



**Société Béninoise de Philosophie
(SoBé.Phie)**

**Revue Beninoise
de Philosophie
et de Sciences
Humaines**



N°02-2019

LA SOCIETE BENINOISE DE PHILOSOPHIE

**REVUE BENINOISE DE PHILOSOPHIE
ET DES SCIENCES HUMAINES**

N°02-2019

**REVUE BÉNOISE DE PHILOSOPHIE
ET DES SCIENCES HUMAINES**

DIRECTEUR DE PUBLICATION

Vincent AYENA, M. C. (BENIN)

COMITE SCIENTIFIQUE ET DE LECTURE

Pr. Paulin J. HOUNTONDI (BENIN) ; **Pr. Albert NOUHOAYI** (BENIN) ; **Pr. Thiémélé Ramsès BOA** (CÔTE-D'IVOIRE) ; **Pr. Aloyse N'DIAYE** (SENEGAL) ; **Pr. Albert TINGBE AZALOU** (BENIN) **Pr. Christophe S. HOUSSOU**, (BENIN) ; **Pr. Maxime DA CRUZ**, (BENIN) ; **Pr. Paulin HOUNSOUNON-TOLIN**, (BENIN) ; **Pr. Pierre NAKOULIMA** (BURKINA-FASO) ; **Rogatien TOSSOU** (BENIN) ; **Ariane DJOSSOU SEGLA M. C.**, (BENIN) ; **Gervais KISSEZOUNON M. C.**, (BENIN) ; **Eustache R. K. ADANHOUNME M. C.**, (BENIN) ; **Rogatien SEGLA M. C.**, (BENIN)

SECRETAIRE DE REDACTION :

Dr Désiré MEDEGNON

CONTACT :

Revue de Philosophie et de Sciences Humaines
Société Béninoise de Philosophie
01 BP : 896 Cotonou (Bénin)
Téléphones : 67 10 19 94/95 56 03 38/ 96 64 57 79
E. mail : demedesirs@gmail.com/fokounde@yahoo.fr

©So.Bé.Phie, Cotonou, Juin 2016

N° 02-2019, ISSN : 1840-8524

Tous droits réservés

SOMMAIRE

TITRE	PAGES
LA PENSEE POLITIQUE A L'EPREUVE DE LA QUERELLE DES VALEURS EN AFRIQUE..... Yawo Agbéko AMEWU	7
ÉTHIQUE ET VULNÉRABILITÉ OU LE RESPECT DE LA DIGNITÉ DE L'AUTRE Romuald Évariste BAMBARA	27
RESISTANCES DES ACTEURS LOCAUX A L'AFFERMAGE DE L'ADDUCTION D'EAU DU VILLAGE D'ATCHANNOU AU SUD-OUEST DU BENIN..... TOGBE Codjo Timothée	43
LES ENIGMES DE LA DEMOCRATIE IVOIRIENNE (1990-2019) Laurent ASSOUNGA	65
DISPLACEMENT AND SELF-RECONSTRUCTION <i>IN THE BEAUTIFUL THINGS THAT HEAVEN BEARS</i> BY DINAW MENGESTU Kpacha Essobozou AWESSO & Larry AMIN (MC)	85
INCIVISME ROUTIER ET SECURITE HUMAINE A OUAGADOUGOU Alexis Clotaire BASSOLE	97
GENRE ET DEVELOPPEMENT EN AFRIQUE : DE L'EGALITE A L'EQUITE.... Essouam BINI, Université de Kara	121
LE DIALOGUE LEVINASSIEN SUR LE FÉMININ : CONTRIBUTION POUR UNE REVALORISATION DE LA FEMME..... TAKI Affoué Valéry Aimée	141
RELIGION ET POLITIQUE AU CONGO (BRAZZAVILLE) : ENTRE OPPOSITION ET COMPLEMENTARITE Roch Ghislain ETSAN	159
L'INCONTOURNABLE PHILOSOPHIQUE..... Dr Grégoire-Sylvestre M. GAINSI	177
DE L'UNITE SYNDICALE DANS L'ENSEIGNEMENT PRIMAIRE PUBLIC DE COTE D'IVOIRE A LA RUPTURE (1963-1991) Paul GUEU	199
PRATIQUE DU CONFIAGE DES JEUNES FILLES ET LE TRAVAIL DE «BONNE » A ABIDJAN (COTE D'IVOIRE) : CONNAISSANCES DES RISQUES PAR LES PARENTS Adjoua Pamela N'GUESSAN	215

LA PHILOSOPHIE BIOLOGIQUE DE COURNOT : ENTRE HASARD ET FINALITE	237
Rodrigue Yawo TOEPPEN	
MITTERRAND ET LE PROCESSUS DEMOCRATIQUE EN AFRIQUE NOIRE FRANCOPHONE : ESPOIR ET DESILLUSION	253
SERI JEAN-JACQUES	
MYTHOLOGIE DU PORTE-PAROLE ET RÉALITÉ DU PORTE-MENSONGE....	271
Idrissou ZIME YERIMA	
LA QUESTION DU PLURALISME DANS NOS DEMOCRATIES CONTEMPORAINES	293
Houde Abalo	
L'ALIÉNATION DES SOCIÉTÉS TRADITIONNELLES À L'ÈRE DE LA CIVILISATION DU NUMÉRIQUE	305
Mathieu N'Gouan AGAMAN	
GENESE ET NATURE DU SIGNE DANS LA LOGIQUE DE PORT-ROYAL.....	315
TOWOU Alain Corneille	
LES PRINCIPAUX EFFETS DE LA MISE EN ŒUVRE DES PROJETS DE DEVELOPPEMENT EN MILIEU RURAL TOGOLAIS : EXEMPLE DU RANCH ADELE DANS LE CENTRE-OUEST DU TOGO	329
Komlan ODJIH & Essoguila BATCHABANI	
LA CÔTE D'IVOIRE "HOUPHOUËTIENNE" OU LA PAIX PAR LA GOUVERNANCE ECONOMIQUE. 1960-1993	345
Koffi Antoine GOLE	

EDITORIAL

La *Revue Béninoise de Philosophie et de Sciences Humaines* est la revue de la Société Béninoise de Philosophie (So. Bé. Phie.) dont le premier numéro vient de paraître. Dans ses dispositions statutaires, la Société s'est définie comme une association apolitique dont l'un des objectifs est de promouvoir l'enseignement et la recherche en philosophie. Pour ce faire, elle dispose deux supports : un bulletin, le *Bulletin Pédagogique de Philosophie*, consacré à diverses épreuves de philosophie destinées principalement aux apprenants de l'enseignement secondaire, et une revue. Autrefois publiée sous le titre de *Revue de l'Enseignement et de de la recherche Philosophiques*, celle-ci paraît désormais sous l'appellation de *Revue Béninoise de Philosophie et de Sciences Humaines*, pour être en conformité avec les dispositions statutaires de la Société Béninoise de Philosophie. Essentiellement consacrée aux activités de recherche en philosophie et en sciences humaines, la revue est aussi attentive aux productions en pédagogie et en sciences sociales pour manifester l'esprit d'ouverture qui caractérise la philosophie.

