

République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieure et

De la Recherche Scientifique

Université Abdelhamid Ibn Badis Mostaganem

Faculté des langues étrangères

Département de français



Mémoire de Master

Option : Langue et Communication

**Approche Pragmatique du Discours Féministe  
dans une configuration Discursive et Iconique**

**Présenté par :**

Mme KADDOUR Yamina

**Encadré par :**

Madame BELAMRIA Nadia

**Membres du jury :**

**Présidente :** Mme BENZAZA Motéaa

**Encadreur :** Mme BELAMRIA Nadia

**Examinatrice :** Mme BELKACEM Hind

**2019/2020**

# ***Dédicaces***

*A mes chers parents.*

*Ma famille ainsi qu'à tous mes amis.*

# ***Remerciements***

Nous tenons d'abord à remercier notre encadreur madame Nadia BELAMRIA pour ses précieux conseils et son aide durant toute la période du travail.

Nous remercions également les membres du jury qui ont accepté d'examiner et de lire notre travail

A mes chères sœur ZOUBIDA, NADJET, ALLIA

Je souhaite également remercier mes amis et tous ceux qui ont participé de près ou de loin dans ce travail.

# Table des Matières

Introduction Générale.....	01
<b>Chapitre 1 La Communication</b> .....	<b>06</b>
1.1 Introduction .....	08
1.2 types, stratégies et Enjeux de la communication.....	08
1.2.1 les différents types de communication .....	08
1.2.2 les enjeux de communication .....	08
1.2.3 les différents stratégies de communication .....	09
1.3 le schéma de communication de Jacobson .....	09
1.3.1 les éléments du langage.....	09
1.3.2 les fonctions du langage .....	11
1.3.3 le schéma de Catherine kerbrat orecchioni.....	12
1.4 Conclusion.....	13
<b>Chapitre 2 Le Discours et l'Analyse de Discours</b> .....	<b>14</b>
2.1 Introduction .....	15
2.2 le Discours.....	15
2.2.1 l'analyse du discours .....	16
2.2.2 Les différentes Approches en analyse de discours selon Benveniste.....	17
2.3 l'énonciation .....	17
2.3.1 l'approche pragmatique.....	17
2.3.2 les actes du langage selon Austin .....	18
2.4 les stratégies de discours .....	18
2.4.1 l'espace de « l'légitimation » .....	19
2.4.2 l'espace de « crédibilité ».....	19
2.4.3 l'espace de « captation » .....	20
2.5 conclusion.....	21
<b>Chapitre 3 La Sémiotique</b> .....	<b>22</b>
3.1 Introduction .....	23
3.2 le signe linguistique.....	23

3.3 typologie du signe .....	24
3.3.1 l'icône.....	24
3.3.2 l'indice.....	24
3.3.3 le symbole .....	24
3.4 différents type de signes dans l'image .....	24
3.4.1 le signe iconique.....	24
3.4.2 le signe plastique .....	24
3.5 sémiologie de la communication.....	25
3.5.1 la sémiologie de signification.....	25
3.6 La Dénotation / La Connotation du signe linguistique de Roland Barthes.....	25
3.7 La sémiologie de l'image .....	27
3.8 Dénotation / Connotation dans l'Analyse Sémiologique des Messages Visuels .....	27
3.9 Conclusion.....	28
<b>Partie Pratique : Champ d'application et Analyse.....</b>	<b>29</b>
<b>Chapitre 1 Corpus Linguistique et Analyse.....</b>	<b>30</b>
1.1 Introduction .....	31
1.1.1 Présentation du corpus .....	31
1.2 Naissance du discours féministe.....	32
1.2.1 Etat des lieux de la condition de la femme actuelle et importance des réseaux sociaux .....	32
1.2.2 Corpus du discours féministe .....	34
1.3 Analyse du corpus .....	35
1.3.1 Article 1 .....	35
a) Analyse Enonciative de l'article 1 .....	35
b) Analyse pragmatique de l'article 1 .....	38
c) Stratégie du discours l'article 1 .....	40
1.3.2 Article 2.....	42
a) Analyse Enonciative de l'article 2 .....	42
b) Analyse pragmatique de l'article 2 .....	44
c) Stratégie du discours l'article 2 .....	46
1.3.3 Article 3.....	47
a) Analyse Enonciative de l'article 3 .....	47
b) Analyse pragmatique de l'article 3 .....	50
c) Stratégie du discours l'article 3 .....	51

