et l'importance de la situation vécue par l'orateur. *Le cas* est utilisé pour représenter la personne. Cette synecdoque suggère que l'orateur est dans une situation difficile. Il demande à Dieu de l'aider à surmonter cette situation. Nous pouvons dire que l'argument par analogie, dans ces discours est une stratégie discursive dont le but est de faire adhérer les récepteurs à une opinion à travers une comparaison aboutissant à la préférence du fait qui fonde ladite opinion.

Ces deux expressions sont des expressions de la souffrance humaine. L'orateur se sent rejeté et dans une situation difficile. Il demande à Dieu de l'aider à changer sa situation. Les analogies et synecdoques utilisés dans ces discours sont efficaces pour exprimer la douleur et la détresse de l'orateur. Elles permettent à l'auditeur de comprendre la situation du locuteur et de ressentir sa souffrance. Cela dit, il est aussi nécessaire d'analyser l'argument d'autorité.

4.2.2. La persuasion par l'argument d'autorité

Le discours religieux est un discours d'autorité. Mendo Ze (2013 : 16) définit l'argument d'autorité comme un argument « qui donne de l'importance et du poids au raisonnement par la convocation d'un fait, d'une citation, d'un écrivain ou d'un ouvrage célèbre, d'un spécialiste connu, d'un proverbe reconnu ». L'analyse de ce dernier se fera par les énoncés suivants :

[D82] Madzo, Yaoundé-Nkoabang ,2023



[D83] Madzo, Yaoundé-Monti, 2023



[D84] Madzo, Yaoundé-Tropicana, 2023



Les discours ci-dessus sont convoqués dans notre corpus dans un but précis. Leurs objectifs sont de montrer l'autorité divine en se référant à des textes sacrés, à des figures religieuses ou des traditions anciennes. Les trois discours utilisent l'argument d'autorité pour persuader l'auditoire de la suprématie de Christ, de la puissance du sang de Jésus-Christ et de la puissance de Dieu.

Les discours 82 et 83 utilisent l'argument d'autorité de Jésus. Le discours (82) *the supremacy of the Christ*, l'orateur utilise l'argument d'autorité pour persuader l'auditoire de la suprématie de Jésus. Il présente une doctrine entourant l'autorité de Jésus et sa nature divine. Il montre que Jésus est l'ultime en matière de puissance, de gloire, d'autorité et d'importance. Il est considéré comme au-dessus de tout et de tous. Il est vu comme le fils de Dieu et le sauveur de l'humanité, le guide spirituel. Cette suprématie est soulignée pour encourager les gens à

suivre les enseignements de Jésus et à placer sa confiance en lui pour leur salut éternel. Le message (83) *la puissance du sang de Jésus-Christ*, le locuteur utilise l'autorité théologiens et de leaders religieux pour soutenir ses affirmations. Ce discours exprime toute la puissance, le sacrifice et toute la bénédiction qui se manifestent dans la mort rédemptrice de notre seigneur. Ces discours cherchent à convaincre le public de suivre ce chemin de vertu et de compassion en se basant sur l'autorité divine.

Le message (84) *démonstration de la puissance de Dieu*, l'orateur utilise l'argument d'autorité de Dieu pour persuader l'auditoire de la puissance de Dieu. Il met en avant le fait que Dieu est capable de faire preuve de sa puissance et de sa grandeur à travers des actes extraordinaires et miraculeux. Cette démonstration peut prendre différentes formes, comme le sacrifice de Jésus pour sauver l'humanité, la création de l'univers ou encore la réalisation des miracles dans la vie des croyants. En mettant en avant la puissance de Jésus, ce discours souligne son autorité et son contrôle sur toutes choses. En outre, l'argument logique.

4.2.3. L'argument logique

Fontanier (1997 :21) définit un argument logique comme « une suite d'énoncés dont l'un, la conclusion, est déduit des autres, les prémisses ». L'argument logique est un raisonnement qui fait appel à l'interlocuteur. Il est utilisé pour analyser la cohérence et la rationalité de la croyance en un sacrifice rédempteur. Leur présence dans notre corpus s'identifie à travers les énoncés ci-après :

[D85] Madzo, Yaoundé-Nkolmita, 2023



[D86] Madzo, Yaoundé-Ekoudoum, 2023



Les discours ci-dessus sont convoqués dans notre corpus dans le but de prouver l'existence de Jésus par son sacrifice, sa résurrection. L'énoncé (85) exprime la croyance chrétienne en l'immuabilité de Jésus Christ. Selon cette croyance, Jésus est considéré comme

étant éternel et sans changement, ce qui signifie qu'il reste le même dans sa nature et ses caractéristiques. Le discours (86) exprime la croyance chrétienne en la résurrection de Jésus Christ comme un événement réel et significatif dans le cadre de l'alliance entre Dieu et l'humanité. Cette croyance est basée sur la conviction que Jésus a sacrifié sa vie pour le salut de l'humanité et qu'il est ensuite ressuscité d'entre les morts démontrant sa divinité et sa victoire sur la mort.

4.3. LES ACTES DE LANGAGE DANS LES DISCOURS DE CAMPAGNE D'ÉVANGÉLISATION

Définissant les actes de langage comme « les unités minimales de base de la communication linguistique », Searle (1972 : 52) fait que valoir que « parler un langage, c'est réaliser des actes de langage, des actes comme poser des affirmations, donner des ordres, poser des questions, faire des promesses et ainsi de suite ». Tous ces actes de langage permettent d'atteindre un objectif.

4.3.1. La performativité des discours d'évangélisation

Searle (1969 : 5), définit la performativité comme « l'acte de dire quelque chose qui fait quelque chose ». Pour lui, elle est une théorie des actes de langage qui postule que le langage est plus que simplement un moyen de décrire le monde, mais qu'il est également un moyen d'accomplir des actions.

La performativité des discours d'évangélisation se réfère au pouvoir, la capacité de ces discours à influencer, produire des effets concrets et à transformer la réalité sociale en amenant l'auditoire à changer leurs croyances et leurs comportements. Les discours d'évangélisation sont des discours utilisés pour promouvoir une vision du monde particulière, pour convaincre le public à se convertir à une certaine religion ou à adopter les croyances religieuses spécifiques. Ces discours sont performatifs, car ils cherchent à provoquer un changement sur l'auditoire. Ils peuvent susciter des émotions, influencer les pensées et les comportements, et même amener les individus à prendre des décisions importantes, comme se convertir à une nouvelle religion. Searle reprend la théorie des actes de langage de d'Austin en distinguant trois types d'actes de langage : les actes locutoires, les actes illocutoires et les actes perlocutoires.

4.3.2. Les actes de langage illocutoires

Searle, définit les actes illocutoires comme « un acte accompli en disant quelque chose. Il est accompli en vertu de la signification conventionnelle de l'énoncé et de la spécifique sur l'interlocuteur, au-delà de leur signification littérale. Ils sont des actions que nous

accomplissons en utilisant le langage. Ils expriment notre intention ou notre volonté de faire quelque chose en utilisant des mots. Ils sont utilisés pour persuader, convaincre ou inciter les gens à adopter une certaine attitude ou un comportement. Searle, dans la continuité de ces travaux, a développé l'hypothèse illocutoire proposée par Austin en la rendant plus précise et systématique. Il établit et définit cette notion en ces termes :

tout énoncé linguistique peut être analysé en termes de trois éléments : la force illocutoire, le contenu propositionnel et les conditions de satisfaction. La force illocutoire est le type d'acte illocutoire accompli par l'énoncé. Les conditions de satisfaction sont les conditions qui doivent être remplies pour que l'acte illocutoire soit réussi. (1969 : 50)

Dans cette logique, nous pouvons dire que Searle propose une analyse des énoncés linguistiques en termes de trois éléments : la force illocutoire, le contenu propositionnel et les conditions de satisfactions. Après un dépouillement scrupuleux de notre corpus, nous avons pu relever les actes illocutoires qui en découlent sont la classification des actes de langage proposée par Searle (1972 : 32) qui s'adapte et rend compte des données du corpus. Il la résume de façon suivante : « nous disons à autrui comment sont les choses, nous essayons de faire des choses, nous exprimons nos sentiments et nos attitudes et nous provoquons des changements par nos déclarations ». De ce fait, on distingue les actes représentatifs, les directifs, les expressifs, les déclarations et les promissifs.

4.3.3. Les actes représentatifs

Les actes représentatifs sont des actes énonciatifs qui permettent au sujet parlant de poser le caractère véridique d'un fait. Il offre la possibilité de se prononcer sur l'existence d'un fait. Ils sont utilisés pour partager des faits, des opinions, des croyances ou des expériences. Les représentatifs peuvent être exprimés de différentes manières, en utilisant les phrases déclaratives, des questions informatives ou des affirmations. D'après Searle cité par Kerbrat-Orecchioni (2001 : 20), ces actes ont pour objectif « d'engager la responsabilité du locuteur sur l'existence d'un état de chose sur la vérité de la proposition exprimée ». Par ces actes, le locuteur porte un jugement dans le but de valoriser son image auprès du public. Il en va ainsi des discours suivants :

[D87] Madzo, Yaoundé-Ekoudoum, 2023



[D88] Madzo, Yaoundé-Ekoudoum, 2023



L'analyse de ces différents messages est déployée pour apporter une valorisation de Jésus. L'énoncé (87) [Jésus antidote pour sauver l'humanité], présente Jésus comme le sauveur de l'humanité. L'usage de la métaphore montre que Jésus est vu comme un remède ou une solution, pour sauver l'humanité de ses péchés, des maux sociaux, moraux ou spirituels et lui offrant des valeurs et des enseignements qui peuvent conduire à l'amélioration de la condition humaine, une voie de salut et d'espoir et la possibilité d'accéder à la vie éternelle. Le message (88) [délivré de la puissance des ténèbres pour être à Christ] fait référence à la croyance que Jésus a le pouvoir de libérer les individus de l'emprise du mal et des forces obscures, afin qu'ils puissent se consacrer à lui et vivre selon ses enseignements. Elle met en avant l'idée que Jésus est le moyen de se libérer des influences négatives et destructrices afin de choisir de suivre sa voie.

4.3.4. Les directifs

On entend par actes directifs, les actes par lequel le locuteur tente de faire agir son allocutaire. Ces actes de langage visent à influencer ou à diriger le comportement de quelqu'un d'autre. Ils sont utilisés pour donner un ordre, des instructions, des demandes ou des conseils. D'après Searle (2001 : 20), « ils constituent une tentative de la part du locuteur de faire quelque chose par l'auditeur ». Le locuteur espère obtenir une certaine réaction de l'allocutaire par leur accomplissement. Ces actes peuvent être exprimés en utilisant un ordre, une permission, une demande, un désir, une supplication, une suggestion, une recommandation, un avertissement, une condition ou une concession. Voici quelques illustrations.

[D89] Madzo, Yaoundé-Olezoa, 2023



[D90] Madzo, Yaoundé-Simeyong, 2023



[D91] Madzo, Yaoundé-Poste, 2023



En parcourant ces discours, nous constatons qu'elles ont le même contenu propositionnel qui est « l'accomplissement d'une action par l'auditeur » (Austin 1970 : 161). Elles ont respectivement les valeurs d'avertissement, de recommandation et suggestion.

Le premier message (89) [Crains Dieu car tu feras face à son jugement], est présenté comme un avertissement, fait référence à la croyance que Dieu est le juge ultime de toutes les actions et que chaque individu sera tenu responsable de ses actes devant Dieu lors du jugement final. Cette phrase met en avant l'idée que la crainte de Dieu, dans le sens d'un profond respect et d'une conscience de sa sainteté et de sa justice, est un motif important pour agir de manière juste et vertueuse. Elle suggère que la crainte de Dieu devrait être un motif important pour vivre selon ses commandements et éviter les comportements immoraux. Le deuxième discours (90) [un nouvel ordre de vie], étant une suggestion d'un renouvellement complet de la manière dont une personne vit et se comporte. Cela peut impliquer un changement de valeurs, de propriétés et de comportements. Elle renvoie à une conversion spirituelle ou une adhésion à une nouvelle foi ou croyance. Le troisième discours (91) [Expérimenter la bonté de Dieu], suggère une recherche de connexion avec Dieu, spirituelle et religieuse en quête de sens ou une volonté de

vivre selon les principes et les enseignements religieux. Il exprime le désir d'expérimenter directement la bonté de Dieu dans sa propre vie, en ressentant son amour inconditionnel et sa bienveillance. L'évangéliste veut susciter une réaction de la part de ceux-ci.

Du reste, si avec les directifs le public est la principale cible, il n'en est pas de même pour les expressifs.

4.3.5. Les expressifs

Les actes expressifs sont relatifs aux actes sociaux. Ce sont les actes accomplis par le locuteur conformément avec une attitude ou un comportement en vue d'exprimer son état psychologique. Searle (2001 : 21) soutient que, les expressifs expriment « l'état psychologique spécifié dans la condition de sincérité vis-à-vis d'un état de chose spécifié dans le contenu propositionnel ». Les actes expressifs visent à exprimer des émotions, des sentiments ou des états mentaux. Ils sont utilisés pour partager nos réactions émotionnelles ou nos opinions sur quelque chose.

[D92] Madzo, Yaoundé-Ahala, 2023



[D93] Madzo, Yaoundé-Awaé Escalier, 2023



[D94] Madzo, Yaoundé-Awaé Escalier, 2023



Les actes de langages expriment un souhait. Le discours (92) [*Qui es-tu malédiction*], l'émetteur souhaite connaître l'origine de cette malédiction afin de pouvoir y remédier. Il exprime une interrogation sur l'identité de la malédiction. Ce discours présente un questionnement sur une situation difficile ou négative et cherche à comprendre la source de cette malédiction.

Le message (93) [*Seigneur dit juste un mot*] exprime une demande ou une supplication à Dieu ou à figure supérieure. Il renvoie à une intervention divine ou une réponse rapide à une situation difficile ou incertaine. Elle fait référence à la puissance de Dieu, qui n'a besoin que d'un mot pour créer ou détruire. Il est aussi une expression de confiance en Dieu, en sachant qu'il a le pouvoir de résoudre tous les problèmes avec un simple mot.

Quant à l'énoncé (94) [*Seigneur je suis fini !!! Seul ton miracle peut me sauver*], il présente une valeur expressive ayant une valeur de détresse extrême et un désespoir profond. Il présente une situation désespérée et se tourne vers Dieu pour demander un miracle. Les expressifs sont des véritables outils langagiers pour l'homme de Dieu. Toutefois ajoutons à ces actes de langage les déclarations.

4.3.5. Les déclarations

« Provoquer un changement par notre déclaration » (Eluerd 1985 :164) est l'objectif visé par les actes déclaratifs. En effet, c'est l'accomplissement qui donne lieu à des modifications, des changements. De par l'accomplissement de ces actes, Armangaud (2007 :89) précise : « la caractéristique de cette classe est que l'accomplissement réussi de l'un des membres instaure la correspondance voulue entre le contenu propositionnel et l'intention ». Ils visent à communiquer des informations factuelles ou des opinions objectives.

[D95] Madzo, Yaoundé-Awaé Escalier, 2023



[D96] Madzo, Yaoundé-Awaé Escalier, 2023



Ces discours visent à convaincre et à convertir les personnes à une certaine foi ou croyance religieuse. Ils peuvent inclure des éléments tels que des témoignages personnels de conversion, des appels à la repentance et à la foi, des exhortations.

Au regard de ces énoncés, on peut dire que le discours (95) [*je déclare la guerre contre la pauvreté. Je mets un terme définitif !!! Libère mes enfants*], est une déclaration de l'intention de l'orateur. Il exprime son engagement à lutter contre la pauvreté et mettre fin à cette situation. Cette déclaration montre sa détermination à agir et à apporter des changements positifs dans la vie des personnes touchées par la pauvreté. L'énoncé (96) [*non !!! cette maladie ne me tuera pas*], est une déclaration qui indique un soulagement ou de réconfort. C'est une affirmation qui indique que la maladie en question ne causera pas la mort de la personne.

4.3.6. Les commissifs.

Kerbrat-Orecchioni (2001 : 136) définit les actes commissifs comme « des actes illocutoires par lesquels l'énonciateur s'engage à faire quelque chose, mais également à faire quelque chose qui a un impact sur le monde ». Ils sont des actes de langage qui visent à promettre, à s'engager ou à prendre un engagement. Ils sont utilisés pour exprimer une intention ou une volonté de faire quelque chose à l'avenir. Le locuteur s'engage vis-à-vis de l'auditeur à accomplir une action.

[D97] Madzo, Yaoundé-Awaé Escalier, 2023

[D98] Madzo, Yaoundé-Awaé Escalier, 2023



[D99] Madzo, Yaoundé-Awaé Escalier, 2023



Les phrases commissives sont des actes de langage qui engagent le locuteur à accomplir une action future. Ces énoncés sont des appels à l'action et à l'engagement dans la pratique de la foi. Ils impliquent une responsabilité de la part de l'interlocuteur pour manifester le règne de Dieu dans sa vie, lutter contre les tentations et les désirs de la chair, lutter contre les tentations et les désirs de la chair, s'engager dans une démarche spirituelle et pour se connecter à la puissance divine par la foi. L'énoncé (97) [manifester le règne de Dieu] est une expression de l'engagement chrétien à vivre selon les valeurs du royaume de Dieu. Il est un appel à faire connaître l'évangile au monde et à créer des communautés qui reflètent la justice, l'amour et la paix du royaume de Dieu. Le discours (98) [livrer le combat contre sa chair] fait référence à la lutte contre les tentations et les désirs terrestres qui peuvent nous éloigner de Dieu. Il est un engagement à vivre une vie de sainteté et à suivre le chemin de la croix. Il invite l'interlocuteur à résister aux tentations et à se concentrer sur sa relation avec Dieu plutôt que sur les plaisirs éphémères du monde. Le message (99) [la foi te connecte à la puissance de Dieu] souligne l'importance de la foi en tant que moyen de se connecter à la puissance divine. Il invite l'interlocuteur à croire en Dieu et à avoir confiance en sa présence et en son amour dans sa vie. Cela peut aider à surmonter les obstacles et à trouver la force nécessaire pour vivre selon les principes divins. Ces phrases commissives sont des expressions de la foi et de l'engagement spirituel. Elles peuvent être utilisées comme des guides pour vivre une vie chrétienne authentique.

4.3.7. Les actes de langage indirects.

Les actes de langage indirects sont des actes qui ne sont pas réalisés par un énoncé dont la forme linguistique correspond directement à l'acte de langage visé. Ils sont réalisés par un énoncé dont la forme linguistique correspond à un autre acte de langage, mais qui, dans un contexte donné, est interprété comme un acte de langage indirect. Searle (1972 : 55) les définit

comme « un acte de langage performatif qui est réalisé par un énoncé dont la forme linguistique correspond à un autre acte de langage autre que l'acte de langage performatif réalisé ». Un acte de langage indirect est un acte de langage qui accomplit quelque chose, mais de manière non littérale. De ce fait, l'homme de Dieu utilise l'acte de langage indirect pour persuader le public de se convertir.