Il ne peut en être autrement. Nous sommes à l'ère de la pensée éclatée, où il n'est plus théoriquement et scientifiquement intéressant d'enfermer le monde dans le moule unique d'une discipline, d'une théorie. En bref, l'esprit est à l'ouverture, à la complexité, à la pluridisciplinarité, à l'interdisciplinarité, à la synthèse. Et la revue de la Société Béninoise de Philosophie entend bien refléter cet esprit, l'esprit même des temps modernes où nous sommes submergés par un flot incessant d'études, de recherches, par une succession de paradigmes et de théories auxquels aucune production scientifique ne peut rester indifférente.

Le Directeur de publication

MYTHOLOGIE DU PORTE-PAROLE ET RÉALITÉ DU PORTE-MENSONGE

Idrissou ZIME YERIMA

Université d'Abomey-Calavi (UAC)

E-mail: izimey@gmail.com

Résumé

Cet article est une analyse sémiologique du concept de porte-parole en général et du porte-parole d'un gouvernement en particulier. Il démontre qu'aussi paradoxal que cela puisse paraître, le porte-parole ne parle pas, puisqu'il est littéralement quelqu'un qui porte la parole, c'est-à-dire un canal et non un destinataire. L'article démontre également que tout porte-parole est nécessairement un porte-mensonge, car la parole qu'il porte est inévitablement une version altérée de celle qui a quitté le destinataire. Enfin, l'article démontre qu'un porte-parole non crédible porte deux mensonges : le mensonge de son groupe et son propre mensonge résultant de son manque de crédibilité.

Mots-clés : communication, sémiologie, mythologie, porte-parole, porte-mensonge

Abstract

This paper is a semiotic analysis of the concept of spokesperson in general and that of the government spokesperson in particular. In French, the concept is said "porte-parole" and it literally means speech carrier. It is argued that, in spite of what the word literally means in English, the spokesperson cannot speak since he is simply a channel of the message and not an addresser. Moreover, it is argued that the spokesperson always carries the lies of his group as any speech received by him must inevitably be altered when leaving the addresser. Finally, the paper argues that when the spokesperson has no credibility, he becomes the carrier of two lies, the lie of his group and his own

lie due to his lack of credibility.

Keywords: communication, semiotics, mythology, spokesperson, lies-person

0. Introduction

Cet article part d'un contexte précis pour analyser le concept général de « porte-parole ». En septembre 2019, le troisième gouvernement du président Talon a été formé et parmi les nouveaux ministres se trouve l'avocat Alain Orounla comme ministre de la communication et porte-parole du gouvernement. Le nom de l'avocat, bien que mentionné, n'est pas pertinent dans ce travail ; ce qui est pertinent, notamment pour la problématique, ce sont les concepts, ce sont les actes posés, c'est l'exemple qu'il offre d'un cas de désignation de porte-parole non crédible, que ce manque de crédibilité allégué soit avéré ou non.

0.1. Problématique

La nomination du porte-parole du troisième gouvernement de Talon a été fortement critiquée en raison des actes (y compris langagiers) que cet avocat avait posés avant d'être nommé. Pour l'illustrer, suffit-il de citer ici cet article de Cool (2019) dont le titre est très éloquent : « Bénin : Alain Orounla, l'avocat des dossiers à polémique nommé ministre de la communication ». Cet article montre comment avant même d'être nommé, l'avocat, qui avait dénoncé vertement et ouvertement certaines pratiques du régime Talon, est venu prendre plus tard la défense de ce dernier contre ses propres clients. Ce revirement spectaculaire a été perçu comme un ravalement de sa propre vomissure dans l'opinion publique et en particulier sur les réseaux sociaux.

La crédibilité de l'avocat a été ainsi entamée. Cette perte de crédibilité a été renforcée par sa nomination, considérée comme le prix de la trahison. J. P. Anago (2019) souligne ce manque de crédibilité à plusieurs endroits dans son article intitulé : « Énième buzz du ministre porte-parole du Gouvernement: Quand Talon "téléphone" à Yayi et tombe sur Orounla ». Alors, qu'une personne, considérée par l'opinion publique comme manquant de crédibilité, soit nommée porte-parole, cela va à l'encontre des règles qui, en communication plus précisément, président à la désignation d'un porte-

parole. En communication de crise par exemple, le porte-parole doit être une personne crédible et bien appréciée par le public et non le contraire. Les critiques formulées suite à la nomination de ce porte-parole du gouvernement, jugé non crédible, semblent insinuer qu'il est plutôt un porte-mensonge du gouvernement. « Quel crédit accorder désormais aux déclarations à la va-vite d'un ministre qui se retrouve toujours pris à défaut par la suite des événements ? », se demande J. P. Anago (2019) dans le même article.

Toutefois, qualifier un porte-parole de porte-mensonge ne semble pas s'appliquer seulement à un porte-parole sans crédibilité ni seulement au porte-parole d'un gouvernement. Tout porte-parole n'est-il pas nécessairement un porte-mensonge ? La problématique de l'individu non crédible avant de devenir porte-parole n'est-elle pas liée au fait qu'il porte deux mensonges, le mensonge du groupe dont il porte la parole et son propre mensonge ? En définitive, si par définition, un porte-parole est quelqu'un qui porte la parole d'un groupe, n'est-on pas en droit de dire qu'un porte-parole est simplement un canal et que, par conséquent, il ne peut pas parler ?

0.2. Objectifs et hypothèses

L'objectif général de cet article est d'analyser suivant une approche sémiologique, le concept de porte-parole. Il s'agit de démontrer que le sens qu'on donne généralement à ce mot ne répond pas à la réalité et que la réalité peut paraître paradoxale. Cet objectif général se décline en trois objectifs spécifiques. Le premier objectif spécifique est de démontrer qu'un porte-parole ne parle pas et qu'il n'est qu'un canal ou contact au sens jakobsonien. Le deuxième objectif spécifique vise à démontrer que tout porte-parole est avant tout et nécessairement un porte-mensonge et qu'un porte-parole de gouvernement en particulier est un porte-mensonge de gouvernement. Le troisième objectif spécifique est de démontrer que tout porte-parole non crédible porte deux mensonges : le mensonge du groupe dont il porte la parole et son propre mensonge.