1.4 Conclusion.....	52
<b>Chapitre 02 Corpus Iconique et Analyse Sémiotique .....</b>	<b>53</b>
2.1 Introduction .....	54
2.2 Analyse sémiotique de l'image .....	54
2.2.1 Le corpus iconique .....	54
2.2.2 Analyse du corpus iconique .....	55
2.3 Conclusion.....	61
Conclusion Générale .....	62
Référence bibliographiques.....	64
Annexes.....	66

## Introduction Générale

La femme est le pilier et l'épicentre de toutes les activités menées dans la société. Son rôle est incontournable dans la vie d'une nation, car elle est en même temps l'épouse, la mère, la sœur, la grand-mère et la femme active actuelle qui contribue efficacement dans la vie économique, politique et sociale au même titre que les hommes aujourd'hui.

A l'aube du troisième millénaire, les femmes ont, grâce à l'éducation et l'insertion professionnelle, renforcé leur position et leur solidarité collective, afin de s'imposer sur la scène internationale face aux multiples défis à relever.

En outre, le rôle de la femme dans la société s'est développé ces dernières années de la simple position de femme au foyer à une femme indépendante, responsable d'une activité économique, sociale ou politique, s'octroyant un rôle important dans la société.

L'omniprésence de la femme cultivée dans la société moderne est le fruit du changement des mentalités qui depuis toujours luttait pour un Etat égalitaire et libre.

Malgré sa forte implication dans la société moderne, elle est malheureusement exploitée par le capitalisme en occident et le manque d'encadrement et de liberté dans les pays en voie de développement.

De nos jours, des femmes luttent pour changer les pensées actuelles sexistes et discriminatoires, qu'on qualifie de féministes. Ce mouvement, le féminisme, est né au dix neuvième siècle parce que les femmes avaient besoin de faire reconnaître qu'elles souffraient de discriminations vu qu'elles ne pouvaient pas voter, pas disposer de leur propre argent, pas travailler sans l'autorisation d'un homme et n'avaient pas l'autorité parentale sur leurs enfants. Il était important de pointer qu'elles souffraient de ces violences parce qu'elles étaient des femmes et que c'était ce point là et lui seul qui causait les discriminations.

Les mouvements féministes sont récents, mais les revendications des femmes ont toujours existé, les combats des premières féministes pour lutter contre la domination masculine ont permis d'obtenir des droits pour les femmes : droit de vote, droit à l'éducation, du travail, etc. Les enjeux aujourd'hui sont différents .il s'agit maintenant d'obtenir l'égalité réelle.si le principe d'égalité salariale est inscrit dans la loi depuis 1972, les femmes gagnent encore 27% de moins que les hommes. Elles sont encore invisibles dans l'espace public. Le sexisme est présent partout : dans les médias, la rue, le travail, etc.

Les violences faites aux femmes continuent d'être un fléau, mais la libération de la parole des femmes s'opère actuellement grâce aux réseaux sociaux pour dénoncer tout type de harcèlements subi à l'encontre des femmes : violences verbales, conjugales, sexuelles avec la naissance d'un mouvement solidaire et féministe comme « #me too » et sa version française « balance ton porc », qui apparaît plus fort que jamais afin de pénaliser par voie de justice tout dépassement ou acte répréhensible portant atteinte à la dignité de la femme. Ce mouvement féministe qui a ébranlé la scène mondiale à coups de dénonciations incluant notamment célébrités comme le réalisateur américain influent Weinstein ou hommes politiques, a engendré un élan de solidarité jamais connu auparavant et une réflexion donnant lieu à des débats politiques et sociaux quant aux moyens de faire face à de tels dérapages et des sanctions y afférentes.