[D100] Madzo, Yaoundé- Damas, 2023



[D101] Madzo, Yaoundé-Eleveur Yaoundé



Ces deux énoncés sont des suggestions directes ou des encouragements implicites à avoir confiance en Dieu et en Jésus-Christ pour résoudre des problèmes et accomplir des exploits. Ils visent à influencer le comportement ou les croyances de l'interlocuteur de manière subtile. Le discours (100) [*Jésus est la solution à ton problème*], le discours est une préposition, mais interprété comme une suggestion ou une recommandation. L'homme de Dieu suggère de se tourner vers Jésus pour résoudre son problème. L'énoncé (101) [*avec Dieu, nous ferons des exploits*] est interprété comme une promesse. Cet énoncé encourage l'interlocuteur à avoir confiance en Dieu pour accomplir des exploits. Ces énoncés sont des actes de langage indirects qui utilisent le contexte d'interaction et des stéréotypes culturels pour suggérer une intention autre que celle qui est exprimée littéralement.

Conclusion

En fin de compte, nous pouvons affirmer sans ambages que la composante rhétorique participe de la construction du sens. L'organisation énonciative et argumentative permet de comprendre que le discours des campagnes d'évangélisation est le lieu des actes de langage. L'émetteur est humanitaire, convainquant, attirant, c'est pour cette raison qu'il utilise les représentatifs, les directifs, les expressifs, les déclaratifs et les commissifs. Ainsi, on peut dire que l'homme de Dieu utilise des expressions pour agir sur le monde. Les hommes de Dieu jouent avec des mots dans le but de mieux convaincre le public. L'utilisation des figures de style, fait entrevoir une image de soi du locuteur. L'organisation pragmatique permet de comprendre que le discours de campagne d'évangélisation est le lieu des actes de langage. Aussi, pour persuader le public, l'interlocuteur nous sommes parvenus aux effets perlocutoires qui permettent de persuader et de convaincre le public.

Conclusion de la deuxième partie

À ce stade de notre réflexion, il s'agissait dans cette partie d'examiner les procédés rhétorico-pragmatiques des discours d'évangélisation. Rappelons qu'il s'agit de répondre à la question : comment les discours de campagne d'évangélisation utilisent-ils des stratégies rhétoriques et argumentatives pour persuader le public ? Notre intervention dans cette partie consiste à étudier d'une part les aspects rhétoriques, les preuves et les éléments énonciatifs et argumentatifs d'autre part. Il est important de retenir que le discours d'évangélisation est une action dont l'objectif est de convaincre. À cet égard, nous avons montré que ces discours se fondent sur des stratégies rhétorico-pragmatiques conditionnées dans le contexte d'émergence. Le statut d'évangéliste dans le troisième chapitre nous a permis de cerner les visions, les croyances et les idéologies partagées. Nous aboutissons à la conclusion selon laquelle les locuteurs de ces messages ont des statuts différents : évangélistes, pasteurs prophètes, docteurs, apôtres, etc. Le discours d'évangélisation dépend d'un contexte d'énonciation et d'argumentation dans le discours. Quoi qu'on dise pour qu'il ait action d'agir, il faut nécessairement des preuves tangibles pour appuyer un point de vue. Les éléments de polyphonie comme les discours directs et indirects, les citations et les allusions ainsi que les types d'arguments analysés constituent des stratégies énonciatives qui participent à la construction des altérités sociales, ayant des enjeux sociopragmatiques. Nous avons aussi constaté que les actes de langage dans ces discours sont un outil puissant utilisé pour persuader, convaincre le public d'accepter une nouvelle idéologie et une nouvelle croyance. La partie suivante se propose de passer à l'analyse des enjeux pragmatiques.

**TROISIÈME PARTIE : DU RENDEMENT RHETORIQUE ET
PRAGMATIQUE DES DISCOURS D'ÉVANGÉLISATION**

Introduction de la partie

Les discours sociaux sont produits en visant des enjeux rhétoriques et pragmatiques. Les énoncés d'évangélisation des églises dites de réveil n'échappent pas à cette logique discursive. C'est la raison pour laquelle cette partie met en évidence les enjeux sociopragmatiques desdits discours. Au cours de cette partie, nous voulons répondre à la question suivante : quelle est le rendement rhétorique et pragmatique des discours d'évangélisation ? L'objectif est de montrer que les messages en questions ont des enjeux multiples en rapport avec le contexte religieux. Les messages d'évangélisation ne sont pas construits de façon hasardeuse. Il s'agit d'un travail discursif bien organisé sur des thématiques et des intentions de communication précises. Les églises telles que le Temple de la foi, Communauté Missionnaire de Reveil, Arena of Prayer and Miracle Ministry, Ecole Internationale des Prophètes, Eglise missionnaire du chemin de la vérité au cameroun avec pour auteurs Dr Proph Ticha, phrophète Raoul Ndeffo, phrophète Ekame utilisent des discours pour persuader le public de se convertir. Ils utilisent différentes stratégies rhétoriques pour atteindre cet objectif, notamment l'utilisation d'un langage émotionnel, l'utilisation des témoignages. Pour y parvenir, nous avons organisé le travail en deux chapitres. Le premier porte sur les enjeux rhétoriques, en termes de topoî des discours de campagnes d'évangélisation et le second porte sur les visées sociopragmatiques.

**CHAPITRE 5 : LES ENJEUX RHÉTORIQUES DES
DISCOURS D'ÉVANGÉLISATION**

Introduction

Les messages d'évangélisation que nous avons recueillis sont formulés selon plusieurs enjeux rhétoriques. Nous avons des messages qui relèvent de différentes orientations d'évangélisation. Ce chapitre répond à la question : Quel est le rendement rhétorique des discours d'évangélisation ? Notre objectif est de mettre en exergue les orientations ou les axes sur lesquels reposent les discours en question qui sont en relation avec les croyances, les idéologies et les différentes visions sociales des émetteurs et lecteurs. À la lecture des messages d'évangélisation, nous avons constaté que plusieurs lieux communs ont des thématiques répétitives. C'est la raison pour laquelle, au cours de ce chapitre, nous allons nous appesantir sur des *topoi* tels que la conjuration des maux de la société et la sensibilisation sur la foi chrétienne.

La notion de *lieux communs, topoi, idée reçue*, participent de la rhétorique. Les *topoi* ont été élaborés par l'ancienne rhétorique d'Aristote et bien d'autres rhétoriciens antiques. Dans son ouvrage, *la rhétorique*, Aristote distingue deux types de lieux à savoir : les lieux spécifiques ou spéciaux et les lieux communs.

Les premiers sont spécifiques parce qu'ils sont particuliers à chaque genre oratoire (judiciaire, épideictique et délibératif) rattachés aux lieux du vrai, du beau et du bien.

Les seconds sont employés dans tous les trois types de genres oratoires ou rhétoriques. Selon Aristote (1991 :60), ceux-ci « se rapportent dans les différents genres rhétoriques ». Il considèrera ainsi trois catégories de lieux communs : les lieux du possible et de l'impossible, les lieux de l'amplification et les lieux du fait accompli.

Considérant le fait que les discours des campagnes d'évangélisation que nous étudions sont construits sur des fondements linguistiques dont le but est de persuader, convaincre, provoquer, l'adhésion, etc. Nous retiendrons l'acception d'Amossy (2000 : 100) selon laquelle un lieu commun est « un schéma sans contenu déterminé qui modèle l'argumentation. Il s'appréhende comme ceux sur quoi se rencontrent un nombre de raisonnements oratoires ». Elle ajoute qu'un lieu commun est une

opinion partagée ou une idée reçue : on peut maintenir la valeur coercitive et injonctive de la notion d'idée reçue en considérant sur le caractère collectif d'une idée, d'une prise de position, sur leur mise en commun et leur circulation au sein d'une communauté.

Sans toutefois négliger la distinction des lieux communs faite par Perelman en lieux de la qualité, la quantité, l'ordre, l'existant et l'essence, nous considérons dans notre analyse, les lieux communs comme des croyances communes, la vision du monde partagée, un ensemble

d'idées, de lois et de faits connus, familiers et partagés dans une communauté socio-linguistique. C'est la raison pour laquelle Kerbrat-Orecchioni (2006 : 657) pense que :

Dans une perspective interactionniste, l'assertion consiste donc : à faire savoir au destinataire que l'on estime vrai l'état de choses correspondant au contenu propositionnel, en prétendant faire partager cette opinion par le destinataire (et à modifier du même coup son « bagage cognitif »), et si la situation communicative le permet, de manière à obtenir de ce destinataire une prise de position explicite, et de préférence positive, sur le contenu asserté.

5.1. LES LIEUX COMMUNS

Les lieux communs en tant que « l'ossature d'une argumentation qui se fonde par ailleurs sur une série d'opinions partagées » Amossy (2000 : 103), s'identifient à la pauvreté, la promesse de guérison, les blocages, les prières dans notre corpus.

5.1.1. La conjuration des maux sociaux

La conjuration des maux sociaux consiste à lutter et à éloigner tous les problèmes auxquels les hommes font face dans la société camerounaise en particulier. Il existe une multitude de difficultés dans la société camerounaise. Les prophètes et apôtres, dans leurs discours, se proposent ainsi de les éradiquer. C'est dans ce sens que nous avons catégorisé leurs messages selon les lieux communs suivants : la sortie de la pauvreté, la délivrance, la guérison, la sécurité du pays, la prophétie, etc.

5.1.1.1. L'éradication de la pauvreté et le triomphe

Les énoncés qui meublent les affiches d'évangélisation portent abondamment sur la sortie de la pauvreté et la promesse du triomphe. Ce sont des messages qui promettent aux récepteurs la richesse ou une vie aisée. Nous pouvons le lire dans les images ci-après :

[D102] Madzo, Yaoundé- Nkoabang, 2023



[D103] Madzo, Yaoundé-Mendong, 2023



[D104] Madzo, Yaoundé- Jouvence, 2023



[D105] Madzo, Yaoundé- Emia, 2023



Le discours qui nous intéresse dans le premier discours (102) est celui-ci : [*Je déclare la guerre contre la pauvreté*]. Ce discours, sous forme de phrase déclarative, met en évidence un enjeu important pour les discours d'évangélisation. Il s'agit d'un combat que les émetteur-prophètes mènent contre l'un des fléaux les plus dangereux de toutes les sociétés. La lutte contre la pauvreté fait partie de tous les programmes politiques des États en développement. Au Cameroun, elle est davantage d'actualité parce que ce dernier est un pays du tiers-monde. L'objectif du Cameroun est de sortir la majeure partie de sa population de la pauvreté. Lorsque nous parcourons les différentes affiches des églises en question, nous constatons que le discours contre la pauvreté ou la misère est récurrent. Nous pouvons dire que l'église rejoint l'État dans ce combat qui dure des millénaires. La lutte contre la pauvreté s'accompagne des promesses au sujet de la prospérité financière. Nous pouvons ainsi lire des messages d'évangélisation qui promettent une vie aisée aux récepteurs. C'est ce que nous lisons sur le deuxième message (103): [*Viens recevoir gratuitement ta bouteille d'eau ointe pour toutes percées financières*]. Dans ce cas, l'auteur du discours fait usage du mode impératif pour inviter son lectorat à venir massivement à son programme qui promet de la prospérité financière. Il faut dire que cette invitation n'épargne pas le grand nombre. Plusieurs personnes sont dans des situations de vie qui nécessitent de l'argent. Plusieurs autres vivent dans la précarité financière si bien qu'ils peuvent facilement se laisser entraîner par de telles promesses qui sont faites gratuitement. C'est dans le même sens que s'inscrivent les messages sur le triomphe.

Les messages d'évangélisation sont aussi construits autour du paradigme du triomphe, du succès ou de l'élévation. Ce sont des discours qui promettent mots et merveilles aux récepteurs. C'est ce que nous lisons sur le troisième énoncé (104) : [*Trois cultes spéciaux du surnaturel*] [*Comment triompher toujours en Christ*]. Cet énoncé parle de trois cultes spéciaux du surnaturel. En d'autres termes, il est question d'un programme de cultes au cours duquel il y

aura des manifestations surnaturelles, glorieuses ou triomphales. L'usage des adjectifs qualitatifs *spéciaux* et *surnaturels* traduit déjà la grandeur, la gloire, le triomphe, le succès, etc. Tout est fait dans le sens de promettre aux auditeurs un changement positif dans leurs vies.

Le dernier énoncé qui se veut déclaratif se présente aussi sous forme d'une recette pour le succès en Jésus-Christ. Le quatrième discours (105) peut ainsi nous faire lire un autre message qui dit : [De la honte à la gloire]. Ici, il est question d'une promesse de changement de situation de vie. Tous ceux qui vivent dans la misère, la honte et la détresse peuvent se sentir concernés. Le sens du discours n'est pas explicitement présenté, mais la quintessence y est, car nous pouvons comprendre que l'auteur est en train de promettre la gloire à tous ceux qui vivent l'humiliation dans leur vie. Plusieurs personnes peuvent alors s'identifier dans ce genre de messages. Des gens qui viennent connaître un échec scolaire, ceux qui traversent des déceptions sur plusieurs plans, ceux qui sont dans des situations de détresse, bref toute personne malheureuse peut se sentir concernée par ces messages. Il convient de dire que les auteurs des messages d'évangélisation s'appuient sur les réalités de leur environnement social pour construire des discours adaptés. La pauvreté, les déceptions, la détresse de toute sorte sont autant de situations malheureuses dans lesquelles se trouvent plusieurs personnes dans la société. Le discours d'évangélisation est un message de Salut à la fois terrestre et céleste. C'est un discours qui promet de sauver l'homme du péché et de la pauvreté. La victoire en question peut être sur plusieurs plans. La victoire sur le péché, la victoire sur les échecs, la victoire sur la pauvreté et les rivalités de plusieurs ordres. Il faut reconnaître que les différentes affiches que nous avons portent majoritairement des messages qui ne promettent que le bonheur terrestre aux hommes. Nous pouvons dire que ces énoncés ne sont construits que dans ce sens. C'est toujours dans cette logique que nous pouvons parler des promesses de guérison.

5.1.1.2. Les promesses de guérison

L'un des discours les plus accentués est celui de la guérison et de la délivrance. Ces affiches sur la guérison sont récurrentes en milieux urbains. Nous avons recensé des discours de guérison (30 occurrences). C'est un discours que nous rencontrons dans les images suivantes :

[D106] Madzo, Yaoundé- Rond-point express, 2023



[D107] Madzo, Yaoundé- Emia, 2023



[D108] Madzo, Yaoundé-Monti, 2023



[D109] Madzo, Yaoundé- Emia, 2023



Dans le premier discours (106), le discours qui fait l'objet de notre attention est celui qui se trouve sous le message *cas urgent*. Il s'agit du discours qui dit : [Cancéreux, paralysés, stériles.... Quelle que soit la situation, le Seigneur apporte une solution définitive]. Ce message propose clairement la guérison aux maladies citées. Il s'agit des maladies les plus difficiles à soigner. Le message [cas urgent] est une phrase non verbale. Cette construction phrastique du slogan en grande police est faite pour attirer l'attention des passants. Le fait de signaler l'urgence montre que l'auteur met de l'emphase sur cette situation de maladie ou de paralysie citées ci-dessous. Nous devons dire que la façon de disposer les discours et la formulation des messages ne se font pas au hasard. Tout est fait de manière à ce que les passants soient frappés et attirés par le contenu des énoncés. Les discours que nous lisons dans ces affiches ont pour objectif principal de persuader les lecteurs. C'est la raison pour laquelle, nous constatons un travail soigneux sur la chorégraphie, la construction des messages et les tournures syntaxiques et stylistiques qui s'y trouvent. L'énoncé qui retient notre attention dans le deuxième énoncé (107) est celui qui se trouve au bas de l'affiche : [Prière spéciale pour les malades]. L'usage de l'adjectif épithète postposé montre l'intérêt que l'auteur du message accorde à la prière qu'il organise pour les malades.

Le troisième message (108) se présente l'énoncé [Grande campagne de guérison], [Non. Cette maladie ne te tuera pas]. Le premier discours annonce une campagne de guérison avec l'usage de l'adjectif qualificatif « grande ». L'emploi de ce mot traduit l'importance que l'auteur donne à son programme d'évangélisation et de prière. Il produit un message dont il est le premier évaluateur. Nous pouvons dire que plusieurs discours d'évangélisation s'accompagnent des termes évaluatifs mélioratifs dans le sens de présenter au public l'importance, la grandeur, l'intérêt que présentent les programmes qu'ils proposent. Ce discours est suivi de l'adverbe de négation « non » qui traduit certainement la négation du désespoir, le refus d'entretenir l'idée d'une issue malheureuse.

Nous pouvons lire en cela une stratégie discursive qui consiste à donner de l'espoir aux lecteurs pour que ces derniers aient confiance au prophète qui garantit la guérison par son programme de prière. Le locuteur voudrait partager une opinion qu'il juge vraie. Il pense ou croit que Dieu est capable de soigner tous ceux qui viendront suivre son programme de prière. Le prophète voudrait en même temps partager cette opinion avec le lecteur.

Les récepteurs de ces énoncés sont appelés à croire que les maladies dont ils souffrent ne les tueront pas. Nous sommes ici dans le domaine de la foi qui veut que l'on « croie sans voir ». Cela relève des miracles que le discours (109) propose : [4 jours d'extrême miracles : guérison...]. La guérison de certaine maladie relève du miracle, c'est-à-dire de l'extraordinaire. Guérir de certaines maladies telles que le SIDA, la stérilité, etc., est une manifestation de la puissance surnaturelle de Dieu selon les discours d'évangélisation.

Il existe aussi des maladies spirituelles, selon le jargon du christianisme, qui nécessitent des délivrances. On parle généralement de possessions spirituelles. C'est la raison pour laquelle la plupart des affiches que nous avons proposées des délivrances. Les hommes sont certainement possédés par des esprits méchants que le prophète ou l'apôtre doit chasser. Ces délivrances concernent aussi des situations de blocage que les auteurs des discours d'évangélisation se proposent de combattre.

5.1.1.3. Les déblocages et les prophéties

Les énoncés d'évangélisation se caractérisent aussi par des promesses de déblocage de toutes les emprises démoniaques ou maléfiques à travers des déclarations des prophéties dans la vie des camerounais. Les images ci-dessous nous permettent de lire certaines de ces discours :

[D110] Madzo, Yaoundé-Ngouso, 2023



[D111] Madzo, Yaoundé-Mendong, 2023



[D112] Madzo, Yaoundé- Nkoabang, 2023



Le discours (110) s'intitule : [*O Dieu, brise tout joug dans ma famille*]. Ce thème est une phrase déclarative formulée sous forme d'une prière. C'est une prière que le prophète en question fait en lieu et place des personnes se trouvant dans des situations de blocage. Le joug peut être considéré ici comme une contrainte, une malédiction qui bloque la prospérité ou le succès dans la vie d'une personne. L'auteur propose cette thématique à l'attention de toute personne bloquée. Il convient de dire que les topoï que présentent ces discours d'évangélisation sont structurés de sorte que les lecteurs puissent se sentir attirés ou intéressés.