A ces quatre objectifs correspondent respectivement une hypothèse fondamentale et trois hypothèses spécifiques. L'hypothèse fondamentale pose qu'il existe une mythologie du porte-parole qui fait de ce dernier un individu muet, un porte-mensonge et éventuellement un porteur de deux mensonges. La première hypothèse spécifique est qu'un porte-parole ne parle pas. La

deuxième hypothèse spécifique est que tout porte-parole est avant tout et nécessairement un porte-mensonge. La troisième hypothèse spécifique est qu'un porte-parole non crédible porte deux mensonges, le mensonge de son groupe et son propre mensonge.

1. Clarification conceptuelle

Cette section clarifie les mots clés contenus dans le titre du présent article, en l'occurrence les concepts de porte-parole et de porte-mensonge. Cette clarification est d'autant plus importante qu'au-delà des définitions lexicales (celles des dictionnaires), ces concepts ont surtout besoin de définitions stipulatives.

Les définitions lexicales du concept de porte-parole présupposent que le porte-parole est quelqu'un qui parle. Ainsi, Larousse (2001, p. 808) définit le porte-parole comme une « Personne qui parle au nom d'autres personnes, d'un groupe. ». Moins laconique, Le Robert (1996, p. 1474) le définit comme une « Personne qui prend la parole au nom de quelqu'un, d'une assemblée, d'un groupe » et donne même une définition du porte-parole du gouvernement comme une « personne chargée de présenter à la presse, à l'opinion publique, les décisions du gouvernement, du chef de l'Etat, etc. ».

Comme le montre l'enquête conduite dans le cadre de ce travail à l'endroit des spécialistes de la communication, de l'information ou du langage, le porte-parole est généralement vu comme une personne très douée pour bien parler. En effet, pour mériter de porter la parole d'un groupe quel que soit ce groupe, il faut a priori avoir une maîtrise certaine de l'art oratoire.

Toutefois, une définition stipulative, à démontrer, sera retenue dans le cadre de ce papier. Un porte-parole sera donc considéré ici comme un canal dont le rôle est de transmettre la parole et non de parler. Le sens lexical donné au « porte-parole », en adéquation avec la perception de l'opinion générale, sera traité comme un mensonge, c'est-à-dire comme une mythologie et plus précisément comme la mythologie du porte-parole.

Quant au concept de porte-mensonge, il convient de préciser que c'est un néologisme qui littéralement désigne quelqu'un qui porte le mensonge. Le mensonge est défini ici comme l'action « d'altérer la vérité » (Larousse, 2001, p. 643). Point n'est besoin d'aller au-delà pour le moment puisqu'il sera

démontré qu'un porte-parole est nécessairement un porte-mensonge.

2. Cadre théorique

Cet article s'inscrit en premier lieu dans le cadre théorique de la mythologie qui est une approche sémiologique de R. Barthes (1957). Pour mieux expliquer cette approche, un rappel de quelques notions fondamentales de la sémiologie est nécessaire.

La sémiologie étant l'étude des signes ou des systèmes de signes, le mot signe peut être considéré comme le premier mot clé de ce champ de recherche. Une définition consensuelle du signe est *aliquid stat pro aliquo*, c'est-à-dire «quelque chose qui est mis à la place de quelque chose d'autre » (M. Klinkenberg, 1996, p. 92). La conception dyadique du signe de Saussure, dont Barthes est un disciple, sera convoquée ici. Contrairement à Ch. S. Peirce (1931-1935) qui a une conception triadique du signe, Saussure considère que le signe est composé de deux faces, le signifiant, qui est l'image acoustique, et le signifié qui est le concept (De Saussure, 1995, 98).

Les concepts de signe, signifiant et signifié sont vraiment ceux nécessaires pour aborder ce que Barthes appelle mythe et par la suite mythologie. Pour cet auteur, la mythologie dans ce cadre est un système sémiologique second. Ce système sémiologique second emprunte le signe d'un système sémiologique premier et en fait son signifiant. Ce nouveau signifiant se combine au signifié du second système pour donner un autre signe qui est la signification du mythe lui-même. Les deux systèmes sémiologiques constituent le mythe.

Certes, Barthes estime que le système second est le mythe, la mythologie étant avant tout un mythe, mais il ne manque pas de préciser que ce mythe couvre également le système premier dont il transforme le signe en son signifiant. Le système premier se retrouve donc dans le signifiant du système second.

Pour illustrer les deux systèmes sémiologiques, Barthes (1957, p. 188) donne, entre autres exemples, cette proposition : « quia ego nominor leo. » (car moi je m'appelle lion). Dans le premier système, la proposition parle d'un certain lion et de son nom. Elle narre donc l'histoire d'un lion. Le signe, c'est cette histoire narrée qui devient le signifiant dans le système sémiologique

second qui s'en saisit pour permettre finalement à cette proposition d'illustrer une règle de grammaire que l'auteur appelle « l'exemplarité grammaticale » (1957, p. 191) et qu'on pourrait simplifier en disant grammaticalité. Le système second a donc pour fonction la grammaticalité. Par analogie, le système premier pourrait être appelé narrativité ou historicité.

Un autre exemple de Barthes est un gros titre dans France-Soir : PRIX : PREMIER FLÉCHISSEMENT, LÉGUMES : LA BAISSÉ EST AMORCÉE. Le système second ici est appelé la gouvernementalité, c'est-à-dire « le Gouvernement conçu par la grande presse comme Essence d'efficacité. La signification du mythe s'ensuit clairement : fruits et légumes baissent parce que le gouvernement l'a décidé. » (1957, p. 203).

On note l'utilisation du morphème -ité par Barthes pour marquer la réalité cachée. Il l'utilisera dans le même ouvrage pour parler par exemple de l'impérialité (p. 191), de la « sinité », de la « basquité » (p. 198) de la « mathématicité » (p.206), et de la « bouvard-et-pécuché-ité » (p. 209), de Bouvard et Pécuché. On reverra l'utilisation de ce morphème ailleurs comme dans « Rhétorique de l'image » (Barthes, 1964), quand l'auteur parle de « l'italianité » dans l'analyse d'une publicité de Panzani.

Pour ceux qui remettraient en cause le manque de beauté dans ces créations lexicales à la -ité, Barthes (1957, p. 194) répond : « Que l'on se console au moins en reconnaissant que le néologisme conceptuel n'est jamais arbitraire : il est construit sur une règle proportionnelle fort sensée. » L'auteur écrit cette règle en note de bas de page comme suit : « Latin /latinité = basque/x (x = basquité) ». C'est en vertu de cette règle qu'on pourrait aussi parler de « talonité » (du nom du président Talon) pour désigner, par exemple, le signifié réel des Unes de plusieurs journaux au Bénin.