Le rôle des médias et des réseaux aujourd'hui dans la lutte commune contre le harcèlement et la violence qui incombent aux femmes, nous a interpellé à poser une problématique suivante :

*« Est-ce que les réseaux sociaux représentent aujourd'hui une force collective où la communication personnelle a un impact sur la société ? Et est ce que la libération de la parole des femmes pour revendiquer ses droits via ces moyens de communication aujourd'hui a permis le changement d'attitudes envers les femmes et l'octroi de plus de droits? »*

Cette problématique nous a mené à poser les questions de recherches suivantes :

- Comment le discours féministe est-il constitué ?
- Quels rôles jouent les réseaux sociaux dans la transmission de ces discours et comment expliquer le succès du phénomène « balance ton porc ou me too » et pourquoi ce slogan?
- Comment opèrent les stratégies communicationnelles dans le discours féministe et quelles sont les visées présentes ?
- Comment l'image peut-elle contribuer dans le processus de communication du discours féministe ?

Afin de répondre aux questionnements précédents, nous avançons les hypothèses suivantes :

- Le discours féministe est un discours marqué par la subjectivité féministe incluant un argumentaire qui dénonce les inégalités faites aux femmes et qui énonce des modalités de transformations de ces conditions.
- Le rôle que jouent les réseaux sociaux dans la transmission de ses discours c'est de lutter contre le harcèlement et la violence qui incombent aux femmes, qui représente une force collective de la libération de la parole des femmes pour revendiquer ses droits via ces moyens de communication.
- **#Balance Ton Porc** est un hashtag qui s'est largement diffusé sur les réseaux sociaux en octobre 2017 pour dénoncer l'agression sexuelle et le harcèlement, plus particulièrement dans le milieu professionnel <sup>1</sup>, à la suite d'accusations de cette nature portées contre le producteur américain Harvey Weinstein.

- Les différentes stratégies utilisées relèvent de la pragmatique concernant les actes du langage et des stratégies du discours de légitimation, de captation et de crédibilité ainsi que des visées de communication et de persuasion.
- L'image contribue dans le processus de communication du discours féministe par un pouvoir avéré sur l'opinion publique plus qu'un texte écrit que ce soit dans un sens positif ou négatif en fonction du contexte, de la situation.

Dans le cadre de notre recherche, l'étude s'effectue à partir d'un corpus composé de trois articles de Caroline de Haas, Emma Watson et Malala qui traitent de l'égalité des sexes, droit à l'éducation, violence sexiste et sexuelle appartenant aux médias en ligne le Monde, Slate, de l'année 2016 à l'année 2018, ainsi que deux images publicitaires dénonçant les discriminations envers les femmes.

Afin de mener notre recherche, notre méthodologie est basée sur une analyse énonciative et pragmatique de ces articles, représentant le discours féministe ainsi qu'une analyse sémiotique de l'image.

Le but de la recherche étant de relever les éléments relatifs à ces théories, notamment, les marqueurs de subjectivité dans le discours, les déictiques, les adjectifs et adverbes ainsi que les actes du langage et stratégies du discours relevés dans notre corpus pour mettre en avant les visées et objectifs de toute communication.

Notre démarche consiste également à dégager à l'aide de matériaux sémiologiques les composants et la construction de chaque image, les éléments profonds, les messages connotés et dénotés.

Dans ce cadre, nous allons répartir notre travail en deux parties, une partie théorique et une partie pratique. La première est composée de trois chapitres, dont le premier concerne la communication, le second l'analyse du discours et le troisième chapitre la sémiotique. La deuxième partie pratique est composée d'un premier chapitre lié au Corpus du discours féministe et son analyse énonciative et pragmatique et le second concerne le corpus iconique et l'analyse sémiotique de l'image.

Le premier chapitre étudie la communication puisque notre recherche se fait dans ce cadre là où il a été indispensable d'évoquer cette dernière

Le deuxième chapitre compte le cadre théorique de l'analyse du discours  
Le troisième chapitre est réservé à la définition des notions de base de la sémiologie et ses fondement, à savoir l'image, l'interprétation de celle-ci, et le sens linguistique

La deuxième partie de notre travail consacrée à la pratique est divisée en deux chapitres où, nous présenterons dans le premier nos articles et procéderons à leur analyse énonciative et pragmatique, et dans le deuxième chapitre, présentation de notre corpus iconique et son analyse sémiotique en suivant la méthode de Roland Barthes.