Le discours (111) intitulé : [*Destruction des œuvres des ténèbres*]. C'est une phrase déclarative et non verbale. La phrase averbale est employée ici pour un objectif précis. Il est certainement question pour le prophète de mettre en évidence les noms qui sont employés dans la phrase à savoir *destruction* et *œuvres des ténèbres*. Ces deux noms sont les éléments les plus importants dans la phrase, car il est question de proposer aux récepteurs la destruction de toutes les œuvres maléfiques dans leur vie. L'auteur voudrait attirer l'attention sur ce qui fera véritablement l'objet de ce programme de prière. Nous pouvons aussi lire en cela une prophétie, c'est-à-dire une prédiction favorable dans la vie des personnes menacées par des œuvres des

ténèbres. Les œuvres des ténèbres peuvent être comprises comme tout blocage ou tout ce qui est fait maléfiquement contre l'épanouissement d'un homme. C'est la raison pour laquelle nous lisons ces énoncés dans le troisième discours (112) : [3 jours contre l'esprit de blocage] et [qui m'a attaché ? Prophète détaché moi]. Il faut dire que les discours évangéliques s'appuient sur des lieux communs ou idées reçues, des opinions partagées.

En fait, les prophètes et pasteurs qui construisent ces discours vivent dans une société qui connaît des maux comme le blocage spirituel. Ils savent bien que plusieurs personnes souffrent de ce mal dans la société camerounaise. Ces personnes sont généralement à la recherche des solutions à ces maux, si bien que les *hommes de Dieu* sont toujours sollicités dans ce sens. Les messages d'évangélisation au sujet du blocage ne naissent pas du néant. Ils sont le fruit des idées partagées et des situations réelles de la société.

Comme nous pouvons le constater, les discours de la dernière affiche sont aussi formulés sous forme averbale, interrogative et déclarative. Le premier énoncé qui dit [3 jours de prière contre l'esprit de blocage] est une construction averbale qui met l'emphase sur la prière et l'esprit de blocage. Nous comprenons que le prophète informe le public sur son programme de prière consiste à prier contre les blocages spirituels. Il fait une formulation phrastique qui s'intéresse à l'essentiel à savoir : prière et esprit de blocage. Les deux derniers énoncés montrent clairement que le prophète connaît son environnement social et les maux qui s'y trouvent. Il propose un discours qui vient des personnes subissant des blocages. Ainsi, on peut donc dire qu'il y'a une sorte de dialogisme interdiscursif. C'est pourquoi le deuxième discours dit [qui m'a attaché ?]. C'est une question que peut se poser tout homme lorsque sa vie ne prospère pas comme il aurait voulu. Suite à cette interrogation, il peut se confier au prophète pour la délivrance. Nous y voyons une sorte d'interaction verbale entre les auteurs des discours d'évangélisation et les lecteurs. Il y a une anticipation qui veut que le prophète présente le mal et sa solution pour attirer la victime. Les messages d'évangélisation identifiés dans ces différentes affiches peuvent être considérés comme des conversations construites dans le sens de l'interaction sociale selon le contexte social. C'est dans ce sens que Bakhtine (1979 : 299) fait savoir que :

tout énoncé, qu'il soit oral ou écrit, est un énoncé réponse. Il répond à quelque chose qui a été dit devant lui, ou qui est dit en même temps que lui. Il est impossible de trouver un énoncé qui ne soit pas une réponse, même si elle est implicite, même si elle est adressée à soi-même.

Il faut donc comprendre les discours d'évangélisation dans le sens des interactions entre les prophètes et les citoyens camerounais. Les deux entités se connaissent. Les auteurs des

messages connaissent leur société et proposent des lieux communs qui vont dans le sens des maux qui gangrènent celle-ci. Les prophéties qui sont dites par les hommes de Dieu correspondent aux différentes solutions que les citoyens attendent de leurs problèmes. Parmi ces problèmes, nous avons la sécurité du pays.

5.1.1.4. Prière pour la sécurité du pays

L'un des axes thématiques de prière et de prophétie des discours d'évangélisation est la sécurité du pays. Notre recherche nous a permis de recenser plusieurs de ces discours (10 occurrences). Nous avons des programmes de culte et de prière, faveur de la paix ou la sécurité du Cameroun. Les affiches ci-après en témoignent.

[D113] Madzo, Yaoundé- Biyem-assi, 2023



[D114] Madzo, Yaoundé- Warda, 2023



Ces discours sont des évènements religieux, des activités spéciales que ces églises organisent pendant ces mois (Avril, Juin et décembre), telles que des retraites spirituelles, des concerts de musique chrétienne, ou des festivals. Pendant ces mois on célèbre la Pâque, la Pentecôte et l'Avent. Le premier discours (113) présente deux discours au sujet de la nation : [prière pour la nation camerounaise] et [joins-toi à nous pour intercéder pour notre nation]. Ces deux messages rendent bien compte de ce que les *hommes de Dieu* prient en faveur du pays. Le premier discours est une phrase déclarative averbale. Elle tient lieu de thème du programme de culte ou de prière. La deuxième phrase (114) est impérative et constitue une invitation à l'intercession en faveur de la nation camerounaise. Les églises chrétiennes concernées se présentent ici comme des sentinelles et des vigiles du pays. C'est ce que nous pouvons comprendre dans le discours de la deuxième image en des termes suivants : [les gardiens des nations]. Les deux prophètes que l'on voit sur cette affiche se présentent comme ceux qui

gardent la nation. Il convient de dire que la sécurité du pays, son émergence, sa stabilité sur tous les domaines est certainement l'objet des prières qui sont élevées en sa faveur en temps de crise. Ces discours montrent à suffisance que les religions que nous avons au Cameroun, notamment les églises dites de réveil ne sont pas indifférentes face aux problèmes du pays. C'est encore une preuve que le discours évangélique de ces églises n'est pas loin des réalités sociales camerounaises. C'est un discours qui encourage les citoyens à intercéder pour le pays à travers ce message qui dit : [joins-toi à nous pour intercéder pour notre pays]. Nous y lisons le patriotisme pour la nation. La foi devient un instrument de sensibilisation des citoyens sur l'attachement à leur pays. Le patriotisme se manifeste de plusieurs façons. Dès lors certains Camerounais prouvent l'amour qu'ils ont pour leur patrie par le sport, la musique, la science, etc., les religieux le font au moyen de la prière d'intercession. Ils ont à cœur leur nation et prient pour son développement et sa sécurité. Nous comprenons que les contenus thématiques et discursifs des messages d'évangélisation sont d'ordres divers. C'est pourquoi nous parlons de la sensibilisation des hommes sur certains fondements de la foi chrétienne.

5.2. LA SENSIBILISATION SUR LES FONDEMENTS DE LA FOI CHRÉTIENNE

Les discours évangéliques se caractérisent par la sensibilisation des hommes sur certains éléments fondamentaux de la foi chrétienne. Après avoir bien dépouillé le corpus, nous avons relevés deux points à savoir : la puissance de Dieu et la confiance en Dieu.

1.1. La puissance de Dieu

Plusieurs messages que nous lisons dans les affiches d'évangélisation célèbrent la puissance de Dieu. C'est ce qui témoigne les affiches suivantes :

[D115] Madzo, Yaoundé-Mendong, 2023



[D116] Madzo, Yaoundé-Biyem-assi, 2023



Le discours qui nous intéresse dans le premier discours (115) est celui-ci : [*Le Dieu qui répond par le feu*]. Cet énoncé met en exergue la manifestation puissante de Dieu par un élément naturel de puissance. Le feu, dans ce contexte, peut être un symbole de puissance dans la Bible, de destruction de tout ce qui dérange les hommes dans leur vie quotidienne. Il peut représenter un jugement comme « la destruction de Jéricho (Josué 6) : les Israélites détruisent la ville de Jéricho par le feu pour accomplir la promesse de Dieu », la purification comme « le baptême (Matthieu 3 ; Marc 1 ; Luc 3) Jean-Baptiste baptise les gens dans l'eau pour les purifier de leurs péchés », ou la présence de Dieu comme « la descente de l'Esprit-Saint (Actes 2) : le Saint-Esprit descend sur les apôtres sous la forme de langues de feu ». C'est certainement dans cette logique que l'auteur utilise le feu pour traduire la puissance de Dieu. Le prophète veut certainement faire valoir que Dieu est si puissant qu'il embrase tout blocage, toute maladie et tout joug maléfique. Nous comprenons que les hommes d'église veulent que les hommes croient en la puissance de Dieu. Il faut dire que la foi chrétienne se base aussi sur la puissance d'un Dieu tout-puissant. Un Dieu qui a tout créé, un Dieu qui est capable de faire toute chose bonne. Il convient de dire que la puissance de Dieu est présentée dans un contexte polythéiste. Tout le monde ne croit pas au Dieu des chrétiens par conséquent, tout le monde ne croirait pas à sa puissance. Au Cameroun, nous n'avons pas seulement le christianisme. Nous comptons les musulmans, les bouddhistes, les traditionalistes et même les athées. Quand bien même les musulmans et les chrétiens seraient monothéistes, ils ne croient pas tous en Jésus-Christ. Les chrétiens des églises en question voudraient amener les citoyens camerounais à croire en Dieu et en sa toute puissance. Il faut dire que tout commence par-là car, si les gens ne croient pas en Dieu et en sa puissance, ils ne croiront pas aux prophéties et prières que les prophètes feront. Ces paradigmes sont donc liés.

Le discours (116) est : *Les percées par le sang de Jésus-Christ*. C'est un énoncé qui invite à la considération de la puissance du sang de Jésus-Christ. Il faut dire que les chrétiens croient que Jésus-Christ est le sauveur de l'humanité. Il est appelé le rédempteur. C'est par son sang que les hommes sont sauvés selon les croyances chrétiennes. C'est la raison pour laquelle son sang est présenté dans cet énoncé comme un moyen de prospérité financière. Les percées renvoient ici à la prospérité ou au développement. Par le sang de Jésus-Christ, les hommes sont capables d'atteindre la prospérité de toutes sortes. C'est le message implicite que nous pouvons relever de ce discours dont l'objectif est de sensibiliser les hommes sur la puissance de Jésus-Christ. Présenter la puissance de Dieu et de Jésus-Christ consiste véritablement à préparer le chemin de tous les autres discours liés aux multiples promesses de guérison, de prospérité, de déblocage, etc. À côté de ces deux paradigmes, il se développe un autre : la confiance en Dieu.

5.2.1. La confiance en Dieu

La confiance en Dieu et/ou Jésus-Christ est un thème qui est développé par les discours d'évangélisation. Nous retrouvons dans nos recherches une multitude de discours (45 occurrences). Nous pouvons le voir sur les affiches suivantes :

[D117] Madzo, Yaoundé-Obam, 2023



[D118] Madzo, Yaoundé Awaé Escalier -, 2023



Le verset biblique du premier message (117) est une sensibilisation à la confiance en Dieu. Le choix de ce texte n'est pas hasardeux. C'est un texte dont le message est de donner confiance au récepteur immédiat, c'est-à-dire celui à qui l'on s'adressait dans la Bible ainsi qu'au récepteur qui est le lecteur des discours d'évangélisation. *Nul ne tiendra devant toi, tant que tu vivras. Je serai avec toi, comme j'ai été avec Moïse, je ne te délaisserai point* (Josué 1 : 5). L'auteur utilise ce verset biblique pour amener ses lecteurs et ses fidèles à avoir confiance en Dieu.

Le deuxième discours (118) dit : *Seigneur je suis fini ! Seul ton miracle peut me sauver* est tiré de (Job 10, 1-2). C'est une expression de désespoir et de demande d'aide qui nécessite l'intervention de Dieu dans la vie d'un individu qui se sent totalement abattu par les problèmes. Il a certainement cherché des solutions ailleurs, mais il n'a pas été satisfait. Dieu est donc le seul qui peut le sauver par un miracle. Ce discours voudrait montrer à la fois la puissance du Dieu du prophète et la confiance que ses récepteurs sont appelés à avoir en lui. L'auteur met en évidence la nécessité d'avoir confiance en Dieu. Au moyen de ce discours il présente au public l'urgence de recourir à Dieu lorsque tout va mal. Il convient de dire que les discours que nous analysons dans ces affiches tournent autour de la confiance en Dieu et au prophète. Ils présentent des contenus qui appellent à une confiance inébranlable. En clair, ces discours mettent l'accent sur la puissance de Dieu comme gage une résolution des problèmes des citoyens camerounais.

Conclusion

Au terme de ce chapitre qui portait sur le rendement rhétorique des discours d'évangélisation, il convient de rappeler que notre objectif était de mettre en évidence les topoï sur lesquels reposent les discours d'évangélisation. Pour mener à bien cette étude, nous nous sommes appuyés sur deux axes majeurs à savoir la conjuration des maux de la société et la sensibilisation sur le fondement de la foi chrétienne. Après avoir analysé plusieurs de ces lieux communs, nous pouvons dire que ces derniers sont véritablement construits sur les orientations sus-évoquées. Les discours d'évangélisation ont des contenus qui portent sur la l'éradication des problèmes des hommes dans la société camerounaise. Par ailleurs, ils sont formulés sur la base de la sensibilisation sur les fondements de la foi chrétienne. Au sujet de l'éradication des maux de la société, ces discours s'intéressent aux problèmes de pauvreté, de chômage, de blocage spirituel, maladies, etc. Parlant de la sensibilisation, ce sont des énoncés qui portent sur la puissance de Dieu et la confiance en ce Dieu.

**CHAPITRE 6 : LES VISÉES PRAGMATIQUES DES
DISCOURS DE CAMPAGNES D'ÉVANGÉLISATION**

Introduction

Les discours d'évangélisation ne sont pas produits sans intentions de communication. Ils s'accompagnent certainement d'une multitude de visées pragmatiques qu'il convient de relever dans cette étude. C'est la raison pour laquelle ce chapitre porte sur l'analyse sociopragmatique desdits messages dans l'ambition d'en dégager les différents objectifs de communications. Nous répondons à la question de savoir : Quelles sont les visées discursives des messages d'évangélisation des églises de réveil ? La réponse à cette problématique nous amènera à analyser les différents discours que nous avons relevés afin de mettre en relief des intentions de communication telles que : l'évangélisation, les délivrances des démons, les guérisons, la résolution des problèmes de chômages, de célibat et de voyage.

6.1. INVITATION ET ADHÉSION À LA CONGRÉGATION

Les différents discours religieux (35 occurrences) que nous pouvons lire sur les affiches des églises dites de réveil ont pour objectif principal d'amener la population à adhérer à la congrégation religieuse en question ou d'assister au programme annoncé. La religion dans le contexte camerounais est devenue un grand terrain d'offres spirituelles. Il faut dire que la religion chrétienne compte de nos jours une kyrielle d'obédiences ou de congrégations au Cameroun. Parmi ces églises, celles qui sont églises de réveil prennent de l'ampleur dans les deux capitales du Cameroun, si bien que nous pouvons voir leurs affiches d'évangélisation dans toutes les rues. Chaque prophète travaille de cette façon pour attirer des fidèles. Il convient de dire que ces églises fonctionnent sous l'égide d'un leader appelé soit apôtre, soit prophète, docteur, pasteur, etc. Dans la ville de Yaoundé, nous avons plusieurs prophètes et docteurs dont les affiches, portant des discours d'appels aux rendez-vous, inondent les rues. Ces visées sont perçues dans les discours suivants :

[D119] Madzo, Yaoundé -Nsimeyon, 2023



[D120] Madzo, Yaoundé -Nsam, 2023





Lorsque nous observons ces trois discours, nous remarquons l'inscription de plusieurs discours bien organisés. Nous avons par exemples le type de programme, le thème, la durée du programme, le lieu, les articulations du programme, le nom et le titre de l'auteur de l'évènement. Toutes ces conférences visent à persuader le récepteur sur l'importance de l'évènement. L'objectif ici est d'amener la population à participer audit événement. L'énoncé (119) propose : *4 nuits de guerre spirituelle totale*. C'est un énoncé dont l'une des fonctions principales est d'attirer tous ceux qui ont des problèmes *spirituels*, à assister au programme ou à adhérer à la congrégation qui l'organise. On peut encore lire : *vaincre toutes les limitations*. C'est un message qui cible une certaine catégorie de personnes. Il s'agit de tous ceux qui ont du mal à s'épanouir dans leur vie sur plusieurs plans. Il faut dire que ce discours vise à atteindre presque toute la population, puisque plusieurs personnes entretiennent le rêve de devenir des personnalités sociales. Mais lorsqu'elles font face à des difficultés telles que le chômage ou la maladie, elles pensent qu'il y aurait des blocages spirituels qui sont faits à leurs égard. Ce genre de message peut donc influencer cette catégorie de personnes.

Le discours (120) fait un appel à toutes les populations de Yaoundé. Cet appel justifie ce que nous venons de dire, car les prophètes et apôtres qui formulent ces discours ont une bonne maîtrise de leur environnement social si bien qu'ils savent comment construire des messages qui vont les persuader. Il fait appel à toutes les populations de Yaoundé dans la mesure où il sait très bien que cette ville regorge de plusieurs personnes en difficultés qui seront certainement touchées par les discours formulés.

Dans le message (121), les discours sont plus poignants. Le prophète s'adresse individuellement à chaque récepteur en l'invitant avec toute sa famille. Lorsqu'il dit *retour à l'expéditeur*, il met en évidence des personnes souffrant des maladies mystiques. C'est une expression que l'on emploie quotidiennement dans les quartiers pour dire que *le mauvais sort* ou la maladie, une foi traitée, sera renvoyée à la personne qui en est l'auteur malveillant. Il

s'agit encore d'un énoncé qui vient d'un émetteur qui maîtrise sa société. Il connaît les maux de son environnement et il formule des messages qui correspondent aux réalités permanentes pour que les récepteurs n'en soient pas indifférents.

La société camerounaise est caractérisée par des maux de toutes sortes. C'est la raison pour laquelle ces hommes de Dieu proposent des programmes de culte ayant des contenus visant à satisfaire tous ceux qui souffrent. C'est aussi pourquoi la troisième affiche propose un menu spirituel composé : Des délivrances, des guérisons, des prédications, des prophéties et des miracles. Ce menu vise à attirer le maximum de personnes possible à ce culte. La visée première de tous ces discours est donc de persuader plusieurs personnes à aller à ces rendez-vous ou à adhérer définitivement à ces églises. Pour y parvenir, il faut construire des discours qui annoncent des solutions aux problèmes quotidiens des Camerounais. Il faut dire que la religion est utilisée à ce niveau comme une solution à tous les problèmes. Elle est le dernier recours qui ne faillit pas. Elle propose des solutions aux maladies, au chômage et aux difficultés de toutes natures.