A présent, quels rapports existe-t-il entre mythe et mythologie ? Les essais que Barthes a publiés sous le nom collectif de *Mythologies*, et qui ont inspiré ceux de J.-M. Klinkenberg (2009) et de J. Garcin (2007), ont quelque chose de commun : ils relèvent la survivance de rites anciens ou de façon générale la survivance d'une structure caractérisant un texte ancien dans les nouveaux textes. Le texte est ici compris sémiologiquement comme tout ensemble lisible. La mythologie de Barthes est donc tout texte reproduisant ou recyclant la structure d'un mythe. La mythologie est également un mythe,

mais un mythe second. Pour ne pas confondre ces deux types de mythes, Barthes appelle le second une mythologie. Barthes (1957, p. 209) estime qu'une véritable mythologie, c'est le mythe reconstitué : « Puisque le mythe vole du langage, pourquoi ne pas voler le mythe ? Il suffira pour cela d'en faire lui-même le point de départ d'une troisième chaîne sémiologique, de poser sa signification comme premier terme d'un second mythe. ». En définitive, la mythologie n'est qu'un fragment de la sémiologie (Barthes, 1957, p. 183).

Cet article exploite aussi le modèle de communication de R. Jakobson (1960), notamment pour démontrer qu'un porte-parole ne parle pas. Le fait de démontrer que le porte-parole ne parle pas, contrairement à ce qu'on croit généralement, fait de cette croyance un mensonge et par conséquent un mythe ou une mythologie. Il y a donc un lien étroit entre l'approche mythologique et ce modèle jakobsonien qui, au demeurant, relève aussi de la sémiologie (J.-M. Klinkenberg, 1996). Cette approche qui renforce la mythologie considère que dans toute situation de communication, il existe six éléments ou facteurs : le destinataire, le destinataire, le message, le canal, le code et le contexte, correspondant respectivement aux fonctions expressive, conative, poétique, phatique, métalinguistique et référentielle.

Le cadre théorique de ce travail est donc composé principalement de deux approches : l'approche mythologique de R. Barthes et le modèle de communication de R. Jakobson qui sous-tend toute forme de communication.

3. Démarche méthodologique

Cette recherche utilise deux méthodologies distinctes. La première est l'analyse mythologique qui a son propre cadre théorique à savoir la mythologie. Cette méthodologie permet d'analyser un concept, un objet ou un sujet en partant de la signification qu'on lui donne généralement pour démontrer que cette dernière ne répond pas à la réalité et qu'elle relève plutôt d'un mythe qu'il faut démythifier en donnant d'autres significations plus conformes à la réalité.

La seconde méthodologie repose sur une enquête menée sur le concept de porte-parole pour appuyer certaines des affirmations faites dans la problématique, les objectifs et les hypothèses. C'est une enquête préalable dont le but n'est nullement de valider ou d'invalider les hypothèses émises

mais plutôt d'éclairer les prémisses des démonstrations annoncées.

En effet, il a été affirmé que le porte-parole est généralement considéré comme quelqu'un qui parle, comme un canal et comme une personne dont la crédibilité devait passer avant tout. Cette enquête a été menée pour prouver ces affirmations en appréciant la perception que des spécialistes intervenant dans les domaines de la communication, de l'information et de la linguistique ont du concept de porte-parole. Pour ce faire, un questionnaire comprenant trois questions dont chacune permet de choisir une seule réponse parmi quatre propositions a été élaboré et administré.

La première question permet de déterminer la meilleure qualité d'un porte-parole parmi les qualités suivantes : l'éloquence, la crédibilité, la maîtrise de l'art oratoire et la facilité de mentir. Les première et troisième qualité paraissent semblables, mais il y a une nuance importante. On peut être éloquent naturellement sans une bonne maîtrise de l'art oratoire. L'éloquence concerne plus la performance alors que la maîtrise de l'art oratoire relève à la fois de la performance et de la compétence.

La deuxième question permet de déterminer chez les enquêtés si un porte-parole est principalement un beau parleur, un bavard, un menteur ou un muet. Les trois premières propositions ont quelque chose de commun : elles présupposent que le porte-parole est quelqu'un qui parle contrairement à la quatrième proposition.

La troisième question propose aux enquêtés de décider si le porte-parole transmet la vérité, transmet le mensonge, sert de canal ou porte la parole. Les deux premières propositions permettent de déterminer si la parole que transmet le porte-parole est principalement vue comme une vérité ou un mensonge. Les deux dernières propositions permettent de conclure que l'enquêté voit le porte-parole comme un canal, car porter la parole, c'est aussi servir de canal.

Le questionnaire a été administré dans des fora dont les membres sont des enseignants du supérieur intervenant principalement dans les domaines de la communication, de l'information et de la linguistique. Le dépouillement a été fait au fur et à mesure que les réponses étaient reçues. Les 50 premières réponses ont été retenues. Les résultats obtenus sont résumés dans le tableau

ci-après :

Tableau. Perception du concept de porte-parole

N°	Qualification	Effectifs	Fréquence
Question 1. La meilleure qualité d'un porte-parole est:			
1	L'éloquence	20	40%
2	La maîtrise de l'art oratoire		
3	La crédibilité	30	60%
4	La facilité de mentir	0	0
	Total	50	100%
Question 2. Un porte-parole est:			
5	Un beau parleur	49	98%
6	Un bavard	1	2%
7	Un menteur	0	0
8	Un muet	0	0
	Total	50	100%
Question 3. Un porte-parole est quelqu'un qui:			
9	Transmet la vérité	9	18%
10	Transmet le mensonge	0	0
11	Sert de canal	41	82%
12	Porte la parole		
	Total	50	100%

Source: Idrissou ZIME YERIMA, octobre 2019

Ces résultats permettent d'avoir les informations suivantes :

- Les enquêtés considèrent à 60% que la crédibilité est la meilleure qualité d'un porte-parole contre 40% qui estiment que c'est l'éloquence ou la maîtrise de l'art oratoire.
- Presque tous les enquêtés, soit une proportion de 98%, estiment qu'un porte-parole est un beau parleur. Seulement 2% estiment que le porte-parole est un bavard, ce qui dans une certaine mesure revient au même.
- Les enquêtés dans une proportion de 82% estiment que le porte-parole sert de canal ou porte la parole contre 18% qui estiment que le porte-

parole transmet la vérité.