Nous concluons notre recherche par une synthèse générale résumant tout ce que nous avons réalisé dans la partie théorique et pratique. Et nous essaierons de valider ou d'invalider notre problématique et nos hypothèses de recherche.

# **PREMIERE PARTIE**

## **Paramètres Théoriques**

# **Chapitre 1**

## **La Communication**

## 1.1 Introduction

Une première approche du concept de communication peut être faite ayant pour point de départ son étymologie. Le mot provient du verbe latin « communicare », qui veut dire « partager quelque chose, mettre en commun ». De ce fait, la communication est un phénomène inhérent à la relation que les êtres vivants entretiennent lorsqu'ils se rencontrent en groupe. Le processus communicatif entraîne à l'émission de signaux (sons, gestes, indices, etc.) dans le but de faire passer un message. Pour que la communication soit une réussite, le récepteur doit être capable de décoder le message et de l'interpréter. Le processus se convertit à partir du moment où le récepteur répond et devient lui-même l'émetteur (l'émetteur original devient alors le récepteur de l'acte communicatif).

## 1.2 Types, Stratégies et Enjeux de la Communication

### 1.2.1 Les différents types de communication

**La communication interpersonnelle** : entre deux personnes. (Entretien d'embauche)

**La communication de groupe** : entre plusieurs personnes dans un groupe restreint.  
(Réunion)

**La communication de masse** : s'adresse à une multitude de personnes. (Message télévisé)

### 1.2.2 Les enjeux de la communication

L'enjeu représente ce que chaque acteur de la communication cherche à gagner dans la situation de communication. Il existe plusieurs types d'enjeux :

\***L'enjeu informatif** : transmettre une information

\***L'enjeu identitaire** : exprimer son identité

\* **L'enjeu d'influence** : agir sur l'autre pour changer ses idées ou ses agissements

\* **L'enjeu relationnel** : créer ou consolider une relation

### 1.2.3 Les différentes stratégies de communication

Les acteurs de la communication vont adopter un comportement verbal et non verbal qui va leur permettre d'atteindre l'enjeu fixé : c'est la stratégie.

- \* **La stratégie de coopération** : rechercher le consensus durant la communication, écouter l'autre et ses arguments.
- \* **La stratégie de résistance ou d'opposition** : être réfractaire au dialogue, s'entêter sur ses positions. La communication est difficile.
- \* **La stratégie d'évitement** : fuir le dialogue, éviter le conflit. La communication est rompue.
- \* **La stratégie d'influence** : essayer de faire changer l'opinion ou le comportement de l'autre.

### 1.3 Le schéma de la communication de Jacobson

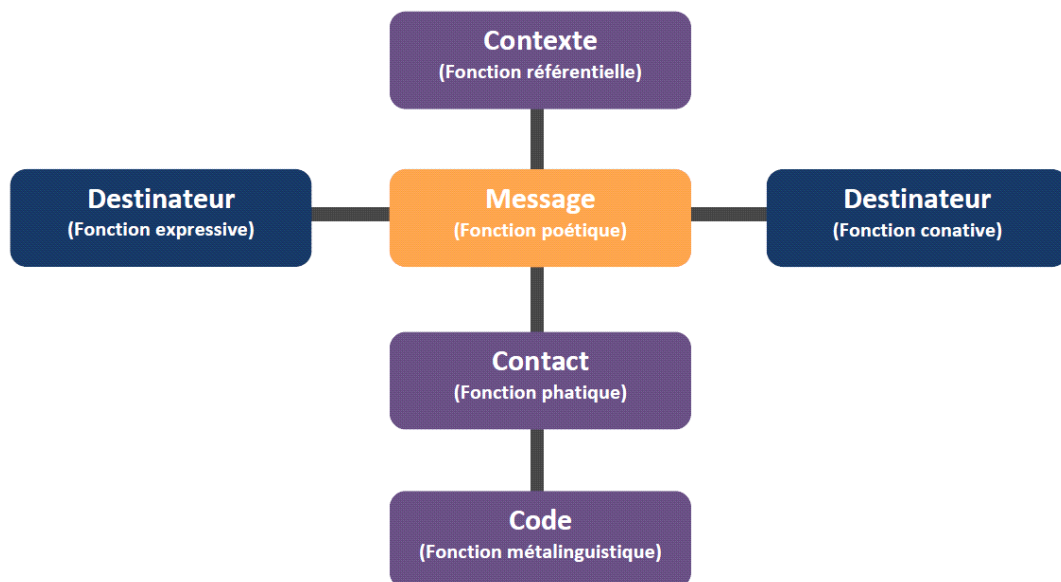
Ce schéma plus complet permet d'identifier un plus grand nombre d'intervenants et de facteurs intervenant dans une interaction. Tous les facteurs identifiés dans ce schéma ont un rôle à jouer dans le cadre d'une interaction et ils influencent tous, à leur façon, le message qui est transmis.