Présentée sous cet angle, la religion chrétienne ne saurait laisser les individus indifférents. Il convient de dire que cette classe religieuse chrétienne travaille efficacement pour la conquête des adhérents. C'est la raison pour laquelle elle propose une multitude de programmes aux visées aussi variées.

6.2. L'abolition des maux sociaux

C'est un thème récurrent dans les discours des campagnes d'évangélisation (37 occurrences). Elle signifie mettre fin à une situation, mettre hors d'usage, c'est aussi réduire un fait à néant. Cette expression va en droite ligne avec les discours des campagnes d'évangélisation afin de mettre un terme aux différentes souffrances qu'endure la société.

En parcourant les discours d'évangélisation dans la ville de Yaoundé, nous avons constaté que les discours qui s'y trouvent visent à abolir les problèmes qui minent la société actuelle. Ils abordent des maux sociaux qui peuvent avoir un impact positif sur la société. Ils sensibilisent les gens à ces problèmes et les encouragent à agir pour les résoudre, aident à promouvoir des valeurs morales et spirituelles. Il s'agit des messages qui proposent des solutions aux problèmes sociaux tels que les maladies, la pauvreté, l'injustice la discrimination et la sécurité du pays.

6.2.1. La guérison des maladies

La maladie physique ou charnelle (25 occurrences) est un mal dont souffrent tous les Hommes du monde entier. Au Cameroun, ce mal est de plus en plus accentué, parce que les conditions de vie des Camerounais sont dégradées. Les établissements hospitaliers souvent déficitaires sur le plan de l'encadrement des patients. Cet état de chose conduit généralement à la mort ou au désespoir total des malades. C'est dans ce contexte que le discours évangélique naît et apparaît comme la solution ultime et efficace à toutes les maladies. Nous pouvons le voir dans les images ci-après :

[D122] Madzo, Yaoundé -Tamtam, 2023



[D123] Madzo, Yaoundé -Nkomo, 2023



[D124] Madzo, Yaoundé -Nkoabang, 2023



Comme nous pouvons le constater, le discours (122) propose de toute urgence des solutions aux malades tels que les cancéreux, la stérilité et la paralysie. La visée discursive est évidente dans cette représentation. Cette congrégation missionnaire de réveil vise à guérir les gens des maladies les plus difficiles à soigner par la médecine moderne, ainsi que la pharmacopée encore appelée médecine traditionnelle. Il faut reconnaître que ces discours évangélistes correspondent véritablement au contexte actuel. La société camerounaise

connait un grand nombre de personnes atteintes par les maladies ciblées. Plusieurs personnes souffrent de stérilité dans leurs foyers, ils sont donc nombreux à adhérer à ces églises dans un espoir de guérison. Cette situation est même souvent à l'origine des problèmes dans les familles et les couples. Un prophète qui propose une solution à cette maladie a de fortes chances d'être suivi. C'est un discours qui lui permettra d'attirer le maximum de personnes possibles dans sa congrégation. Il est de même du cancer et de la paralysie. Ce sont des maladies qui s'avèrent souvent incurables. C'est la raison pour laquelle le prophète mentionne : *quelle que soit la situation, le Seigneur apporte une solution définitive*. Le fait de parler de solution définitive renvoie aux diverses souffrances. Le programme de prière proposé par cette congrégation est une solution ultime, car elle apporte une lueur d'espoir pour un soin efficace.

L'énoncé (123) quant à elle présente un thème intitulé « grande croisade de délivrances, de guérisons et de prophéties ». Tout comme le précédent, ce thème propose la guérison aux habitants de Mfou, puisque le sous-thème *Mfou, Dieu s'est souvenu de toi*. C'est un discours qui va dans la même logique de la visée de guérison des maladies difficiles à soigner. Le sous-thème traduit ce fait lorsqu'il stipule que Dieu s'est souvenu de cette ville. C'est une façon de dire que les malades de cette localité ont longtemps souffert. Il est donc temps qu'ils soient guéris de leurs infirmités.

Dans le message (124), le prophète lance une grande campagne de guérison dans l'intention d'attirer tous ceux qui sont souffrants depuis plusieurs années. La stratégie discursive est bien façonnée selon la visée de discours en rapport avec la réalité sociale dans les propos suivants : *non ! Cette maladie ne te tuera pas*. Nous sommes là en pleine interaction verbale. Le locuteur et les potentiels allocutaires se connaissent certainement. Le locuteur met ainsi sur pied des méthodes de communication d'une interaction en face-à-face.

Quelle que soit la situation, qu'il s'agisse d'une entrevue formelle ou d'une rencontre informelle, le problème pour tous ceux qui ne se connaissent presque pas et qui doivent entrer en contact est de réussir à établir une flexibilité communicative, c'est-à-dire à adapter leurs stratégies à leur auditoire et aux signes tant directs qu'indirects, de telle manière que les participants soient capables de contrôler et de comprendre au moins une partie du sens produit par les autres (Gumperz, 1989 : 21).

Les producteurs de ces messages (prophètes, docteurs, apôtres, pasteurs, etc.) sont dans une certaine obligation psychologique qui voudrait que les messages évangéliques qu'ils produisent coïncident avec les réalités des récepteurs si bien que ceux-ci puissent adhérer à la congrégation ou assister à l'évènement. Le dernier propos de cette affiche est reformulé comme suit : « Cette maladie ne te tuera pas » a une grande influence sur la psychologie du récepteur. Si celui-ci est vraiment malade, il peut déjà être galvanisé par cette affirmation. Le locuteur fait

aussi preuve de maîtrise de la situation de communication dans la mesure où il anticipe sur les solutions aux problèmes de ses récepteurs. De façon implicite le locuteur amène les lecteurs de son message à croire en la capacité qu'il a à apporter la guérison aux malades. S'il déclare que cette maladie *ne te tuera pas*, c'est parce qu'il peut trouver la solution en rapport avec la croyance du patient. Il faut dire que nous sommes dans un contexte de crise sanitaire. Le locuteur négocie ainsi le succès de sa communication en s'appuyant sur ladite crise. C'est la raison pour laquelle Gumperz (1989 : 21) dira : Le sens dans n'importe quelle rencontre en face-à-face, est toujours négociable et la découverte des fondements de la négociation exige des compétences spécifiques de la part des participants. L'interprétation de l'intention de ce locuteur nous amène à croire qu'une grande partie de la compréhension dépend des conventions spécifiques du point de vue culturel. Pour l'essentiel, le sens d'une rencontre est indirect et implicite. Les énonciateurs des messages évangéliques ont une bonne compétence socioculturelle de leur environnement. C'est fort de cette compétence qu'ils élaborent ces textes dont les sens implicites peuvent facilement se déceler par leurs récepteurs. Nous sommes dans un contexte de crises multiples. Conscients de cette situation sociale, les prophètes et apôtres proposent des discours évangéliques dans l'intention d'apporter des solutions à tous les problèmes. C'est dans la même lancée que s'inscrivent les messages sur la pauvreté.

6.2.2. L'éradication de la pauvreté

Dans le contexte religieux, il est important de faire une précision sur le mot pauvreté qui est employé selon deux grandes orientations. D'une part on parle de pauvreté spirituelle et d'autre part de pauvreté matérielle. La pauvreté spirituelle renvoie aux fidèles ou aux hommes qui n'ont pas l'esprit de Dieu et ne peuvent certainement pas faire preuve d'un bon nombre de vertus. La pauvreté matérielle, encore appelée financière correspond au manque des choses nécessaires à la vie. La pauvreté dont il est question dans cette partie est matérielle. Il s'agit d'un état d'indigence, de misère et de dénuement dans lequel plusieurs personnes vivent. Le discours évangélique se propose donc de donner une solution à ce problème. Les discours qui suivent en témoignent.

[D125] Madzo, Yaoundé - Awae Escalier, 2023



[D126] Madzo, Yaoundé –Mendong, 2023



Les discours qui nous intéressent dans le discours (125) sont : *Je déclare la guerre contre la pauvreté, Je mets un terme définitif à..., Libère mes enfants*. Force est de constater que ces trois énoncés sont sémantiquement liés. Ils renvoient à la visée de libération des hommes de la pauvreté. La première phrase est déclarative et met en évidence un combat spirituel que le prophète engage contre la pauvreté dans la vie de ses potentiels récepteurs. Les pronoms personnels *je* et *tu* correspondent tour à tour à l'émetteur-prophète et au récepteur. Le prophète se présente ici comme celui qui a la solution à la pauvreté. Il est celui qui peut vaincre cette situation d'indigence dans la vie des hommes. Face à lui, nous avons le récepteur qui est un pauvre, un misérable, un nécessiteux qui a longtemps été vaincu par la pauvreté. C'est à lui que ce discours s'adresse. Nous avons affaire à un discours qui cible tous ceux qui croupissent dans la pauvreté depuis plusieurs années.

La deuxième phrase étant également déclarative, accentue la teneur de l'engagement du prophète à combattre la pauvreté. Il déclare avec acuité qu'il met un terme définitif à la pauvreté dans la vie de quiconque suivra son programme. Cette phrase porte une grande visée discursive qui consiste à rassurer le récepteur de la fin de la pauvreté dans sa vie. La construction des phrases ne se fait pas au hasard. Le type de phrase employé ici correspond au statut du locuteur. Les émetteurs des énoncés en question jouissent d'un statut social et religieux qui leurs permettent d'émettre des déclarations autoritaires. Nous pouvons dire que la visée discursive relève aussi de ce statut. Il s'agit d'un *homme de Dieu* tel qu'appelée quotidiennement par plusieurs personnes. En tant qu'homme de Dieu, il a le pouvoir religieux de prononcer des paroles qui visent à mettre fin à la misère dans la vie des individus. Les leaders d'églises jouissent d'une autorité sur leurs fidèles de sorte qu'ils sont capables de dire des paroles « prophétiques » au sujet de ces derniers. Selon l'opinion publique religieuse, il n'y a que des prophètes qui peuvent prophétiser. Leurs paroles sont prises comme des évangiles indiscutables. Ce qu'ils disent vient de Dieu. Dans cet élan de considération religieuse, les

auteurs des discours évangéliques sont honorés et respectés. Ils bénéficient de la crédibilité de certaines personnes dans la société. Ils utilisent alors cette crédibilité pour faire toutes sortes de déclaration en faveur de leurs ouailles. Ils vont au-delà de leurs fidèles pour promettre la prospérité à toute la société camerounaise. Comme des généraux, ils *déclarent la guerre* à la pauvreté. Ils se présentent ainsi comme des personnes puissantes et capables d'éradiquer la pauvreté qui mine la société camerounaise.

La troisième phrase qui s'est articulée de la manière suivante : « Libère mes enfants ». Elle est de type impératif. C'est un ordre que le prophète donne à la pauvreté. Il convient de dire que cette injonction est une autre forme de stratégie discursive que les auteurs des discours évangéliques utilisent pour mettre en évidence leurs intentions qui consiste à anéantir la pauvreté. Dans ce cas, l'ordre exprime aussi le pouvoir que le prophète a sur la pauvreté.

L'énoncé (126) attire notre attention par le discours suivant : *viens recevoir gratuitement ta bouteille d'eau ointe pour toutes percées financières*. Une percée financière peut être considérée comme une ouverture à la prospérité financière. Ce discours va dans le même sens que les précédents. Il s'agit toujours de la lutte contre la pauvreté. Nous remarquons que les discours évangéliques sont aussi orientés vers la mouvance de la prospérité. La lutte contre ce fléau social est l'un des objectifs importants de d'États camerounais. Elle fait aussi partie des objectifs pour le millénaire. La population du Cameroun dans sa majorité est caractérisée par un niveau de vie précaire. Dans cette situation de précarité financière, plusieurs personnes ne manquent pas de se donner entièrement à la religion pour la solution à la pauvreté. Tout le monde aspire à la richesse. La religion devient souvent l'ultime recours. Il faut dire que le discours évangélique s'appuie toujours sur le contexte à ce niveau. La pauvreté étant d'actualité au Cameroun, les prophètes et apôtres n'y sont pas indifférents. Comme nous pouvons le constater, ces derniers se sont érigés en hommes capables de toutes les solutions aux problèmes de la société camerounaise. C'est la raison pour laquelle Austin (1970 : 96) fait remarquer que *les circonstances de l'énonciation sont d'un secours extrêmement précieux*. En fait, les discours évangéliques au sujet de la pauvreté ne sont pas écrits au hasard. Ils sont conditionnés par la réalité sociale de pauvreté qui plonge les citoyens dans la misère si bien que leur espoir en un prophète qui leur promet la sortir de la pauvreté devient crucial. C'est dans le souci du lendemain meilleur que se fonde la visée discursive selon laquelle la pauvreté des Camerounais doit être combattue et vaincue. C'est dans cette perspective que s'inscrit la visée sur la stabilité des familles du pays.

6.2.3. Intercession pour les familles et la nation

Les discours d'évangélisation accordent une importance capitale au bonheur du pays. Raison pour laquelle nous avons plusieurs messages en faveur de la nation camerounaise.

[D127] Madzo, Yaoundé –Mendong, 2023



[D128] Madzo, Yaoundé –Ecole de Police, 2023



[D129] Madzo, Yaoundé –Odza, 2023



Le discours (127) qui nous intéresse dans est intitulé comme suit : *2 jours d'intercession pour nos enfants, les familles et la nation*. Les prières d'intercession sont celles que l'on fait en faveur d'une autre personne. Ce discours traduit simplement la volonté des prophètes qui organisent ce programme. Ceux-ci vont prier en faveur des enfants, des familles et de la nation camerounaise. Les prières faites pour les enfants peuvent concerner leurs études, leurs santé ou et leurs protections. Annoncer que l'on va prier pour les enfants vise à toucher un grand public, puisque plusieurs foyers ont des enfants ayant des préoccupations scolaires, académiques, sanitaires, etc. C'est une autre stratégie discursive qui tient compte de la réalité sociale. Il convient de dire que les discours évangéliques se fondent à la fois sur les principes chrétiens et les réalités sociales pour construire des intentions discursives plausibles. La prière est un élément de dévotion spirituelle de tous les chrétiens. Dans le cadre des églises dite de

réveil, elle est devenue un outil d'usage public que les leaders d'églises emploient pour résoudre tous les problèmes de la société camerounaise. Les démonstrations spectaculaires qui sont faites par ces hommes d'églises au moyen de la prière leur donnent ainsi l'occasion de prier pour toutes les catégories sociales. C'est la raison pour laquelle ils peuvent prier pour les familles et la nation. Prier pour les familles a aussi un grand impact sur les récepteurs. Les auteurs de ces discours sont convaincus sur le fait que les familles ont généralement des problèmes de toutes natures. Annoncer que l'on priera pour la famille est une approche pragmatique qui cible une grande partie de la population. Chaque récepteur a quand-même une famille. Celle-ci a certainement des problèmes quelconques, si bien qu'il serait nécessaire d'assister à un culte dont l'orateur intercédera pour les familles. Nous voyons en ces discours une dimension psycholinguistique. Les citoyens camerounais ont tous des problèmes. Il faut ainsi formuler des messages qui correspondent à leur état psychologique.

Le message (128) qui attire notre attention est *les voyants, les gardiens des nations*. Les voyants sont des personnes qui ont le don de lire le passé et de prédire l'avenir, il est considéré comme le médium. Ce mot est employé dans ce contexte pour signifier que les prophètes voient sans doute l'avenir du Cameroun. Ainsi, ils ont le pouvoir de protéger ce pays. Ils en sont des gardiens, puisque qu'ils connaissent ce qui peut arriver à ce pays. Nous avons affaire à un message dont l'objectif est de convaincre le plus grand nombre de personnes du pouvoir qu'ont les auteurs à protéger toute la nation camerounaise. La visée discursive qui s'en dégage est de prier pour la nation. Prier certainement pour la sécurité du Cameroun. Le Cameroun est un territoire dont la sécurité est instable depuis quelques années. Les attaques au Nord du pays, les mouvements séparatistes au Sud et Nord du pays sont des éléments sociaux sur lesquels on peut s'appuyer pour comprendre l'origine de ces discours. Le discours (129) reformulé comme : *Prière pour la nation camerounaise* abonde dans le même sens. Prier pour la nation camerounaise consiste aussi à montrer que l'église s'inquiète au sujet des maux auxquels fait face le pays. Parlant des discours automobiles, Noah Mbedé (2010 : 73) affirme : « Le dévouement de l'individu pour la collectivité et pour la cité évolue en un dévouement du citoyen pour son pays. Le taxi-philosophe partage à son niveau, la passion de tous les citoyens et se préoccupe du devenir de la république ».

C'est dans la même lancée que les discours évangéliques sont formulés. Il s'agit des messages qui traduisent le dévouement que les leaders de ces congrégations religieuses ont pour leur pays.

Par ailleurs, C'est une posture qui rentre dans l'image de soi encore appelé l'éthos. Les prophètes et les apôtres veulent présenter une belle image de leurs personnes religieuses auprès

[D132] Madzo, Yaoundé – Awae Escalier, 2023



[D133] Madzo, Yaoundé-Jouvence, 2023



Ces quatre énoncés semblent être une demande de libération ou de délivrance de quelque chose qui empêche la personne de briller ou d'atteindre son potentiel. Le prophète est appelé à intervenir pour aider à briser les obstacles ou les liens qui entravent la personne.

Le discours (130) de cette rubrique présente plusieurs discours qui vont dans le sens de la délivrance des blocages de toutes sortes. Le thème général est intitulé : *grand culte de délivrance et de jugement*. À travers ce thème, nous pouvons déjà lire l'intention du prophète qui consiste certainement à toucher toutes les personnes qui traversent des moments difficiles liés à des histoires mystiques. Plus bas, le prophète en question formule un autre discours selon lequel *restaure ou meurs*. Ce message est suivi d'un autre : *tout ennemi, tout sorcier qui s'est attaqué à toi, en détruisant, volant et tuant va restaurer tout ou mourir ce dimanche*. Ces deux énoncés montrent clairement la visée qui anime le locuteur. Il s'agit pour ce dernier de restituer ou restaurer dans la vie de ses récepteurs tout ce qui a été, de façon mystique, arraché, volé, bloqué, etc. Il convient de dire que ces discours relèvent d'un contexte essentiellement mystique ou maléfique. Ce sont des messages religieux dont le seul objectif est de combattre les forces du mal qui empêchent les hommes de s'épanouir dans leurs vies. Plusieurs personnes connaissent des blocages de la part de leurs familles, si bien qu'elles ne parviennent pas à trouver un emploi, se marier, avoir du succès dans les études, trouver la santé, etc. Il s'agit des réalités sociales camerounaises que l'on peut vérifier dans les familles. Nous pouvons dire, en tant que sociolinguiste, que les faits et réalités sociaux nourrissent la langue et les discours. Les structures sociales génèrent certaines structures langagières. Comme nous le constatons, les discours évangéliques sont sous-tendus par des faits sociaux avérés. Ils ne naissent pas par hasard. Ils se fondent sur plusieurs situations sociales qui constituent des problèmes ou des

difficultés pour les citoyens. Cette corrélation langue-société est à la base de la sociolinguistique. C'est la raison pour laquelle Baylon et Fabre font comprendre qu'

Il n'y a pas de société sans langue ni de langue sans société qui parle. L'universalité de cette coïncidence de fait suggère une parenté profonde, une implication réciproque entre le linguiste et le social. Une société ne peut subsister sans un moyen de communication entre ses membres ; la langue ne peut se constituer en dehors du processus de communication qu'il est possible d'identifier à la vie sociale elle-même.