La première information signifie que pour la plupart des enquêtés, la crédibilité d'un porte-parole est plus importante que son éloquence ou sa maîtrise de l'art oratoire. La deuxième information signifie que le porte-parole parle ou peut parler. Dire que le porte-parole est un beau parleur ou un bavard, c'est reconnaître qu'il parle. La troisième information signifie que pour tous les enquêtés, un porte-parole est un canal. Que le porte-parole serve de canal, qu'il porte la parole ou qu'il transmette quelque chose, peu importe la qualité de ce qu'il transmet, il est un support de message et par conséquent un canal.

Les affirmations faites dans les paragraphes précédents sont donc en adéquation avec la perception des spécialistes. Ces résultats servent de support au développement qui va suivre pour démontrer que le porte-parole ne parle pas, que tout porte-parole est un porte-mensonge et qu'un porte-parole dépourvu de crédibilité porte deux mensonges.

4. Aphasie du porte-parole dans le modèle jakobsonien

Le but de cette section est de démontrer que le porte-parole ne parle pas. Pour cela, la situation de communication dans laquelle intervient un porte-parole sera examinée. Comme il est indiqué dans le cadre théorique, toute situation de communication, selon R. Jakobson (1960), fait intervenir six éléments correspondant chacun à une fonction de communication. Dans ce modèle de communication, si l'on prend l'exemple de la communication gouvernementale, le destinataire est le gouvernement, le destinataire est le public qui peut être de façon générale le peuple. Le message est l'information ou le contenu que le gouvernement veut diffuser. C'est simplement la parole que porte le porte-parole. Le code est le système de signes utilisé par le gouvernement et adapté au canal. Le contexte est le cadre précis dans lequel la communication gouvernementale, utilisant un porte-parole, est initiée. C'est généralement une situation de crise.

Enfin le canal ! Que représente le canal ? Si le gouvernement est le destinataire, le canal ne peut être que le support du message que ce gouvernement transmet. Ce support est nécessairement le porte-parole. Que le porte-parole soit le canal est d'une logique imparable car, c'est ce que ce mot-composé signifie littéralement. Le porte-parole est littéralement quelqu'un qui

porte la parole ou en d'autres termes, qui est le support de la parole. Or, par définition, le support de la parole est le canal.

Puisque le porte-parole est un canal, il ne peut pas parler. Un canal ne parle pas, il conduit la parole. Nommer un individu comme porte-parole, c'est le transformer en objet, en instrument, c'est le déshumaniser. Le porte-parole ne parle donc pas. Sa nomination le transforme en aphasique. Elle le plonge dans une aphasie globale, perte totale de la parole, par opposition à une aphasie partielle ou perte partielle de la parole.

Bien que littéralement le mot porte-parole indique que l'individu ainsi nommé ne parle pas, dans l'opinion publique et même dans les définitions lexicales données plus haut, le porte-parole, comme l'indiquent les résultats de l'enquête, est généralement vu comme un orateur ou tout simplement comme quelqu'un qui parle. C'est un mythe. Le porte-parole peut tout sauf parler. Et s'il ne peut pas parler, comment peut-il être un orateur ? Il était donc nécessaire et temps de démythifier ce mythe par une mythologie.

Le destinataire s'adresse au destinataire à travers le canal qui est le porte-parole. Le porte-parole n'est donc pas un destinataire, encore moins un destinataire. Il ne peut donc pas parler, c'est le groupe dont il porte la parole qui parle et comme tout bon canal, il ne fait que transmettre la parole du groupe. Le porte-parole du gouvernement ne fait que transmettre la parole du gouvernement.

Même s'il ouvre la bouche, ce n'est pas lui qui parle, la voix qui en sort n'est pas sa voix, c'est la voix du gouvernement ; il porte la voix du gouvernement ; c'est un porte-voix. Il est toujours ce canal par lequel le gouvernement s'exprime. La seule parole relative qu'on peut lui reconnaître, c'est celle qui est liée à tout canal et à laquelle se réfère M. McLuhan (1994) dans sa célèbre citation : « le message, c'est le médium ». Autrement dit, c'est le médium (c'est-à-dire le canal) qui est le message.

A part cette concession, le porte-parole ne peut pas parler. Tout ce qu'on lui demande, c'est d'être un bon canal et pour être un bon canal, il ne doit pas manquer de crédibilité. En communication, le bruit est tout ce qui est de nature à empêcher la réception ou la compréhension d'un message. Dans ce sens, le manque de crédibilité du porte-parole est nécessairement un bruit

dans la communication du groupe et plus précisément un bruit de canal.

Le groupe et le public qui sont destinataire et destinataire utilisent le porte-parole pour communiquer. Dans certaines situations de communication, les rôles de destinataire et de destinataire alternent, mais ici, ce n'est normalement pas le cas. Le porte-parole du groupe n'est pas là pour écouter le public, son rôle est juste de lui (ap)porter le message et de faire en sorte que ce message porte et le transporte. Il n'est pas le porte-parole du public, il n'a donc pas besoin d'écouter le public si tant est qu'il peut écouter. Le public non plus n'a point la possibilité d'échanger avec lui. On est en présence d'un type de communication unilatérale, la communication à sens unique, une sorte de communication agissant comme une seringue hypodermique dont le porte-parole du groupe serait la seringue. Il faut absolument soigner le public que la propagande considère comme un grand malade qui doit être guéri des représentations mauvaises qu'il se fait du groupe !

5. Porte-parole comme porte-mensonge et parole précédente

Cette section démontre que la parole que porte le porte-parole est un mensonge qui fait de lui un porte-mensonge. Elle démontre également l'existence d'une parole qui précède celle que le porte-parole est chargé de porter.

5.1. Porte-parole comme porte-mensonge

Ce néologisme de « porte-mensonge » est mieux compris en partant de la définition lexicale du mensonge comme altération de la vérité. Tout message qui passe par un canal est altéré du simple fait de son transfert sur ce canal ou du simple fait de son déplacement. Le même texte prononcé par deux personnes différentes donne lieu à deux textes différents, ne serait-ce que par les différences dans les réalisations prosodiques. La parole que porte le porte-parole est irrémédiablement la version altérée de la parole confiée par le groupe. C'est donc un mensonge qui fait de ce porte-parole un porte-mensonge. C'est cela la réalité du porte-mensonge qui mérite d'être examinée plus amplement.

En fait, comment la parole portée devient-elle en général un mensonge ? La parole portée par le porte-parole n'est pas l'information authentique. Si l'information authentique risque de ne pas être bien vue par le

public, le gouvernement doit s'arranger pour la transformer. Pour la transformer, le porte-parole est le canal approprié. Si l'information authentique peut être bien vue par les populations, le gouvernement n'a pas besoin d'un porte-parole pour la transmettre. N'importe qui peut porter une telle information véridique ; mais il n'est pas donné à tout le monde de pouvoir porter l'information altérée. L'information que transmet le porte-parole est donc toujours une parole manipulée altérée, bref, mensongère. Celui qui la porte est un porte-mensonge.