#### 1.3.1 Les éléments du langage

- **DESTINATEUR ~ DESTINATAIRE**: correspondent respectivement à l'émetteur et au récepteur. Dans le cas d'une interaction normale, la communication est bidirectionnelle lorsque deux personnes interagissent de façon courante. Dans les cas où la communication est institutionnalisée (implique une institution comme une administration publique, une télévision, une université, etc.), la communication est unidirectionnelle; une seule personne produit de la parole alors que l'autre écoute. Une hiérarchie plus ou moins rigide s'impose lors de ces interactions, comme c'est le cas dans la salle de classe, où le professeur enseigne et où vous écoutez .
- **MESSAGE**: le matériel transmis par l'interlocuteur, l'information transmise. Ce message varie énormément dans sa durée, sa forme et son contenu. Dans les interactions individualisées, le message est généralement adapté à l'interlocuteur. Dans des communications institutionnalisées, le message est plutôt rigide et standard.
- **le CONTACT (canal)**: canal physique et psychologique qui relie le destinataire et le destinataire. La nature du canal conditionne aussi le message. Un canal direct

(locuteurs en face à face) implique une réponse directe dans le même médium, qui est l'air ambiant dans ce cas

- **Le canal** : peut être modifié pour vaincre en particulier l'effet du temps: l'écriture sur du papier (livres, journaux, magazines, etc.), bandes magnétiques, disques, support magnétique utilisant même le courrier électronique, etc.
- **RÉFÉRENT**: la situation à laquelle renvoie le message, ce dont il est question (le contexte). Il réfère aux informations communes aux deux locuteurs sur la situation au moment de la communication. Ces informations sont sous-entendues et elles n'ont pas besoin d'être répétées à chaque fois que l'on débute une interaction.
- **le CODE**: "un code est un ensemble conventionnel de signes, soit sonores ou écrits, soit linguistiques ou non linguistiques (visuels ou autre), communs en totalité ou en partie au destinataire et au destinataire." (Leclerc 1989:24) Code doit être compris par les deux locuteurs pour permettre la transmission du message. Dans certains cas, le message peut mettre en œuvre plusieurs codes en même temps (langue orale, les gestes, l'habillement, etc.). Dans ces cas, redondance, complémentarité ou contraste peuvent être mis en jeu.