Il est donc presque impossible de mener une étude de sociolinguistique sans considérer les réalités sociales.

Le discours (131) qui nous intéresse est celui-ci : *briser les calebasses qui empêchent la gloire*. Ce discours va dans le même sens que les précédents. Il questionne de formuler des prières qui vont détruire les calebasses dans lesquelles les gens ont été bloqués. Il faut dire que le contexte mystique africain présente généralement les calebasses comme des instruments fétiches avec lesquels les sorciers opèrent pour bloquer le bonheur ou la prospérité de certaines personnes dans les villages et les villes.

Au niveau du message (132), deux discours nous intéressent : *3 jours contre tout esprit de blocage* » et « *qui m'a attaché ? Prophète, détache-moi*. Le prophète apparaît ici comme le sauveur ou celui qui a toutes les solutions aux difficultés des hommes. C'est lui qui peut détacher ceux qui ont été mystiquement bloqués, c'est lui qui peut restaurer tout ce qui leur a été enlevé, etc. C'est le prophète qui a autorité sur les forces démoniques, si bien qu'il est celui à qui l'on peut recourir lorsqu'on se sent menacé.

Le discours (133) présente un énoncé qui va toujours dans le même sens. *Vaincre toutes les limitations de destin* tel est le discours qu'on lit sur cette affiche. Il faut dire que les discours évangéliques dans ce contexte sont messages de combats spirituels. Ces combats sont faits contre les maux et les difficultés que les hommes rencontrent au quotidien dans la société camerounaise. L'intention communicationnelle ici est de faire croire aux hommes que les prophètes sont des guerriers tout puissants capables de combattre et de vaincre tous les problèmes de la société. C'est une méthode plausible pour attirer les gens dans les congrégations chrétiennes. La visée est de délivrer ces personnes des blocages et attaques spirituelles dont elles sont l'objet. C'est dans ce sens que s'inscrit le paradigme qui porte sur les malédictions spirituelles.

6.3.2. La délivrance de malédiction et de la malchance

La malédiction selon le dictionnaire Larousse est l'action de maudire. C'est le malheur ou la fatalité que l'on prononce contre la vie d'un individu. Plusieurs discours évangéliques

sont formulés dans le sens de combattre ou d'enlever toutes les malédictions prononcées contre les récepteurs. La malchance est une mauvaise chance ou une situation malheureuse qui accable la vie d'un homme. Nous pouvons le lire les discours suivants :

[D134] Madzo, Yaoundé-Jouvence, 2023



[D135] Madzo, Yaoundé-Jouvence, 2023



Le discours (134) de façon interrogative : *malédiction qui es-tu*. Cet énoncé met en évidence la malédiction qui a été prononcée dans la vie d'une tierce personne. C'est un message fait à l'attention de toutes les personnes qui ont des problèmes liés à des malédictions de leurs proches. Il faut aussi dire que la malédiction peut aussi venir des forces spirituelles du mal qui en veulent la vie de certaines personnes. Il convient de dire que la malédiction s'accompagne de la malchance. La malchance que nous pouvons lire dans le message (135) se manifeste de plusieurs manières : *pas de faveur, pas de reconnaissance, pas d'appréciation, pas d'aide dans la vie*. En fait, on est malchanceux lorsque tout ce qu'on fait ne réussit pas. Dans une situation pareille, le discours évangélique apparaît comme une voie de délivrance. Les prophètes, apôtres et pasteurs se présentent comme des hommes aux solutions immédiates à ce genre de problèmes.

Il convient de dire que ce type de discours évangéliques abonde au Cameroun et en Afrique en général, parce que nous sommes dans un contexte où les pratiques mystiques, la sorcellerie, les malédictions animent le quotidien des hommes. L'Afrique est un continent qui s'est toujours caractérisé par un attachement à des pratiques de cette envergure. Comme nous l'avons dit plus haut, il s'agit des messages qui vont dans la logique des réalités sociales camerounaises. Les visées discursives que nous relevons dans ces discours ne constituent que

des solutions aux multiples problèmes des Camerounais. Les prophètes sont désormais des personnes capables d'éradiquer tous les maux de la société. La plupart des cultes et programmes de prière qu'ils organisent tournent autour des solutions aux problèmes et difficultés que rencontrent les hommes au quotidien. Toutes leurs intentions discursives vont dans le sens d'apporter du soulagement, des réponses favorables, des solutions, de la prospérité bref du bonheur à leurs récepteurs.

6.4. L'ORGANISATION PRAGMATIQUE DES STRATÉGIES ARGUMENTATIVES : LES DISCOURS DE CAMPAGNE D'ÉVANGÉLISATION COMME ACTE DE LANGAGE

La pragmatique s'engage à étudier l'usage du langage dans la communication. Ainsi perçue comme tel, elle devient tributaire du cognitivisme et prend en compte les mécanismes inférentiels dans la connaissance, la construction des concepts, l'usage littéral du langage, et dans l'intentionnalité de l'argumentation. Elle s'intéresse aux phénomènes d'implicite dans lesquels on retrouve la présupposition. On peut dire que de manière générale que la pragmatique s'envisage sous deux aspects qui ne sont pas contradictoires mais qui peuvent se compléter.

D'un côté, une pragmatique qui s'occupe de l'influence et des conséquences du langage sur le contexte extralinguistique exemple : Agir sur le monde en disant quelque chose. Et l'autre, une pragmatique qui s'occupe de l'influence et des conséquences du contexte sur le langage. L'étude de la langue en acte a été l'objet d'étude d'Austin. Il distingue ainsi les actes locutoires, illocutoires et perlocutoires. Toutefois nous nous limiterons aux illocutoires et aux effets perlocutoires.

La théorie des actes de langage initiée par Austin qui pour lui, tout acte implique la présence d'un auditeur s'adressant à un auditoire, l'énonciation est le résultat de cet acte de langage. Ces discours de campagne d'évangélisation sont considérés comme des discours dans lequel on retrouve des actes de langage. Or, l'homme de Dieu utilise le discours pour parvenir à ces fins.

6.4.1. L'implicite

L'implicite est une idée, qui, sans être exprimée au sens littéral, résulte d'une déduction de ce qui est formellement exprimée. Pour comprendre l'implicite dans un énoncé, il faut pouvoir établir les relations entre les informations présentes dans ce corpus et les connaissances antérieures. On peut dire de manière générale qu'un échange entre interlocuteurs ne comprend pas seulement des informations explicitement échangées, mais celles qu'on laisse entendre à

travers des insinuations et des allusions. Benveniste (1966 :244) définit l'implicite comme « comme ce qui est contenu dans un énoncé sans être exprimé de manière explicite ». Il distingue deux types d'implicite : l'implicite référentiel, qui renvoie à des connaissances partagées entre l'émetteur et le destinataire, et l'implicite énonciatif, qui renvoie au contexte de l'énonciation. L'implicite est de ce fait perceptible à travers les présupposés et les sous-entendus.

6.4.2. Le présupposé

Un énoncé en présuppose un autre, lorsque « toutes informations qui, sans être ouvertement posées, sont cependant automatiquement entraînée par la formulation de l'énoncé dans lequel elles se trouvent intrinsèquement inscrites, quelle que soit la spécificité du cadre énonciatif ». Kerbrat-Orecchioni (1986 :38). Selon Ducrot, le présupposé linguistique peut se réduire à l'énoncé seul sans faire appel à des connaissances particulièrement relatives à la situation de communication. Il existe des éléments qui permettent d'avoir plein accès à une information non clairement exprimée.

Le présupposé utilisé dans les discours de campagne d'évangélisation peut avoir un impact significatif sur la persuasion des auditeurs. Ils peuvent aider les Hommes de Dieu à favoriser l'adhésion en créant un sentiment d'appartenance, renforcer le message en le faisant paraître plus crédible et plus convaincant, réduire la résistance en leur faisant sentir que le message est adapté à leurs besoins et à leurs valeurs. Ainsi, les discours de campagne d'évangélisation utilisent cette formule dans les extraits ci-après.

[D136] Madzo, Yaoundé-Damas, 2023



[D137] Madzo, Yaoundé-Etoudi, 2023





Ces 3 énoncés sont des présupposés car elles supposent l'existence de ou la réalité de quelque chose qui n'est pas explicitement mentionné dans l'énoncé. Dans l'énoncé (136) intitulé [La croix, l'espérance du Salut], le présupposé est que le Salut est possible. En effet, si le haut n'était pas possible, la croix n'aurait pas d'espoir. La croix est présentée comme étant l'espérance du Salut, ce qui suppose que le Salut est une réalité à laquelle on peut accéder et que la croix est le moyen d'y arriver. Ce présupposé est commun dans la religion chrétienne, où la croix représente le sacrifice de Jésus-Christ pour sauver l'humanité. Dans le discours (137) [J'ai vu le ciel], le présupposé est que le ciel n'existait pas, il ne serait pas possible de le voir. Le locuteur affirme avoir vu le ciel, ce qui suppose que le ciel existe et qu'il est possible de le voir. Ce présupposé peut être interprété de différentes manières selon le contexte : il peut s'agir d'une expérience mystique ou d'une simple observation du ciel. Dans le message (138) [Que ton règne vienne au Cameroun], est une prière adressée à Dieu, qui suppose que Dieu existe et qu'il est capable d'établir son règne sur terre. Le présupposé est que Dieu n'existait pas ou s'il n'avait de règne, il ne serait pas possible de le prier pour qu'il vienne. Le présupposé est donc un procédé de captation de l'auditoire. À côté de cela, se trouve le sous-entendu.

6.4.2.1. Les sous-entendus

Ducrot (1984 :50) les qualifie de « présupposés non linguistiques ou d'impliqués ». Si les présupposés peuvent se déduire à partir des énoncés eux-mêmes, les sous-entendus quant à eux ne sont perceptibles que compte tenu de la situation de communication. Ainsi, parfois l'émetteur laisse entendre une information sans donner et le récepteur doit la construire à partir de certains indices pour que la première information ait un intérêt. A en croire Kerbrat-Orecchioni (1986 : 39), le sous-entendu est constitué de « toutes les informations qui sont susceptibles d'être véhiculées par un énoncé donné, mais donc l'actualisation reste tributaire de certaines particularités du contexte énonciatif ». Ils tiennent en compte des éléments dont disposent les interlocuteurs au moment de l'énonciation. Le récepteur est ainsi responsable et

interprète la situation selon ces connaissances, sa personnalité, son intelligence. Il faut néanmoins noter que l'émetteur donne tous les éléments possibles susceptibles de conduire à la compréhension du message.

L'utilisation des sous-entendus dans les discours de campagne d'évangélisation est une stratégie courante. Elle permet aux évangélistes de toucher un public plus large et de les convaincre de se convertir. Ils peuvent être de nature émotionnelle, spirituelle ou même matérielle.

[D139] Madzo, Yaoundé-Messassi, 2023



[D140] Madzo, Yaoundé-Coron, 2023



Ces deux énoncés ont des sous-entendus qui invitent à une compréhension plus profonde de la relation de Dieu. Le premier énoncé 139 intitulé [la grâce est une faveur imméritée qui t'introduira dans des dimensions insoupçonnées], suggère que la grâce de Dieu est un don gratuit et inconditionnel, qui permet aux chrétiens d'accéder à une dimension spirituelle plus élevée. Il s'agit d'une image puissante qui peut inspirer les chrétiens à rechercher la grâce de Dieu et à vivre une vie plus spirituelle. Le second 140 [la connaissance de Dieu n'est pas la connaissance des versets bibliques], sous-entend que Dieu est plus profonde que la simple connaissance des versets bibliques. Il s'agit d'une image puissante qui peut encourager les chrétiens à approfondir leur relation avec Dieu. Les deux énoncés mentionnés ci-après utilisent des sous-entendus pour s'adresser aux croyances pour créer une connexion émotionnelle avec le public et pour les inciter à réfléchir à leur propre foi.

6.4.3. Les actes de langage illocutionnaire

Ils sont des actes de langage qui accomplissent une action en étant prononcés. Ils sont différents des actes locutoires, qui sont simplement le fait de produire un énoncé avec un sens, et des actes perlocutoires, qui sont les effets produits par un énoncé sur son auditeur. Pour Austin (1970 :113), « il s'agit d'un acte effectué en disant quelque chose par opposition à l'acte de dire quelque chose ». Il faut noter que cette hypothèse fut remise en question par Searle

(1972 :215) qui proposera plutôt l’hypothèse de l’arrière-plan, selon laquelle « les états intentionnels sont étayés par des capacités pré-intentionnelles non représentatives ». Pour lui, tout acte illocutoire s’accompagne de règles normatives et consécutives. Les premières proviennent de la langue, tandis que les secondes proviennent de la société. Cette articulation de notre travail, en considérant toutes ces propositions théoriques, permet de cerner certains événements énonciatifs dans notre corpus. Pour Baylon et Fabre (2002 :171),

avec le langage, on peut en effet accomplir une multitude d’action, si nombreuses que nul n’en a établi une liste complète : décrire, interroger, répondre, ordonner, juger, promettre, prêter serment, certifier, parier, s’excuser, pardonner, condamner, féliciter, blâmer, remercier, saluer, inviter, accepter, insulter, menacer, argumenter, conclure, avouer.

Après un dépouillement scrupuleux de notre corpus, nous avons pu relever et classer les actes illocutoires.

6.4.3.1. Les actes illocutoires directs

Ce sont des actes dont la force illocutoire est clairement indiquée par la forme grammaticale de l’énoncé. Ils sont des actions verbales qui expriment directement l’intention de l’énonciateur, sans avoir besoin d’une inférence de la part de l’interlocuteur pour comprendre l’intention. Les discours de campagne d’évangélisation sont des énoncés qui ont une force illocutoire claire et concise. Ils sont souvent utilisés pour accomplir des actions telles que convaincre l’auditeur d’accepter Jésus-Christ comme sauveur, de changer leur mode de vie ou de s’engager dans une activité religieuse. Ces actes peuvent exprimer les ordres, les demandes, les offres, les excuses, les remerciements, etc.

[D150] Madzo, Yaoundé-Jouvence, 2023

[D151] Madzo, Yaoundé-Acacia, 2023



Ces deux énoncés est une affirmation de croyance en la divinité de Jésus-Christ et en son pouvoir suprême. Il s’agit d’une déclaration personnelle de foi qui peut également être perçue

comme une invitation à partager cette conviction avec les autres. L'énoncé (150) [Réveil spirituel personnel. Luc 12 :5], est une affirmation de l'existence d'un réveil spirituel personnel. Il s'agit d'une déclaration qui exprime une prise de conscience intérieure, un changement de la façon dont l'individu perçoit sa relation avec Dieu et sa propre spiritualité. Le discours (151) [Jésus-Christ est le tout puissant], est une affirmation de croyance en la divinité de Jésus-Christ et en son pouvoir suprême. Cette déclaration exprime une conviction personnelle forte et peut être perçue comme une invitation à partager cette foi avec d'autres. Ces énoncés visent à informer l'interlocuteur de la volonté, de la croyance ou de la conviction de l'énonciateur. L'émetteur exprime ses propres croyances et convictions.

6.4.3.2. Les actes illocutoires indirects

Les actes de langage illocutionnaires indirects sont des actes de langage dont la force illocutoire est différente de celle qui est indiquée par la forme linguistique de l'énoncé. Ces actes sont couramment utilisés dans les discours de campagne d'évangélisation. Ils permettent aux évangélistes d'exprimer leurs croyances et convictions sans être trop directifs de manière subtile et persuasive.

[D152] Madzo, Yaoundé-Simbock, 2023



[D153] Madzo, Yaoundé-TKC, 2023



Ces deux énoncés sont des actes de langage illocutoire indirect qui visent à inciter l'auditeur à se convertir. Ces énoncés utilisent une métaphore pour suggérer que la conversion est un changement radical et positive dans la vie d'une personne. Le discours (152) [Jésus-Christ révélé], est une affirmation de la croyance chrétienne en la révélation de Jésus. Cette révélation est décrite comme un évènement important, qui marque le début d'un "jour nouveau". La phrase (153) [la nuit d'un jour nouveau], est une métaphore qui suggère que la conversion au christianisme est un changement radical dans la vie d'une personne. La nuit présente l'obscurité et l'ignorance, tandis le jour représente la lumière et la connaissance. La conversion est donc représentée comme une transition de l'ignorance à la connaissance, de

l'obscurité à la lumière. L'acte de langage illocutoire indirect dépend du contexte dans lequel l'énoncé est prononcé.

6.4.4. Les effets perlocutoires

Selon Austin (1970 : 119), les actes perlocutoires se réfèrent aux « actes que nous provoquons ou accomplissons par le fait de dire quelque chose. Exemples : convaincre, persuader, empêcher et même surprendre ou induire en erreur... ». Baylon et Fabre (2002 : 172) vont abonder dans ce sens lorsqu'ils considèrent les actes de langage comme « tous ceux, en nombre indéterminé, qu'on cherche ou qu'on peut chercher à accomplir au moyen du langage : faire comprendre, persuader, consoler, instruire, tromper, intéresser, impressionner, mettre en colère, calmer, rassurer, se concilier, influencer troubler, etc. »

[D154] Madzo, Yaoundé-Simbock, 2023



[D155] Madzo, Yaoundé-TKC, 2023



Ces discours se réfèrent aux réactions, aux actions et aux changements de comportement qui sont provoqués chez l'auditoire suite à l'écoute de ces discours. Nous pouvons avoir comme effets perlocutoires possibles : la conversion, l'engagement spirituel, la réflexion personnelle.