Le rôle du porte-parole du gouvernement est de servir de canal au gouvernement. Le gouvernement a besoin de lui pour porter ses mensonges, c'est-à-dire la différence entre ce que le gouvernement dit au porte-parole et ce que ce dernier transmet au public. Dès qu'il fait appel à son canal, c'est qu'il a besoin de passer sur ce canal une information qui a besoin d'être altérée. Le canal aura pour fonction de présenter favorablement les messages du gouvernement. Tout ce que le gouvernement voudra communiquer sera transformé en parole acceptable par les populations. Par conséquent, tout ce que diffusera le canal sera un message transformé.

Si un sujet dont l'image est très mauvaise est nommé comme porte-parole du groupe, il est perçu irrémédiablement comme un porte-mensonge du groupe. C'est le cas du porte-parole du gouvernement Talon qu'une certaine opinion publique voit non pas comme le porte-parole du gouvernement, mais plutôt comme le porte-mensonge d'un gouvernement.

Tout message qui transite par le canal du porte-parole doit se transformer en un output positif pour le gouvernement. Si le gouvernement veut vous amener à voir qu'une chose noire est blanche, il suffit qu'il utilise ce canal. Le mensonge du gouvernement qui passe par ce canal doit être perçu comme une vérité. C'est le défi que doit relever le porte-parole. Il n'est pas désigné pour relayer la vérité mais pour transformer le mensonge en vérité ou pour embellir la vérité. Un communicant est préparé à de telles prouesses. Avec Ch. Hamilton & C. Parker (1997), il sait communiquer pour les résultats et avec Ph. Breton (2003), il maîtrise *L'argumentation dans la communication*. Il maîtrise la psychologie de la communication et les techniques de manipulation en communication. Enfin, il a lu et relu A. Schopenhauer (1998) et connaît *L'Art d'avoir toujours raison*. Alors, quelles

que soient les évidences qui accusent ceux qu'il défend, il sait trouver un point positif, aussi minuscule soit-il, qu'il amplifiera.

En réalité, tout porte-parole est nécessairement un porte-mensonge. Le mythe chez Barthes (1957, p. 181) « est une parole ». Certes, l'inverse n'est pas forcément vrai, mais tel que démontré ci-dessus, la parole du groupe (gouvernemental) étant potentiellement un mensonge, elle est nécessairement un mythe. Ainsi, celui qui porte la parole du groupe porte inévitablement le mythe du groupe, c'est-à-dire le mensonge du groupe.

5.2. Porte-parole comme parole précédente

En dehors de la parole du gouvernement que le porte-parole porte, il y a une parole qu'il diffuse. Qu'il en soit conscient ou non, cela importe peu. Comme dit plus haut en convoquant M. McLuhan (1994), c'est de toute façon cette parole qu'on peut lui concéder et par laquelle son aphasie peut être remédiée.

Avant de porter la parole de son groupe, le porte-parole doit savoir que sa propre personne est une parole. Le porte-parole lui-même est une parole qui précède la parole qu'il porte. Cette première parole qui détermine les conditions de recevabilité de la seconde parole par le public peut être aussi perçue comme le contenant et la seconde parole comme le contenu suivant le concept de signe de L. Hjelmslev (1963).

La crise, contexte le plus général dans lequel le groupe s'exprime à travers le porte-parole, peut être définie comme tout ce qui est susceptible de ternir l'image du groupe. On note que les occasions où le porte-parole est surtout utilisé sont des occasions où le groupe a besoin de communiquer sur un problème. La tragédie du porte-parole commence avec la perte de sa crédibilité. Un porte-parole non crédible répond à la définition de la crise, parce qu'il ternit l'image du groupe. Il est donc une crise permanente pour ce groupe dont il porte la parole. L'utiliser pour gérer une crise, c'est faire face à deux crises. C'est cette tragédie que vit le porte-parole nommé du gouvernement Talon.

Lorsque la communication du groupe se focalise sur le porte-parole qui est le canal, elle remplit la fonction phatique. Le porte-parole doit attirer l'attention du public sur le groupe, en particulier sur sa parole. Il doit jouer le

même rôle que la vitrine d'une boutique. La vitrine remplit la fonction phatique car elle est faite pour attirer l'attention du consommateur. Pour bien remplir sa fonction, elle doit exposer les articles les plus attrayants. Mais avant que le consommateur ne voie les articles attrayants, il doit être d'abord attiré par la vitrine elle-même. Si la vitrine n'est pas attirante, le consommateur n'y sera pas attiré avant de voir les articles.

C'est pareil pour le porte-parole. Avant la parole qu'il porte, sa personne elle-même doit attirer. Ce qui fait l'attrait de sa personne, c'est justement sa crédibilité. C'est également sa crédibilité qui lui permet de supporter le poids de la parole. Toutes les paroles n'ont pas le même poids. Certaines paroles sont plus lourdes que d'autres et le poids de la parole ne se mesure pas en kilogrammes mais plutôt en conséquences. La parole du porte-parole est très lourde de conséquences.

La crédibilité est la première qualité qui permet de supporter la parole et sa lourdeur. La seconde qualité est l'art de communiquer. Mais il y a vraiment une préséance dans ces deux qualités. La crédibilité vient avant la maîtrise de l'art de communiquer comme le montrent les résultats de l'enquête menée. Quelle que soit votre maîtrise de la communication, vous ne serez pas écouté si le public sait que vous êtes un menteur. Vos talents en communication n'arriveront pas à dissiper l'image de personne non crédible qui vous colle à la peau. Il vaut mieux un porte-parole crédible sans grande maîtrise de l'art oratoire ou de la communication qu'un talentueux communicant sans crédibilité. L'idéal évidemment est que le porte-parole ait ces deux qualités à la fois.

Pourquoi la crédibilité est si importante ? Si le groupe permet au porte-parole de porter sa parole, c'est que ce dernier le représente. Le signe étant quelque chose qui représente quelque chose d'autre, le porte-parole qui représente le groupe a nécessairement valeur de signe. Il est par conséquent le signe par lequel on peut juger le groupe. Et puisque le groupe cherche toujours à être jugé positivement, on comprend aussi pourquoi la première qualité du porte-parole est la crédibilité. Cette crédibilité a donc une grande importance pour le groupe.