Les trois énoncés sont des affirmations de la divinité de Jésus-Christ et cherchent à influencer l'interlocuteur en lui proposant une vision positive de sa relation avec Jésus-Christ. Ils ont tous pour objectif de convaincre le public de la grandeur de Jésus-Christ. Ils cherchent à susciter une réaction ou une prise de conscience chez l'interlocuteur en utilisant des arguments ou des affirmations qui peuvent avoir un impact sur sa perception de la situation. Le premier énoncé (154) [Jésus-Christ est le tout puissant] est un acte de langage déclaratif, cherche à influencer l'attitude de l'interlocuteur en affirmant que Jésus-Christ est le tout puissant, ce qui peut avoir un impact sur sa perception de la divinité de Jésus. Le deuxième message (155) [si christ et toi vous êtes un alors la grandeur est à l'intérieur de toi] est un acte de langage

performatif. Il a pour effet de créer un sentiment de connexion entre le public et le Jésus. Cet énoncé est basé sur la croyance chrétienne que les chrétiens sont unis à Jésus-Christ par la foi. Il cherche à influencer l'attitude de l'interlocuteur en affirmant que s'il est un avec Jésus-Christ, alors la grandeur est à l'intérieur de lui, ce qui peut encourager l'interlocuteur à chercher cette union avec Jésus et à développer sa propre grandeur intérieur.

Conclusion

L'objectif de ce chapitre était d'analyser les visées pragmatiques dans les discours de campagne d'évangélisation. À cet égard, nous avons montré que ces discours se fondent sur des stratégies pragmatiques et rhétoriques conditionnées par leur contexte d'émergence. L'analyse des discours des campagne d'évangélisation, des lieux communs et des actes de langage a permis de cerner des visions, des croyances et les idéologies partagées par des communautés sociales. Nous aboutissons à la conclusion selon laquelle les locuteurs de ces messages jouent avec les mots dans le but de se faire comprendre par le public pour mieux convaincre. Les lieux communs analysés constituent des stratégies qui participent à la construction des altérités sociales, ayant des enjeux pragmatiques. L'organisation pragmatique permet de comprendre que les discours de campagne d'évangélisation est un lieu des actes de langage. L'homme de Dieu est humanitaire, croyant, éducateur, c'est pour cette raison qu'il utilise les actes illocutoires. Aussi, pour manipuler l'auditoire, l'homme de Dieu a recours aux procédés d'implicite dans lequel on retrouve le présupposé et le sous-entendu. Nous sommes parvenus aux effets perlocutoires qui reposaient sur l'influence des pensées, des sentiments et des actions du public.

Conclusion de la troisième partie

Arrivée au terme de cette partie, il est important de rappeler que celle-ci portait sur les visées pragmatiques des discours d'évangélisation. Il était question de répondre à la problématique suivante : Quelles sont les visées pragmatiques des messages évangéliques ? Notre objectif était de relever d'une part les axes thématiques des discours d'évangélisation et d'autre part de mettre en exergue les différentes visées pragmatiques qui s'en dégagent. Nous voulions montrer que lesdits énoncés se construisent selon des orientations thématiques bien élaborées et que ces orientations conduisent inéluctablement à des visées pragmatiques dans l'ambition d'agir sur les potentiels lecteurs. Après analyse, il convient de dire que les énoncés des affiches d'évangélisation sont formulés selon plusieurs pôles thématiques repartis en deux grandes catégories à savoir : la conjuration des maux sociaux (pauvreté, maladies, blocage et insécurité) et la sensibilisation sur les fondements de la foi chrétienne. Ces énoncés sont soutenus par des visées discursives telles que évangéliser, prophétiser, apporter la guérison, délivrer, débloquent les liens sataniques, etc. Nous pouvons dire que cette étude nous permet de comprendre que les discours d'évangélisation des églises dite de réveil ne sont pas élaborés fortuitement. Il s'agit d'une grande activité discursive dont l'objectif principal est d'attirer autant de fidèles que possible dans les congrégations en question. Pour y parvenir, les prophètes, apôtres et pasteurs choisissent bien des axes thématiques alimentés par des intentions de communication précises. Ces messages sont aussi en rapport avec les réalités sociales camerounaises, notamment les maux de cette société.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Au terme de cette analyse sur les campagnes d'évangélisation des églises dites de reveil à Yaoundé : jeux et enjeux pragmatiques, il convient de rappeler la pertinence de ce thème. Le choix de cette étude réside sur le constat selon lequel, les mots sont utilisés par l'émetteur dans le but de persuader l'auditoire. Il était question d'interroger le problème du fonctionnement linguistique et pragmatique des messages des campagnes d'évangélisation dans un contexte de diversité sociolinguistique. Face à ce constat, nous avons opté pour différents types de discours d'évangélisations menés par les *hommes de Dieu*. En effet, il est question d'un déploiement des stratégies argumentatives et pragmatiques. Aussi, nous avons été éblouit par le style des émetteurs des différents discours. Nos études ont été menées sur des messages qui sont transmis à un public spécifique dans le but de changer leur comportement en les convertissant ou en renforçant leur foi. L'objectif poursuivi par ces émetteurs nous a permis de formuler la problématique suivante : Quels sont les procédés énonciatifs mobilisés par les annonceurs pour atteindre leur objectif ? Quels sont les thèmes et les arguments les plus couramment utilisés dans ces discours et comment sont-ils présentés ? Ces questions ont donné lieu à trois questions secondaires : Quels sont les contextes d'émergences des discours d'évangélisation ? Quelles sont les techniques rhétoriques et pragmatiques que les discours de campagne d'évangélisation utilisent pour persuader le public à se convertir ? Quels sont les mécanismes théoriques et pragmatiques qui structurent ces discours ? Ainsi pour mieux appréhender ce questionnement, notre recherche s'est appuyée sur l'hypothèse générale selon laquelle les discours des campagnes d'évangélisation sont des discours rhétorico-pragmatiques destinés à convaincre le public sur le chemin de la spiritualité, les enseignements religieux, la foi religieuse afin de parvenir à une transformation spirituelle.

Ces analyses nous ont permis d'adopter dans un contexte socioculturel et religieux, la sociopragmatique à travers un contexte multiforme. Le cadre théorique et méthodologique nous a convié d'adopter la sociopragmatique dans une perspective interactionniste et les actes de langage. Quant au cadre méthodologique qui nous a permis de traiter des données, d'appliquer une démarche inductive fondée sur les observations empiriques conduisant la recherche vers la théorisation. L'étude du discours nous a permis d'intégrer certains éléments extérieurs, puisque les différentes pratiques et usages langagiers observés dépendent des conventions sociales implicites respectées par les interactants. L'interaction dans notre travail n'était pas perçue comme un échange mettant en présence ces interactants. Mais nous l'avons entrevue dans le cadre d'un échange indirect entre les *hommes de Dieu*, la société et les lecteurs.

Les actes de langages quant à eux ont mené nos analyses vers la considération des éléments discursifs implicites, sans oublier les paramètres rhétoriques pertinents.

Notre recherche est purement sociolinguistique dans la visée interactionniste et pragmatique. Par ailleurs, le cadre méthodologique de ce travail de recherche s'est appesanti sur une démarche empirico-inductive, parce que notre recherche a pour source : des données relevant de sa réalité sociale. Cette démarche nous a conduit à la collecte des observables sur le terrain. Après cette collecte de données, nous sommes passés au traitement quantitatif desdits observables.

Eu égard à notre considération, nous avons jugé pertinent de repartir notre travail de recherche en trois parties qui comptent six chapitres. La première partie est le lieu des manifestations contextuelles d'émergence des discours d'évangélisation et marques théorico-méthodologiques.

Le premier chapitre intitulé « indicateurs socioculturels et religieux » a mis l'accent sur le contexte de crises multiformes, socioreligieux et les caveaux de diffusion de l'évangélisation caractérisant la ville de Yaoundé. Nous avons dans ce chapitre présenté certains indicateurs socioculturels et religieux dans un contexte d'émergence.

Le second chapitre intitulé « cadre théorique et méthodologique » expose les éléments discursifs et la grille d'approche conceptuelle. Ce cadre, comme nous l'avons dit plus haut repose sur la sociopragmatique qui est le cadre théorique de cette recherche qui s'inscrit dans le domaine de la sociolinguistique interactionnelle et pragmatique (actes de langage).

La deuxième partie intitulée « composante rhétorico-pragmatique des discours des campagnes d'évangélisation » met en évidence l'analyse des outils rhétoriques, pragmatiques en prenant en compte les aspects formels, aspects fonctionnels et les éléments énonciatifs et argumentatifs des discours d'évangélisation.

Le chapitre trois dont le titre est : « l'inscription des discours des campagnes d'évangélisation dans la rhétorique classique » met en exergue les différents types de discours de l'art oratoire pour persuader l'auditoire, les éléments discursifs et la mobilisation des preuves dans le cadre du troisième chapitre : il s'agit du discours épideictique visant à blâmer, le discours libératif visant à convaincre, de prendre une décision et le discours judiciaire visant à persuader un juge ou un tribunal. L'éthos discursif a été analysé dans le cadre de ce chapitre pour présenter l'image construite par l'orateur. Dans notre corpus, nous avons retenu l'éthos associé au statut de l'évangéliste. Le statut de prophète, la fonction du pasteur, l'apôtre, le révérend, le docteur sont des qualités d'identification de *l'homme de Dieu*. Ces images participent à une vaste entreprise de séduction et de persuasion propre au discours religieux. Pour ce qui est des preuves

dans le discours, on peut retenir qu'ils sont un outil de crédibilité d'un argument ou d'une idée permettant de persuader et de convaincre l'auditoire à travers les éléments concrets. On a pu comprendre les preuves techniques qui sont des éléments basés sur des faits afin de renforcer des arguments. Tandis que les preuves extra-techniques sont des preuves fondées sur des éléments autres que les données afin d'étayer une information.

Le quatrième chapitre intitulé « composante énonciative et argumentative des discours d'évangélisation » s'est intéressé à la polyphonie dans le discours qui présente la diversité des points de vue et d'opinions afin de renforcer les messages et présenter un atmosphère de dialogue à travers l'usage de citations (pour illustrer ou appuyer un point de vue afin de renforcer l'autorité et la crédibilité du message), allusions (utilisées pour renforcer un argument, créer une connexion avec le public cible afin de susciter l'intérêt ou l'émotion), et de discours directs ou indirects (sont centrés sur la proclamation d'un point de vue). Par ailleurs, les types d'arguments relevés constituent des stratégies rhétorico-pragmatique dont les intentions sont d'évangéliser, enseigner, convaincre et partager ses opinions et ses visions. Nous avons considéré, tour à tour, les actes de langage à travers la performativité au moyen de l'acte illocutoire. L'étude de ces actes de langage a conduit notre travail à la conclusion selon laquelle les discours des campagnes d'évangélisation s'inscrivent dans une dynamique pragmatique et interactionnelle de persuasion pour susciter les réactions des lecteurs.

La troisième partie intitulée « rendement rhétorique et pragmatique des discours d'évangélisation » s'est attardée sur les éléments rhétoriques et pragmatiques dont l'objectif est de montrer que les messages en question ont des enjeux multiples en rapport avec le contexte religieux. Il met en exergue le travail discursif bien organisé sur des thématiques et des intentions de communication. Pour y parvenir, nous avons organisé cette section en deux chapitres.

Dans le cinquième chapitre, nous nous sommes appesantie sur des axes théoriques sous l'intitulé : « les enjeux rhétoriques des discours de campagnes d'évangélisation ». Dans ce volet, nous avons étudié la conjuration des maux de la société et la sensibilisation sur la foi chrétienne. Pour le premier, qui est l'éradication des maux de la société, les discours évangéliques s'intéressent aux problèmes de pauvreté, de chômage, de blocage spirituel, maladie. Le deuxième qui traite de la sensibilisation, ce sont des énoncés qui portent sur la puissance de Dieu et la confiance en Dieu.

Enfin la sixième articulation de notre travail s'est appesantie sur « les visées pragmatiques des discours de campagnes d'évangélisation ». Elle a été axée sur des visées discursives dans l'ambition d'agir sur les potentiels lecteurs (l'adhésion à la religion, la délivrance des démons, les guérisons, la résolution des problèmes de chômages, de célibat et de voyage, de pauvreté, etc.). Nous pouvons dire que ces discours rendent compte des réalités

sociales camerounaises. Le discours évangélique est devenu un moyen d'atteindre le bonheur social et spirituel.

Notre analyse nous a permis de tirer des conclusions selon lesquelles, les discours des campagnes d'évangélisation n'arrivent pas de façon hasardeuse dans les milieux urbains. Ils remplissent plusieurs fonctions de communications telles qu'enseigner, évangéliser, promouvoir une valeur, etc. En outre, les messages d'évangélisation reflètent la situation sociolinguistique du Cameroun. Cette étude nous a permis de constater que le mode de communication des discours d'évangélisation favorise l'émergence de nouvelles habiletés, afin de favoriser un dialogue avec la société camerounaise. De plus, ces discours des campagnes d'évangélisation sont construits dans l'optique de convaincre le public et d'amener ces derniers à adhérer à certains arguments. Nous avons des actes de langages implicites, les marqueurs discursifs, les caveaux de diffusion, les éléments théoriques ainsi analysés. Il est judicieux de dire que ces discours relèvent de plusieurs conjonctures que la société camerounaise a connues et connaît encore, puisque les dits messages sont renouvelés selon les situations religieuses, sociales, politiques et économiques du Cameroun.

Pour l'argumentation qui est une stratégie sur laquelle se base la persuasion dans le discours religieux qui se caractérise par l'intertextualité où l'émetteur fait appel aux sources les plus crédibles pour le public, les citations, les allusions et les discours directs et indirects. Aussi, ce dernier se caractérise par la présence des marqueurs discursifs qui organisent la structure de leurs discours.

Nous avons noté également la présence des stratégies persuasives émotionnelles qui jouent sur les sentiments de l'auditoire, en incitant leurs réactions et les stratégies persuasives rationnelles qui suivent un raisonnement et qui se basent sur la logique.

Les résultats obtenus ont montré l'importance de l'analyse du discours qui s'appuie sur les deux approches : argumentative et pragmatique afin de ressortir les différentes stratégies de persuasion que l'orateur utilise en vue de convaincre et d'attirer l'attention de son auditoire et d'adhérer aux arguments présentés.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Ouvrages généraux

- AMOSSY, Ruth, (1999), *Image de soi dans le discours. La construction de l'éthos*, Paris-Lausanne, Delchaux et Niestlé.
- AMOSSY, Ruth, (2000), *L'Argumentation dans le discours*, Paris, Nathan.
- AMOSSY, Ruth, (2002), *L'Argumentation dans le discours*, Armand Colin.
- ARISTOTE, (1991), *La Rhétorique*, Paris, Le Seuil.
- ARMENGAUD, (2007), *La Pragmatique*, Paris, PUF.
- AUSTIN, John (1970), *Quand dire c'est faire*, Paris, Le Seuil.
- AUSTIN, John, (1962), *Performatif-constatif*, Paris, Minuit.
- BAKHTINE, Mikhail, (1929), *La poétique de Dostoïevski*, Paris, Le Seuil.
- BAKHTINE, Mikhail, (1979), *Esthétique de la création verbale*, Paris, Gallimard.
- BARBERIS, Dominique, (2001), *Cahier de praxématique*, Open, Journals.
- BAYLON, Christian et FABRE, Paul, (1990), *Initiation à la linguistique*, Paris, Nathan.
- BAYLON, Christian et FABRE, Paul, (2002), *La grammaire française*, Hachette, Education.
- BEAUD, Michel, (2006), *L'Art de la thèse*, « Coll. Guides Grands Repères », Paris, Découverte.
- BERRENDONNER, Alain, (1981), *Éléments de pragmatique linguistique*, Paris, Minuit.
- BENVENISTE, Emile, (1974), *Problème de linguistique générale*, Paris Seuil.
- BLANCHET, Philippe, (2000), *Linguistique de terrain, méthode et théorie*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.
- CHABROL, Claude, (2007), « Pour une psycho-socio-pragmatique de l'agir communicationnelle », *Cahiers de linguistique française*, n° 26.
- CHAÏM, Perelman et OLBRECHTS-TYTECA, Lucie, (1970), *Traité de l'Argumentation. La Nouvelle Rhétorique*, Bruxelles, l'institut de sociologie.
- CHARAUDEAU, Patrick, (2002), *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris Seuil.
- CHARAUDEAU, Patrick, (2005), *Discours politique : les masques du pouvoir*, Paris, Cedex 13, Librairie Vuibert.
- CICERON, Marcus, (1831), *Analyse et extraits des discours de Cicéron*, Hachette.
- DUBOIS, Jean et alii, (1973), *Dictionnaire de linguistique générale*, Paris, Librairie Larousse.
- DUCROT, Oswald (1982), « La notion du sujet parlant », in : *Ricœur, Recherches philosophiques sur le langage, Cahier du groupe de recherche sur la philosophie du langage, université des sciences sociales de Grenoble*, pp. 65-93.
- DUCROT, Oswald et alii, (1980), *Les Mots du discours*, Paris, Minuit.
- DUCROT, Oswald (1984), *Le Dire et le dit*, Paris, Minuit.

- ELUERD, Lucien, (1985), *La Pragmatique Linguistique*, Paris, Fernand Nathan.
- FONTANIER, pierre, (1977), *Les Figures du discours*, Paris, Flammarion.
- GERARD, Genette, (1982), *Palimpsestes, La Littérature au second degré*, Paris, Seuil.
- NGUENDJOCK, Albert, (2014), *Les jeunes au cœur de la crise socioprofessionnelle au cameroun : entre désespoir et quête d'alternatives*. PUA.
- KEPEL, Gilles, (2012), *Banlieue de la république : société, politique et religion à Clichy-sous-Bois et Montfermeil*, Paris, Gallimard.
- GUMPERZ, John, (1989), *Engager la conversation, introduction à la sociolinguistique interactionnelle*, Paris, Minuit.
- OGBU, Kalu, (2001), *Religion africaine : Une étude des croyances et pratiques des Africains*. OUP.
- ROCHEFORT-TURQUIN, Agnès, (2008), *Sociologie religieuse*, Paris, Armand Colin.
- MBASSI-MANGA, Jean-Marie, (2002), *La discours de campagne d'évangélisation au Cameroun : une approche sociolinguistique*. dir.
- EMMANUEL, NDOUMBE, (2010), *Les stratégies discursives du discours de campagne d'évangélisation au Cameroun*, dir.
- EKODECK, Jean-Claude, (2015), *Les discours de campagne d'évangélisation au Cameroun : une approche pragmatique*, dir.
- KOUEGA, Jean-Paul, (2012), *Les discours d'évangélisation au Cameroun : une approche rhétorique*, dir.
- ELA, Jean-Marc, (2017), *Foi et libération dans les œuvres de Jean-Marc Ela : Perspective christologique*, Paris, Harmattan.
- TCHEKOURA, Michel, (2010), *La crise financière au Cameroun : causes, effets et perspectives*, Paris, Harmattan.
- AMOSSY, Ruth, (2006), *Les idées reçues : Sémiologie du stéréotype*, Paris, Nathan.
- PERELMAN, Chaïm, (2006), *Traité de l'argumentation*, Université libre de Bruxelles le groupe Mu et J. Cohen cité par Réboul 1991, p13.
- GERARD, Genette, (2006), *Figure I*, Paris, Seuil.
- GERARD, Genette, (1966), *Figure III*, Paris, Seuil.
- FROMILHAGUE, Catherine et SANCIER, Anne, (1991), *Introduction à l'analyse stylistique*, Paris, Harmattan.
- ARISTOTE, *La rhétorique*, Paris, Nathan.
- DUCROT, Oswald, (1984), *Le Dire et le Dit*, Paris, Minuit.