Si la parole première ne plaît pas, la parole seconde ne sera même pas écoutée avant d'avoir quelque chance de prospérer. Quand le groupe prend

comme porte-parole un menteur reconnu comme tel par le public, on peut imaginer le désastre. Le porte-parole est donc avant tout quelqu'un de crédible. La crédibilité est un des principes qui déterminent le choix du porte-parole dans les organisations, quelle que soit leur nature. Les communicants le savent très bien. En période de crise surtout, le rôle d'une personne crédible comme porte-parole est crucial. Un porte-parole ne transmet pas seulement au public la parole qu'il porte, mais il transmet également et au préalable la parole qui le porte, c'est-à-dire son image. Cela est cohérent, dans la mesure où le contenu (parole seconde) ne peut être appréhendé sans le contenant (parole première).

Le paradoxe est que pour faire passer le mensonge du gouvernement comme vérité, le porte-parole se doit de s'appuyer sur sa crédibilité. En d'autres termes, pour mentir et pour que son mensonge soit consommé, il doit d'abord dire la vérité. Sémiologiquement, le signifiant, parole première, doit être véridique pour mieux faire passer le signifié, parole seconde. La vérité de la parole première est sa crédibilité. C'est cette vérité qui empêche de voir que le porte-parole est avant tout un porte-mensonge. Si la parole première n'est pas crédible, le mensonge est mis à nu.

6. Porte-mensonges, gouvernementalité et talonité

Jusqu'ici, l'article s'est appuyé, dans les exemples, sur le porte-parole officiellement nommé du gouvernement. Mais en dehors de lui, il y a bien d'autres porte-parole du gouvernement dont certains sont parfois inconnus du gouvernement lui-même. Parmi ces nombreux porte-parole, il y a les médias, les supporters inconditionnels, les députés de la mouvance, les responsables de la communication et les grogneurs professionnels.

Les médias qui ont signé des contrats avec le gouvernement sont tenus de ne diffuser que des messages positifs sur le gouvernement. Les contenus mêmes des informations qu'ils doivent transmettre sont parfois fixés et connus d'avance. Dans ces circonstances, ces médias, qui sont par définition des supports de l'information, illustrent parfaitement le fait qu'un porte-parole soit un canal. Les journalistes de l'audiovisuel des médias concernés ne parlent pas et ceux de la presse dite écrite n'écrivent pas en réalité. La perte de parole de ces derniers concerne le langage écrit. Leur aphasie s'accompagne d'une agraphie. Ils n'écrivent pas : ils portent l'écriture

gouvernementale.

Des citoyens, pour une raison qui leur est propre, peuvent supporter le gouvernement et le défendre de façon inconditionnelle, à force d'arguties s'il le faut. Il s'agit des supporteurs inconditionnels. Parmi eux, il y a forcément des supporteurs que le gouvernement même ne connaît pas. Ils captent la parole gouvernementale et la transmettent comme un écho ou un perroquet. Mais l'écho et le perroquet sont différents du porte-parole : ils transmettent à la fois ce qui peut ternir l'image comme ce qui peut rehausser l'image alors que le porte-parole ne transmet que ce qui peut rehausser l'image du gouvernement. Il transmet le mensonge et non la vérité.

Les députés de la mouvance gouvernementale sont des porte-parole du gouvernement à l'Assemblée nationale tout comme auprès de leurs mandants. Ils portent la parole du gouvernement à l'Assemblée et dans leurs fiefs. Au parlement, ils prennent la parole mais prendre la parole pour un porte-parole n'est pas parler. Ils prennent la parole pour la porter et non pour parler.

Les grogneurs professionnels, ces auditeurs de la radio qui régulièrement prennent la parole pour dénoncer un fait lorsqu'ils sont payés pour le faire, portent en réalité la parole de ceux qui les paient. Leurs doubles se retrouvent sur les réseaux sociaux. Certes, il est question ici des porte-parole du gouvernement, mais ces grogneurs comme les autres types de porte-parole peuvent aussi porter la parole de l'opposition.

Enfin, les responsables de la communication, à commencer par le directeur-même de la communication gouvernementale, sont des porte-parole par excellence. Le porte-parole nommé du gouvernement entre dans cette catégorie. Ils sont en principe recrutés en fonction de leur éloquence, de leur crédibilité, de leur maîtrise de l'art de communiquer et en premier lieu en fonction de leur adhésion à la cause de l'auteur de la parole qu'ils portent. Ils feront tout pour que le gouvernement ou le ministère dont ils portent la parole soit toujours bien vu au risque très grand d'être mal vus eux-mêmes. Les responsables de la communication sont souvent décriés parce qu'on voit en eux des menteurs, mais le mensonge qu'ils portent n'est pas généralement le leur, mais celui du gouvernement, à moins que, comme dans le cas du porte-parole nommé du troisième gouvernement Talon, il ne porte son propre

mensonge. En supposant que le responsable de la communication soit doué de parole, ce qui n'est pas le cas comme il a été montré, on peut dire de lui ce que J. Séguéla (1992) dit de la publicité. Un responsable de la communication est nommé essentiellement pour mentir, un responsable de la communication qui prétend dire la vérité est un responsable de la communication qui ment. La seule façon pour lui de dire la vérité, semble-t-il, est de reconnaître qu'il ment. Mais n'étant pas doué de la parole, le porte-parole ne peut rien prétendre, il ne peut même pas mentir ; il ne peut pas dire la vérité non plus. Il transmet seulement la prétention et le mensonge de l'auteur de la parole.

Le débat entre le porte-parole du gouvernement et le porte-parole de l'opposition est toujours régi par un accord général qui autorise chacun à mentir pour défendre son camp. Les adultes savent en général que la publicité ment, mais en vertu de cet accord, on lit la publicité comme si c'était la vérité, comme si un homme après avoir pris une boisson énergisante pouvait être transformé en Superman ! Cet accord général est appelé par P. Grice (1979) le principe de coopération, c'est un principe général sur lequel reposent ses maximes conversationnelles. C'est ce principe qui permet d'accepter certaines incohérences dans les conversations quotidiennes. Vous entrez dans une salle, vous voyez quelqu'un assis derrière son bureau et vous lui demandez s'il est là. C'est en vertu de ce principe de coopération qu'il vous dira oui, qu'il est là. S'il ne veut pas coopérer, il vous dira : « si je ne suis pas là, est-ce que vous alliez me voir ? ». On dira dans ce cas qu'il a transgressé le principe de coopération. C'est aussi en vertu de ce principe qu'on acceptera qu'un porte-parole défende l'indéfendable.

Tous les porte-parole représentent la gouvernementalité. Il n'y a pas de différence entre eux et la Une des journaux qui présente des titres laudatifs sur les actions d'un gouvernement, ce que du reste Barthes appelle la gouvernementalité. A propos justement des journaux, ceux béninois dans leur écrasante majorité ont une Une qui porte la parole du gouvernement. Parfois la gouvernementalité se personnalise et se transforme en talonité lorsque le président Talon lui-même est mis directement en vedette.