- MAINGUENEAU, Dominique, (2005), *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil.
- MAINGUENEAU, Dominique, (2002), *Analyser les textes de communication*, Armand Colin.
- BARTHES, Roland, (1970), *L'empire des signes*, Paris, Seuil.
- ELOUNDOU ELOUNDOU, Venant, (2014), *plurilinguisme en milieu religieux urbain : jeux et enjeux*, dans Boissonneault Julie et Ali Reguigui (dirs), *Langue et territoire : études en sociolinguistique urbaine, série monographie en sciences humaines*, vol. 15, Sudbury, Université Laurentienne, pp. 421-446.
- HUNSTON, Susan, (2002), *Corpus en linguistique appliquée*, éd. Routledge.
- GWENOLE, Fortin, (2007), « *L'approche sociopragmatique en science du langage : principaux cadres conceptuels et perspectives* », pp. 109-129.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, (2001), *Les actes de langages dans le discours*, Paris, Nathan.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, (1992), *Les interactions verbales*, Paris, Armand Colin.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, (1990), *Les interactions verbales*, Paris, Armand Colin.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, (1980), *L'Énonciation. De la subjectivité dans le langage*, Paris, Armand Colin.
- KRISTEVA, Julia, (1969), *Recherche pour une sémanalyse*, Paris, Seuil.
- MAINGUENEAU, Dominique, (1986), *Éléments de linguistiques pour le texte littéraire*, Paris, Bordas.
- MAINGUENEAU, Dominique, (1991), *Énonciation en linguistique française*, Paris, Hachette.
- MAUD, Lasseur et GAULME, Francois, (2013), *Les identités plurielles au cameroun entre tensions et cohésion nationale*. Observatoire, Pharos.
- MERCKLE, Pierre, (2016), *Sociologie des réseaux sociaux*, Repères, Découverte.
- MENDO ZE, Gervais, (2013), *Du discours argumentative au commentaire stylistique*, Yaoundé, PUF.
- MUCHIELLI, Alex, (2009), *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines*, Paris, Armand Colin.
- NICOLAS, Laurent, (2001), *La métonymie : une approche sémantico-pragmatique*, L'Harmattan.
- NOAH MBEDE, Daniel Anicet, (2010), *Écrits dans la ville, L'imaginaire politique des camerounais*, Yaoundé, CLE.
- NUCHEZE, Jean-Claude et COLLETTA, Gérard, (2002), *La communication interpersonnelle*, 4^e éd, Armand Colin.
- OLERON, Pierre, (1996), *L'Argumentation*, Paris, PUF.

- PICON, Raphaël, (2007), « *Ré enchanter le ministère pastoral* », Olivétan, pp 19.
- PLANTIN, Christian, (1994), *L'Argumentation*, Paris, Seuil. PUA.
- EBO'O, AKESSO, Francois, (2010), *La crise financière au Cameroun : causes, effets et perspectives*,
- REBOUL, Jean, (1991), *Introduction à la stylistique*, Paris, PUF.
- PERELMAN, Chaim et TYTECA, Lucie, (1966), *Traité de l'argumentation : La nouvelle rhétorique*. Paris, PUF.
- RECHEFORT-TURQUIN, Agnès, (2008) *Sociologie religieuse* , Paris, Armand Colin.
- SEARLE, John, (1972), *Les actes de langage*, Paris, Hermann.
- SEARLE, John, (1969), *Un Essai en philosophie du langage*, Paris, Hermann.
- SEARLE, John, (2001), *Esprit, Langage et Société : philosophie dans le Monde Réel*, Paris, Hermann.
- VION, Robert, (1982), *La Communication Verbale. Analyse des interactions*, Paris, Hachette.

Mémoires

- ELOUNDOU ELOUNDOU, Venant, (2004), *Étude des stratégies argumentatives du discours publicitaire dans le contexte socio-linguistique camerounais*, Université de Yaoundé I.
- NANGA, MESSINA, (2016), *Discours non institutionnels sur les automobiles au Cameroun : jeux et enjeux sociopragmatiques*, Mémoire de Maîtrise, Université de Yaoundé I.

Textes officiels

- Article 19 de la déclaration universelle des droits de l'homme.
- Loi N°053/90 du 19 décembre 1990, portant sur la liberté de la presse, garantit le droit à la liberté d'expression et de communication, ainsi que le droit d'accès à l'information.
- Loi N°96/04 du 16 janvier 1996, portant sur la liberté d'association, garantit le droit des citoyens de se regrouper librement pour la défense de leurs intérêts.

Dictionnaires

- MUCCHIELLI, Alex, (2009), *Dictionnaire des méthodes quantitatives en sciences humaines*, Paris, Armand Colin.
- MILLET, Olivier, 1992, *Dictionnaire des citations*, LGF, préface, P V.

Petit Robert, 2014.

Références bibliques

Hébreux, chapitre 13, verset 8.

Psaume 144 :1 ‘ LT 6780) ; Ps 24 (CE 454 DO

Luc 12-16 et Actes, 1,13.

Josue1 :5, Essaie 44 :4).

Jean 8 : 55-56).

2 Corinthiens 11-28.

Verset coranique

Sourate XXXIII, verset 40.

Webographie

Wikipédia.org/WIKI/HEBREU (2015), « L’hébreu ».

www.yaoundéinfo.fr

<http://mediatheque.lecrips.net>

<http://www.études-littéraires.com/argumentation.php>, consulté le 13 Mai 2023.

www.analyse-du-discours.com discours-religieux, Février 2023.

A horizontal rectangular box with a green gradient fill and a dark blue border. The corners are rounded with a decorative, slightly inward-curving shape.

ANNEXES

DETRUIRE LES AUTELS
DES ANCIENS...

DEMONSTRATION DE LA PUISSANCE DE DIEU

Autel contre les autels

Consécration des candidates aux différents examens officiels et concours d'entrée dans les grandes Ecoles

Le couple apostolique

DIM. 06 09H YAOUNDÉ - CAMEROUN
Tropicana, entrée Tsala Essomba

WhatsApp: +2376963261

Temple des Nations

Université Catholique d'Afrique centrale
Paroisse universitaire St Augustin
Apostolat catholique pour l'évangélisation
Organiser un grand temps d'Enseignement et de Prière.

Session 3

Ma famille et Moi, Nous
RENONÇONS...TÉNÉBRES

Dr. Trémoulet : "Moi, je suis la Lumière qui illumine. Celui qui me suit ne marchera pas dans les ténébreux, il aura la lumière de la vie" Jean 8: 12

Programme : Louange, Enseignement, Intercession.

C.B.C/ COMMUNAUTE
MISSIONNAIRE DE REVEIL
WWW.MISSIONNEREVEIL.COM

**VENDREDI 28
SEPTEMBRE 2021**
HEURE: 20h
à l'aube

LA NUIT DE LA GRANDE GRACE

Nuit de restauration totale des destins
(Nombres 17:7-8)

Avec les Prophètes Rodrigue & Elisabeth NDOFFO

Lieu : Au siège de la CBC/CMR Yaoundé - Cameroun,
MAETUR-MENDONG (DERRIERE LA GENDARMERIE)

650 00 33 10
499 73 47 12
676 29 45 45

LES CAMPAGNES POUR CHRIST
IN COLLABORATION WITH THE BODY OF CHRIST

AN EVANGELISM CRUSADE & FREE OF CHARGE HEALTH CAMPAIGN

FROM 1st TO 3rd AT MULTIPURPOSE SPORTS
DECEMBER 2022 COMPLEX OF YAOUNDE

THEME
THE SUPREMACY OF CHRIST

Pastor **NKILI DIEUDONNE**
LPC PRESIDENT

Evangelist **DANIEL SCOTT**
BEST SPEAKER

CONTACT: (+237) 693 12 63 62
(+237) 658 68 25 03

CULTE DES PARFUMS
A AWAE ESCALIER DERRIERE TRADEX
LE DIMANCHE 2 OCTOBRE 2022 4 9H

SEIGNEUR, CHANGE MON ODEUR,
TROP DE REJET...

- Pas de Faveur,
- Pas de reconnaissance,
- Pas d'appréciation,
- Pas d'aide dans la vie?

TU ES CONCERNE!!!

CONTACT : 695 573 255

Dr Proph. TICHA

ARENA of PRAYER and MIRACLE
MINISTRY

MAI NOTRE MOIS DE SUPRÉMATIE

"Nul ne tiendra devant toi, tant que tu vivras. Je serai avec toi, comme j'ai été avec Moïse; je ne te laisserai point, je ne t'abandonnerai point."
JOSUE 1:5

(+237) 695 825 116

@marechal prophète Adrien

Avec: PROPHÈTE ADRIEN

Ministère International Most Sion
Cité de l'Expansion

3-JOURS

De victoire sur la vie

Du 29,30 Octobre à 17h
au 1er Novembre 2021 à 9h

THEME
**Seigneur
MON-GAS-EST URGENT**

Voix célestes de Parole
des Dieux pour toutes les Nations

NB LIGNE DE PRIERE GRATUITE
(+237) 693 524 305 / 674 000 168

Descente Mimboan setele carrefour Matango à droite

09
FEV
2022

EAGLE OF FIRE MINISTRY INTL

L'ALLIANCE Par le Sacrifice

Avec le
Rev Stéphane TEXAM

LIVE
Dès 17H30

Jésus Christ est réellement ressuscité !

CONTACTS

Montée EKOUDOU
à l'arrêt taxi

+237 673 294 268
+237 696 657 126

EKOUMDOUM

MISSION DU PLEIN ÉVANGILE / FULL GOSPEL MISSION
ASSEMBLÉE DE - BWANG BAKOKO - ASSEMBLY
 Réseau Protestant et 100% Chrétien - 2002

Organise du 13 au 16 Décembre 2016
4 JOURS DE LOUANGES ET DE PREDICATION

Thème: LA PUISSANCE DU SANG DE JESUS CHRIST

Concert Live Samedi 27 - Gratuit Avec les chorales et artistes
 - La Chorale Cœur des Anges
 - La Chorale Les Saintes Femmes
 - Le Groupe RHEMA

Avec l'Évangéliste **S.C. MAHOP**

Programme
 Cyrille Etamé - Chantre Parfait - Hugo Maestro Et bien d'autres...

Lieu: Bwango Bakoko
 Heures: 8h - 12h / 14h - 18h
 Informations: +237 91 11 11 11 / +237 97 35 31

Programme réalisé avec le soutien et la collaboration du FAMUG et le Radio GEN-FM 96.4

GRAND CULTE PROPHÉTIQUE YAOUNDE

Thème
SEIGNEUR! Dis juste un mot

DIM. 18 SEPTEMBRE 2022 9H

Derrière la Tradex Awae-Escalier

Orateur **PROPHÈTE TICHIA**

+237 695 573 255

Grande Campagne D'Évangélisation

MORJIA en collaboration avec BEER-SCHEBA

Jésus
 l'Antidote pour sauver l'humanité!
 Jean 3:16

Conférencier
Lerisnel Saint-Fleur
 Pasteur

du 26 Septembre - 7:30PM
 au 17 Octobre, 2020 Chaque Soir

Appeler pour plus d'informations aux numéros: (754) 245-4233 * (754) 235-1829 * (249) 815-2349 * (561) 258-2361

ÉGLISE MESSIANIQUE ÉVANGÉLIQUE DU CAMEROUN
 MESSIANIC EVANGELICAL CHURCH OF CAMEROON
 ASSOCIATION CATHOLIQUE RÉSISTANCE POUR DÉCRET PRÉSIDENTIEL N° 4017/1 DU 14 JUILLET 1993
 CIRCONSCRIPTION ECCLESIASTIQUE DU WOURI

GRANDE CAMPAGNE D'ÉVANGÉLISATION

THEME: **DÉLIVRÉ DE LA PUISSANCE DES TÉNÉBRES POUR ÊTRE À CHRIST!** Col 1:13

du 20 au 23 Avril 2022
 17h / 09h Dimanche 24

Yaoundé au stade Dwang-Bakoko +237 6 96 26 06 10 / 6 96 64 54 48

COMMUNAUTÉ MISSIONNAIRE CHRÉTIENNE INTERNATIONALE Église à Yaoundé Zikw'altan vers Chaka

FESTIVAL DE LOUANGES ET D'ÉVANGÉLISATION

SALUT DÉLIVRANCE GUÉRISON BÉNÉDICTION

THÈME **JÉSUS N'A PAS CHANGÉ**

Ven. Dim 17-19 Février 2023 18H-21H

NKOLTIMA (Au Niveau du Stade)

+237 699 64 69 15 / 677 22 50 16 / 675 12 88 37

DIVINE TV Organise un programme de

4 DIMANCHES DE FERTILITÉ
 À AWAE ESCALIER DERRIÈRE TRADEX

THÈME: **TU VAS PRODUIRE DU FRUIT** dans tous les domaines de ta vie

LES DIMANCHES 5, 12, 19, 26 JUIN 2022 À 9H Viens avec ta pomme

DR. PROPH. TICHIA

Au Programme: Prophéties, Délivrances, Guérisons, Miracles

Contact: 695 573 255

ÉCOLE INTERNATIONALE DES PROPHÈTES

Les Voyants LES GARDIENS DES NATIONS!

SAM 25 JUIN 2022 8H00 À 12H00

La BIR (Base Internationale RHEMA)

PROPHÈTE **JOËL FRANCIS TATU**

PROPHÈTE **FERDINAND EKANE**

CBC / Communauté Missionnaire de Réveil

CAS URGENT
 Cancéreux, affligés, stériles, paralysés, opprimés, quelque soit ta situation le SEIGNEUR apporte une solution définitive ce,

MER 10 MAI Dès 17H

NE VIENS PAS SEUL!

Avec les Prophètes **Rodrigue et Elisabeth Ndoffo**

Derrière la Casernes de Mendang-Yaoundé

+237 657 256 156

MINISTÈRE INTERNATIONAL MONT SION
Organisé Avec
MINISTÈRE DE L'ASSEMBLÉE DU ROYAUME

Campagne d'évangélisation

THEME
MON SORCIER DOIT MOURIR

Bessenger feu rouge en face de l'hôtel valley des princes

03 2021
16H - 20H

AU PROGRAMME
Prédication
Délivrance
Prophétie

Ango Weid

INFOLINE: 693 574 305 / 654 877 390

GRANDE CAMPAGNE de GUERISON
Avec le Prophète TICHA

THEME
NON!!!
Cette Maladie ne te tuera pas

9H

CE DIMANCHE 25 SEPTEMBRE 2022
A AWAE ESCALIER DERRIERE TRADEX
INSCRIPTIONS : + 237 695 573 255

DIVINE tv

GRAND CULTE DES FAMILLES
2ème Edition
Ce Dimanche 18-12-22 à 9h
DERRIERE TRADEX AWAE ESCALIER

Thème :
PAS MON SANG, NI CELUI DE MA FAMILLE

Invite toute ta famille pour une
DELIVRANCE ET PROTECTION FAMILIALE

Dr. PROPH TICHA

PRIERE SPECIALE POUR LES MALADES

AU PROGRAMME
PREDICATION
PROPHETES
DELIVRANCES
GUERISONS
MIRACLES

695 573 255

DIVINE tv

CROISADE DES FORGERONS

Le Dieu qui répond PAR Le Feu

ROIS 18 24

DU JEUDI 25 AU DIMANCHE 28 FÉVRIER 2021

4 JOURS
SURNATURELS D'EXTRÊMES
MIRACLES; GUÉRISONS;
PROPHÉTIES; DELIVRANCES

HEBDOMADAIRE
JEUDI 25 --- 17H
VENDREDI 26 --- 9H ET 17H
SAMEDI 27 --- 9H ET 17H
DIMANCHE 28 --- 6H, 8H30, 11H

SIÈGE INTERNATIONAL DE LA CBC/COMMUNAUTÉ MISSIONNAIRE DE RÉVEIL
DERRIÈRE LA GENDARMERIE DE MENDONG YAOUNDÉ

(+237) 681 02 70 73 - (+237) 699 73 47 12 - (+237) 650 00 33 10

CROISADE DES FORGERONS

Le Dieu qui répond PAR Le Feu

ROIS 18 24

DU JEUDI 25 AU DIMANCHE 28 FÉVRIER 2021

4 JOURS
SURNATURELS D'EXTRÊMES
MIRACLES; GUÉRISONS;
PROPHÉTIES; DELIVRANCES

HEBDOMADAIRE
JEUDI 25 --- 17H
VENDREDI 26 --- 9H ET 17H
SAMEDI 27 --- 9H ET 17H
DIMANCHE 28 --- 6H, 8H30, 11H

SIÈGE INTERNATIONAL DE LA CBC/COMMUNAUTÉ MISSIONNAIRE DE RÉVEIL
DERRIÈRE LA GENDARMERIE DE MENDONG YAOUNDÉ

(+237) 681 02 70 73 - (+237) 699 73 47 12 - (+237) 650 00 33 10

RÉUNION SPÉCIALE DE PROPHÉTIES ET DÉLIVRANCES

THEME
DESTRUCTION DES ŒUVRES DES TENEBRES

MARDI 11 AVRIL DÈS 17 H

NE VIENS PAS SEUL(E)

AVEC LES PROPHÉTÉS
RODRIGUE & ELISABETH NDEFFO

SIÈGE DE LA CBC/CMR
DERRIÈRE LA GENDARMERIE DE MENDONG YAOUNDÉ

(SMS ET WHATSAPP UNIFORMEMENT)
(+237)651256156 / 677046767

3 Jours
Contre tout
ESPRIT DE BLOCAGE

Thème:
**QUI M'A ATTACHE ?
PROPHETE, DETACHE MOI**

PORTE DES CIEUX POUR TOUTES LES NATIONS

DR. PROPH. TICHA

LIVÉON: f Prophète TICHA
YOUTUBE: PROPHETE TICHA
DIVINE TV: CHANNEL

VENDREDI: 18 NOV À 17H
SAMEDI: 19 NOV À 17H
DIMANCHE: 20 NOV À 9H30

695 573 255

DERRIERE TRADEX AWAE ESCALIER - YAOUNDÉ

**DIMANCHE DE DECLARATIONS
PROPHETIQUES ET DE DELIVRANCES**

JE DECLARE LA GUERRE CONTRE LA PAUVRETE

JE METS UN TERME DEFINITIF!!! LIBERE MES ENFANTS

Dr. PROPH TICHA

LE 30 OCTOBRE 2022
A AWAE ESCALIER
9 heures

+ 237 695 573 255

DIVINE tv

CULTE DES PARFUMS
 A AWAE ESCALIER DERRIERE TRADEX
 CE DIMANCHE 2 OCTOBRE 2022 **AM**

TIENS AVEC TON PARFUM

SEIGNEUR, CHANGE MON ODEUR,
 TROP DE REJET...

- Pas de Paveur,
- Pas de reconnaissance,
- Pas d'appréciation,
- Pas d'aide dans la vie?

TU ES CONCERNE!!!

CONTACT : 695 573 255 **Dr Proph. TICHA**

Eglise missionnaire du chemin de la vérité au Cameroun

présente

spécial dimanche de restauration
 de guérison et de délivrance et
 de percée
 thème : la percée
 par le sang de Jésus Christ

avec le couple prophétique
Raoul et Mircille zemba

à 9h00
16
 avril

678234036
 655268211
 lieu: entrée église catholique saint marc
 après l'université de soa andon derrière
 l'ancien snack bar sans caleçon

suivez nous sur Facebook
 www.reverendprophete G J zemba

DUNAMIS CHURCH MINISTRY Int.
 24 - 25 Juin
 17H 21H

Night Church

Sous le thème:
**Ô DIEU BRISE TOUT
 JONG
 DANS MA FAMILLE**

Hôte: Prophète Cyrille TOMAWE
 Prophète Emmanuel NDONG

NB: Port du masque obligatoire
 Rail Ngouso (Maison Blanche)

656 52 81 14 676 80 16 36

**DIMANCHE DE DECLARATIONS
 PROPHETIQUES ET DE DELIVRANCES**

JE DECLARE LA GUERRE CONTRE
 LA PAUVRETE
 JE METS UN TERME DEFINITIF!!! LIBERE MES ENFANTS

LE 30 OCTOBRE 2022
 A AWAE ESCALIER
 9 heures

Dr. PROPH. TICHA
 DIVINE TV
 + 237 695 573 255

GRAND CULTES DES FAMILLES
 Ce Dimanche 18-12-22 à 9h
 DERRIERE TRADEX AWAE ESCALIER

Thème :
PAS MON SANG, NI CELUI DE MA FAMILLE

Invite toute ta famille
 pour une
**DELIVRANCE ET PROTECTION
 FAMILIALE**

Dr. PROPH TICHA
 DIVINE TV

AU PROGRAMME
 PREDICATION
 PROPHETIES
 DELIVRANCES
 GUERISONS
 MIRACLES

PRIERE SPECIALE POUR LES MALADES 695 573 255

8 CULTES DE MIRACLES
 Les Vendredis : 5, 12, 19, 26
 Les Dimanches : 7, 14, 21, 28

AOUT : MON MOIS DE MIRACLE
 A AWAE ESCALIER DERRIERE LA TRADEX

AU PROGRAMME
 PREDICATION
 PROPHETIES
 DELIVRANCES
 GUERISONS
 & **MIRACLES**

**SEIGNEUR JE SUIS FINI!!!
 SEUL TON MIRACLE PEUT ME SAUVER**

Dr. PROPH TICHA
 695 573 255

Marc: 1022 Jésus les regards et dit: "Aux hommes cela est impossible, mais non à Dieu, car tout est possible à Dieu."

**GRANDE CROISADE DE DELIVRANCES
 GUERISONS ET PROPHETIES**
 A l'esplanade des fêtes de MFOU

Thème:
MFOU, Dieu s'est souvenu de toi

Du 06 au 08 Octobre 2022 à 17H

Au Programme:
 Miracles et manifestation diverses,
 Concert gospel

Artiste Invité: Charles Citenga
 Les lévites
 Orateur: **Proph. TICHA**

Distribution gratuite de l'eau bénie "le Sang de Jésus"
 Inscription à la ligne de prière des malades
 Contact : 695 573 255

CBC / Communauté Missionnaire De Réveil

2 JOURS D'INTERCESSION STRATEGIQUE
 POUR NOS ENFANTS, LES FAMILLES ET LA NATION.

DU 08 AU 09 JUIN 2023

JEU ET VEN DE 08H A 12H

RÉUNION AVEC LES NOUVEAUX VENUS ET NOUVEAUX CONVERTIS
 DE DEPUIS DÉCEMBRE 2022,
 POUR UNE IMPARTITION
 UNIQUE DE LA SAGESSE ET
 DE LA CONNAISSANCE

CE VENDREDI 09 JUIN 2023
 DE 17H A 20H

Avec **LES PROPHETES
 RODRIGUE & ELISABETH
 NDEFO**

SIÈGE INTERNATIONAL DE LA CBC / CMR - DERRIERE LA GENDARMERIE DE MENDONG-YAOUNDE

GRAND CULTE DES FAMILLES
Ce Dimanche 11-12-22 à 9h
 DERRIERE TRADEX AWAE ESCALIER



Thème :
RETOUR A L'EXPEDITEUR

Invite toute ta famille pour une **DELIVRANCE ET BENEDICTION FAMILIALE**

AU PROGRAMME :
 PREDICATION
 PROPHETES
 DELIVRANCES
 GUERISONS
 MIRACLES

Dr. PROPH TICHA

DIVINE TV PRIERE SPECIALE POUR LES MALADES 695 573 255

C.B.C./ COMMUNAUTE MISSIONNAIRE DE REVEL

www.witnessforrevel.com
 658 88 22 10
 699 73 47 12
 676 27 45 62

DATE/HEURE
Dimanche 29 AVRIL 2018 8h00

Special CULTE D'EAU Ointe

DELIVRANCE, PROPHEITIES, MIRACLES

Avec les Prophètes Rodrigue & Elisabeth NDEFFO

«Viens recevoir GRATUITEMENT ta bouteille d'eau ointe ; pour toutes Percées financières; Procréations; Délivrances; Protections; Guérisons...»

LIEU : **Sis au siège de la CBC/CMR MAETUR - MENDONG (DERRIERE LA GENDARMERIE)**

VISIONNEZ LES PROPHETES RODRIGUE & ELISABETH NDEFFO SUR «REVIVAL CHANNEL» SUR SATELLITE ET TOUS LES CABLE-DISTRIBUTEURS

Bande KU VIA Eutelsat 16A en Bande C VIA ABS 3A. CHAQUE MERCREDI 18H ET DIMANCHE 8H00

www.youtube.com/user/ComMissionnaireRevel
 CMR WORLD | Prophète Rodrigue Ndeffo

CONVOCAION SOLENNELLE

UNIVERS DU POSSIBLE!

EXPERIMENTER LA BONTÉ DE DIEU

MARDI 09 AOUT 2022 18H30 GMT

Rene Wifa

Double Culte FAMILIAL ET DE GLOIRE

DE LA HONTE A LA GLOIRE

THEME: ALA

YAOUNDE 07H 30 PALAIS DES CONGRES

BOUALA 16H 00 ANCIEN CAMLAIT, NDOGBONG

DIMANCHE 28 AOÛT 2022

Apporter un Objet pour Représenter sa Famille

MINISTRY PRESON CAMEROUN

PROPHETES RODRIGUE & ELISABETH NDEFFO

DIVINE TV

8 CULTES DE MIRACLES

Les Vendredis : 5, 12, 19, 26

Les Dimanches : 7, 14, 21, 28

AOÛT : MON MOIS DE MIRACLE

A AWAE ESCALIER, DERRIERE LA TRADEX

AU PROGRAMME
 PREDICATION
 PROPHETES
 DELIVRANCES
 GUERISONS

MIRACLES

SEIGNEUR JE SUIS FINI!!! SEUL TON MIRACLE PEUT ME SAUVER

Dr. PROPH TICHA

Marc: 10-27 Meus les regards et dit: "Ain hommes cela est impossible, mais non à Dieu, car tout est possible à Dieu."

695 573 255

ET DE JUGEMENT
Ce Dimanche 16 10 2022
 A AWAE ESCALIER

THEME: RESTAURE OU MEURS!!!

Tout Ennemi, tout Sorcier qui s'est attaché à toi, en détruisant, volant, et tuant va **RESTAURER** tout ou **MOURIR** ce Dimanche

Avec le **PROPHETE TICHA**

9 heures

DIVINE TV + 237 695 573 255

Eglise missionnaire du chemin de la vérité au Cameroun organise une nuit de prière

thème
 allons voir le voyant pour un miracle
 une guérison, délivrance et prophétie

1samuel 9:2-27

vendredi 28 avril 2023
 16 heure 22h-5h

695268211/678134036

3 CULTES SPECIAUX DU SURNATUREL

COMMENT TRIOMPHER TOUJOURS EN CHRIST

Thème
 PROPHETES RODRIGUE ET ELISABETH NDEFFO

Dimanche 11 juin 2023 6H-9H-12H

SIÈGE INTERNATIONAL DE LA CBC/CMR DERRIERE LA GENDARMERIE DE MENDONG-YAOUNDE

SMS WHATSAPP UNIQUEMENT (+237) 69224666 / 677046767

www.witnessforrevel.com

ARENA of PRAYER and MIRACLE MINISTRY

MAI
NOTRE MOIS DE
SUPRÉMATIE

*Nul ne tiendra devant toi, tant que tu vivras. Je serai avec toi, comme j'ai été avec Moïse; je ne te délaisserai point, je ne t'abandonnerai point.

JOSUE 1:5

Avec PROPHÈTE ADRIEN

(+237)695825116 @marechal prophète Adrien

GRANDE CAMPAGNE de GUERISON Avec le Prophète TICHA

THEME **NON!!!**
Cette Maladie ne te tuera pas

9H

CE DIMANCHE 25 SEPTEMBRE 2022

A AWAE ESCALIER DERRIERE TRADEX

INSCRIPTIONS : + 237 695 573 255

DIVINE tv

Ministère International des Nations

20 22

l'année d'ACCOMPLISSEMENT

DRESS CODE: BLANC

MERCREDI 29 DÉCEMBRE À partir de 17h

JEUDI 30 DÉCEMBRE À partir de 17h

VENDREDI 31 DÉCEMBRE À partir de 21h

Ma dernière doct

DESCENTE MIMBOMAN ÉCOLE CARRE FOURMATANGO A DROITE

(+237) 699524302 / 694500188

TABLE DES MATIÈRES

DÉDICACE	i
REMERCIEMENTS	ii
RÉSUMÉ	Erreur ! Signet non défini.
ABSTRACT	Erreur ! Signet non défini.
LISTE DES ABRÉVIATIONS, A CRONYMES ET SIGLES	iv
INTRODUCTION GÉNÉRALE	1
PREMIÈRE PARTIE : PRÉSENTATION DU CONTEXTE D'ÉMERGENCE ET REPÈRES THÉORICO-MÉTHODOLOGIQUES DES DISCOURS D'ÉVANGÉLISATION	10
Introduction de la première partie	11
CHAPITRE 1 : INDICATEURS SOCIOCULTURELS ET RELIGIEUX	12
1.1. YAOUNDÉ ET LE CONTEXTE DE CRISES MULTIFORMES	13
1.1.1. Crise éthique.....	13
1.1.2. Crise financière.....	14
1.1.3. La crise spirituelle	15
1.1.4. La crise socioprofessionnelle	Erreur ! Signet non défini.
1.2. LE CONTEXTE SOCIORELIGIEUX.....	16
1.2.1. Les religions ancestrales.....	16
1.2.2. La religion chrétienne.....	17
1.2.3. Les églises dites éveillées	17
1.2.4. La religion musulmane	18
1.2.5. Le positionnement social des religions en quête des fidèles	19
1.3. LES CAVEAUX DE DIFFUSION DE L'ÉVANGÉLISATION	19
1.3.1. Le droit à la liberté d'expression	19
1.3.2. Les chapelles et les mosquées	20
1.3.3. Les Véhicules en milieu urbain	21
1.3.4. Les campagnes d'évangélisation événementielle	21
1.3.5. La publicité (affiche et audiovisuelle).....	23
CHAPITRE 2 : APPROCHE THÉORIQUE ET MÉTHODOLOGIQUE DE L'ÉTUDE	26
2.1. LES REPÈRES THÉORIQUES DE LA RHÉTORIQUE.....	27
2.1.1. Le logos du locuteur	28
2.1.2. Le pathos du récepteur.....	28
2.1.3. L'éthos discursif et pré discursif	29
2.1.4. La distribution des arguments dans l'art oratoire	30
2.1.5. La catégorisation des preuves dans la rhétorique	31
2.1.5.1. Les preuves techniques.....	31
2.1.5.2. Les preuves extra-techniques	32
2.2. FIGURATION : SON IMPORTANCE DANS LA RHÉTORIQUE	32
2.3. LA THÉORIE DES ACTES DE LANGAGE DANS LE DISCOURS	33
2.3.1. La performativité du discours et les actes de langage direct	33
2.3.1.1. L'approche d'Austin.....	34
2.3.1.2. La taxinomie de Searle	35

2.3.1.3. La synthèse de Kerbrat-Orecchioni sur les actes de langage directe	40
2.3.2. Les actes de langage indirect ou l'implicite	41
2.3.2.1. Le présupposé	41
2.3.2.2. Le sous-entendu	42
2.3.2.3. Les négations polémiques	Erreur ! Signet non défini.
2.4. L'ARTICULATION ENTRE LA RHÉTORIQUE ET LA PRAGMATIQUE DU DISCOURS DANS L'ÉTUDE	43
2.4.1. Approches méthodologiques de l'étude	44
2.4.2. La délimitation du corpus (types de religion, temps, espace)	44
2.4.3. Méthode de collecte et de traitement des données	Erreur ! Signet non défini.
2.4.4. La démarche empirico-inductive de l'analyse	45
Conclusion de la première partie	48
DEUXIÈME PARTIE : COMPOSANTE RHÉTORICO-PRAGMATIQUE DES DISCOURS DE CAMPAGNE D'ÉVANGÉLISATION	50
CHAPITRE 3 : INSCRIPTION DES DISCOURS DE CAMPAGNE D'ÉVANGÉLISATION DANS LA RHÉTORIQUE CLASSIQUE	52
3.1. L'EXPLOITATION DES RESSOURCES DE L'ART ORATOIRE	53
3.1.1. La mobilisation des figures de style	54
3.1.1.1. La métaphore	54
3.1.1.2. L'hyperbole	56
3.1.1.3. La personnification	56
3.1.1.4. L'allégorie	57
3.1.1.5. La métonymie	58
3.1.2. L'utilisation du langage corporel	Erreur ! Signet non défini.
3.1.2. L'usage de la voix	Erreur ! Signet non défini.
3.1.3. La structure du discours	Erreur ! Signet non défini.
3.1.4. La résurgence des discours délibératifs	Erreur ! Signet non défini.
3.1.5. Les traces des discours épидictiques ou démonstratifs	61
3.1.6. Les marques du discours judiciaire	62
3.2. LE DISCOURS DE CAMPAGNE D'ÉVANGÉLISATION ET L'ETHOS DISCURSIF DE L'ÉMETTEUR/L'ANNONCEUR	Erreur ! Signet non défini.
3.2.1. L'ethos discursif associé au statut de l'évangéliste	Erreur ! Signet non défini.
3.2.2. La fonction de pasteur	67
3.2.3. Le statut du prophète	68
3.2.4. Le Docteur	69
3.2.5. Le Révérend	70
3.2.6. L'Apôtre	71
3.3. L'USAGE DES PREUVES DANS LE DISCOURS	72
3.3.1. Les preuves techniques	72
3.3.2. Les preuves extra-techniques	75
CHAPITRE 4 : LA COMPOSANTE ÉNONCIATIVE ET ARGUMENTATIVE DES DISCOURS DE CAMPAGNE D'ÉVANGÉLISATION	84
4.1. LES FAITS DE POLYPHONIE DANS LE DISCOURS DE CAMPAGNE D'ÉVANGÉLISATION	85
4.1.1. Les citations	86
4.1.2. Les allusions	89

4.1.3. Les discours directs et indirects.....	90
4.2. LES INDICATEURS ARGUMENTATIFS.....	93
4.2.1. L'argument par analogie.....	93
4.2.2. La persuasion par l'argument d'autorité.....	94
4.2.3. L'argument logique	96
4.3. LES ACTES DE LANGAGE DANS LES DISCOURS DE CAMPAGNE D'ÉVANGÉLISATION.....	97
4.3.1. La performativité des discours d'évangélisation	97
4.3.2. Les actes de langage illocutoires	97
4.3.3. Les actes représentatifs.....	98
4.3.4. Les directifs	99
4.3.5. Les expressifs	101
4.3.5. Les déclarations	102
4.3.6. Les commissifs	103
4.3.7. Les actes de langage indirects.	104
Conclusion de la deuxième partie	107
TROISIÈME PARTIE : DU RENDEMENT RHETORIQUE ET PRAGMATIQUE DES DISCOURS D'ÉVANGÉLISATION	107
Introduction de la partie.....	108
CHAPITRE 5 : LES ENJEUX RETHORIQUES DES DISCOURS D'ÉVANGÉLISATION...109	
5.1. LES LIEUX COMMUNS	111
5.1.1. La conjuration des maux sociaux	111
5.1.1.1. L'éradication de la pauvreté et le triomphe	111
5.1.1.2. Les promesses de guérison	113
5.1.1.3. Les déblocages et les prophéties.....	115
5.1.1.4. Prière pour la sécurité du pays.....	118
5.2. LA SENSIBILISATION SUR LES FONDEMENTS DE LA FOI CHRÉTIENNE	119
5.2.1. La confiance en Dieu.....	121
CHAPITRE 6 : LES VISÉES PRAGMATIQUES DES DISCOURS DE CAMPAGNES D'ÉVANGÉLISATION.....	123
6.1. INVITATION ET ADHÉSION À LA CONGRÉGATION.....	124
6.2. L'ABOLITION DES MAUX SOCIAUX	126
6.2.1. La guérison des maladies	127
6.2.2. L'éradication de la pauvreté	129
6.2.3. Intercession pour les familles et la nation	132
6.3. L'ABOLITION DES MAUX SPIRITUELS.....	134
6.3.1. Les blocages spirituels.....	134
6.3.2. La délivrance de malédiction et de la malchance	136
6.4. L'ORGANISATION PRAGMATIQUE DES STRATÉGIES ARGUMENTATIVES : LES DISCOURS DE CAMPAGNE D'ÉVANGÉLISATION COMME ACTE DE LANGAGE	138
6.4.1. L'implicite.....	138
6.4.2. Le présupposé.....	139
6.4.2.1. Les sous-entendus.....	140
6.4.3. Les actes de langage illocutionnaire	141
6.4.3.1. Les actes illocutoires directs.....	142
6.4.3.2. Les actes illocutoires indirects.....	143

6.4.4. Les effets perlocutoires.....	144
Conclusion de la troisième partie	147
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	147
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES	152
ANNEXES.....	156
TABLE DES MATIÈRES	157