Ainsi, tout comme l'énoncé « quia ego nominor leo » écrit dans un livre de grammaire n'a pas l'intention de dénommer un lion mais de marquer l'exemplarité grammaticale ou la grammaticalité en latin (voir plus haut dans

le cadre théorique), les titres à la Une de plusieurs journaux béninois n'ont pas non plus l'intention de donner des informations mais plutôt de souligner de façon subliminale l'efficacité ou l'exemplarité du président Talon ou simplement la talonité.

Tous les titres sur une action positive du gouvernement dans lesquels le nom « Talon » apparaît traduisent cette talonité dont le but ultime est de diffuser l'exemplarité du président Talon, parfois à l'insu des journalistes eux-mêmes. Aujourd'hui, au Bénin, les premiers porte-parole du gouvernement ou du président Talon sont les Unes des journaux !

Conclusion

Partant d'une approche mythologique barthésienne, cet article vient de démontrer que le porte-parole, considéré généralement comme un beau parleur, une personne éloquente et maîtrisant l'art de communiquer, ne parle pas, aussi paradoxal que cela puisse paraître. Pour ce faire, l'article a considéré le sens littéral du mot porte-parole, c'est-à-dire quelqu'un qui porte la parole. Quelqu'un qui porte la parole dans le système de communication de R. Jakobson (1960) n'est pas un destinataire mais plutôt un canal dont le rôle est d'être le support de la parole. Le porte-parole est donc un canal, un instrument qui transmet la parole de celui dont la parole est portée. C'est donc un mythe que de penser que le porte-parole parle.

L'article a démontré ensuite que tout porte-parole est avant tout un porte-mensonge et que le porte-parole du gouvernement en particulier porte le mensonge du gouvernement. En effet, toute parole qui passe par un canal devient forcément altérée, c'est-à-dire un mensonge. En outre, le porte-parole, qu'il soit du gouvernement ou non, ne porte que la parole qui arrange l'auteur de la parole, c'est-à-dire une parole filtrée qui ne répond pas à la réalité. Le porte-parole embellit nécessairement la parole qu'il porte et le porte-parole du gouvernement embellit la parole gouvernementale.

Ainsi, le porte-parole étant un porte-mensonge, on comprend aisément pourquoi il faut une personne spéciale pour jouer ce rôle. S'il fallait seulement porter la vérité du gouvernement, plusieurs candidats seraient éligibles. Mais porter le mensonge d'un gouvernement est une tâche plus

délicate.

A la parole portée précède une parole première qui est le porte-parole lui-même. La crédibilité ou la non-crédibilité d'un porte-parole est une parole première qui précède cette parole mensongère. Si le porte-parole est un menteur, il portera deux mensonges, celui dont il est chargé et le sien propre. L'article montre que c'est le cas du ministre de la communication et porte-parole du gouvernement qui est étiqueté dans les réseaux sociaux et aussi dans l'opinion publique comme une personne peu crédible prête à se dédire pour des avantages personnels.

Après avoir souligné le système mythologique ou de mensonge dans lequel les porte-parole vivent, l'article prend la défense de ces derniers en vertu du principe de coopération de Grice qui permet d'accepter qu'un responsable de la communication par exemple soit dans son rôle lorsqu'il défend le faux ou plutôt lorsqu'il transmet le faux, étant entendu qu'il ne peut pas parler.

L'article a passé en revue plusieurs types de porte-parole dont les journalistes, les supporters inconditionnels, les députés de la mouvance, les grogneurs professionnels et les responsables de la communication. Tous ces porte-parole diffusent une idéologie qui est appelée la gouvernementalié. La Une des journaux est par excellence le véhicule de cette gouvernementalité qui peut se personnaliser et devenir une talonité. Du coup, les Unes des journaux représentent les porte-parole les plus actifs du gouvernement et de son chef.

Références bibliographiques

ANAGO Joseph Perzo, 2019, « Énième buzz du ministre porte-parole du Gouvernement: Quand Talon "téléphone" à Yayi et tombe sur Orounla », *La Dépêche Info* du 20 octobre 2019.

BARTHES Roland, 1957, *Mythologies*, Paris, Seuil.

BARTHES Roland, 1964, « Rhétorique de l'image », *Communications*, n°4, pp. 40-51, Paris, Seuil.

BRETON Philippe, 2003, *L'argumentation dans la communication*, Paris, La Découverte.

COOL (un pseudonyme), 2019, « Bénin : Alain Orounla, l'avocat des dossiers à polémique nommé ministre de la communication », *BENIN WEB TV* (publié le 6 septembre 2019).

DE SAUSSURE Ferdinand, 1995. *Cours de linguistique générale*, Paris, Payot.

GARCIN Jérôme, 2007, *Nouvelles mythologies*, Paris, Seuil.

GODFRYD Michel, 2015, *Vocabulaire psychologique et psychiatrique*, Collection *que sais-je ?*, Paris, PUF.

GRICE H. Paul, 1979, « Logique et conversation », *Communications*, n°30, Paris, Seuil, 57-72.

HAMILTON Cheryl & PARKER Cordell, 1997, *Communicating for Results*, Wadsworth, Wadsworth Publishing Company.

HJELMSLEV Louis, 1963, *Prolegomena to a Theory of Language*, Madison, University of Wisconsin Press.

JAKOBSON Roman, 1960, "Closing Statement: Linguistics and Poetics", in SEBEOK Thomas A. (dir.), *Style in Language*, Cambridge, MA, MIT Press, pp. 350-377.

KLINKENBERG Jean-Marie, 1996, *Précis de sémiotique générale*, Paris, De Boeck Université.

KLINKENBERG Jean-Marie, 2009, *Petites mythologies belges*, Bruxelles, Les impressions nouvelles.

LAROUSSE, 2001, *Le Petit Larousse Grand Format en couleurs*, 2001, Paris, Larousse.

LE ROBERT, 1996, *Le Robert quotidien : Dictionnaire pratique de la langue française*, Paris, Le Robert.

MCLUHAN Marshall, 1994, *Understanding Media: The Extensions of Man*, Cambridge, MA, MIT Press.

PEIRCE Charles Sanders, 1931-1935, *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, Cambridge, Harvard University Press.

SCHOPENHAUER Arthur, 1998, *L'Art d'avoir toujours raison*, Paris, Editions Mille et Une Nuits.

SÉGUÉLA Jacques, 1992, *Fils de pub*, Paris, Flammarion

Dépôt légal N° 10893 du 14 décembre 2018
ISSN 1840-927X
Tous droits réservés

Impression : GAS PLUS Editions