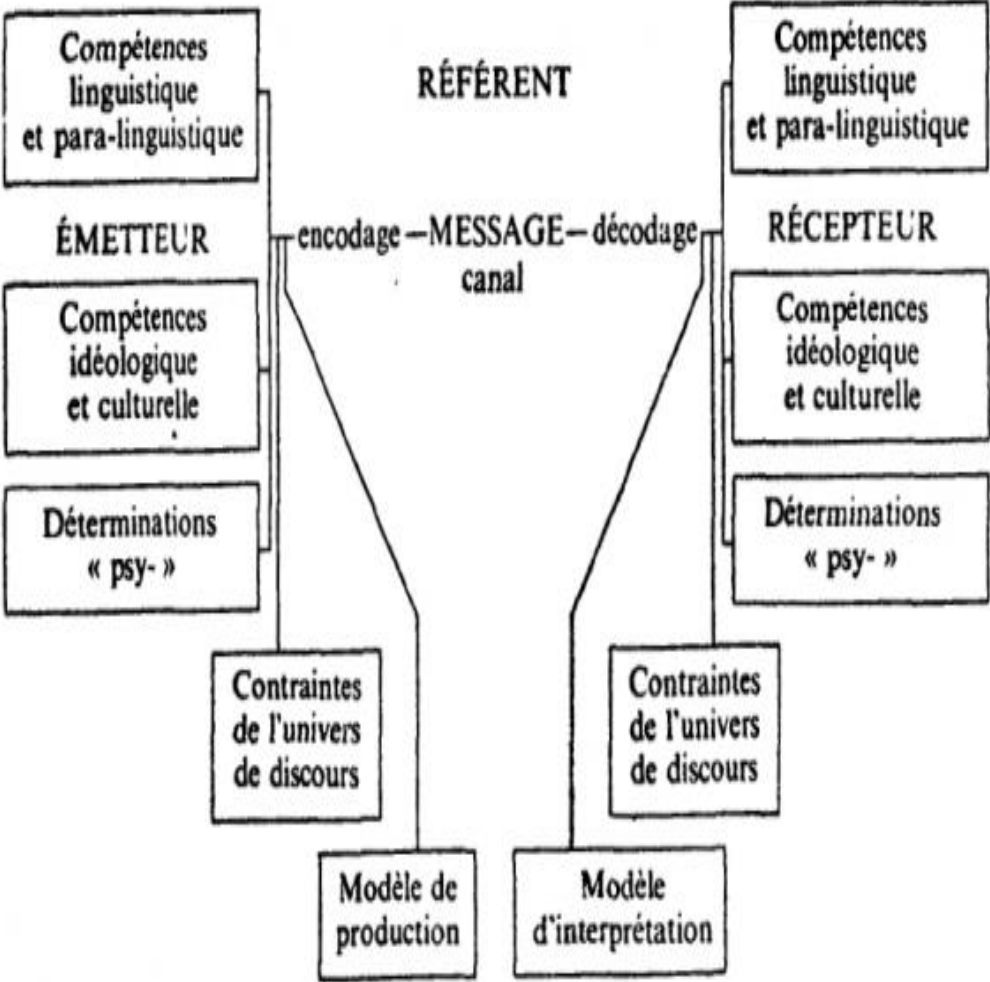
### 1.3.2 Les Fonctions du Langage

- **Fonction référentielle**: l'une des trois fonctions de base (expressive et incitative). Correspond à la fonction première du langage qui est d'informer, d'expliquer et de renseigner.
- **Fonction expressive** : centrée sur le destinataire qui manifeste ses émotions, son effectivité.
- **Fonction incitative** : axée sur le destinataire (le tu). Qui vise à modifier le comportement du destinataire, ordonner, interdire ou pour inciter (comme exemple la publicité qui incite à acheter).
- **Fonction poétique (ou esthétique)** : fonction où l'accent est mis sur le message dont la forme importe autant que le fond, la rime, la métaphore, l'antithèse, l'ironie, les jeux de mots font partie des procédés qui ont une fonction esthétique et qui font que le message comporte plus d'information que le message lui-même.
- **Fonction relationnelle (phatique)** : qui permet de maintenir et de développer des contacts entre individus.
- **Fonction métalinguistique** : explication du code utilisé, des conventions que l'on utilise pour communiquer.

Des linguistes ont critiqué le schéma de communication de Jakobson de par sa conception purement instrumentale du langage même si sa fonction de communication est centrale. Selon Jakobson : la détention du même code est une condition suffisante pour l'interprétation du message qu'un individu reçoit de son interlocuteur. Or pour François Flahault (la parole intermédiaire, seuil, 1978, p37) la pragmatique contraste cette idée car le sens d'un énoncé ne peut être décrit en dehors de relations de celui-ci avec le cadre fourni par les repères de son énonciation. L'interprétation d'un énoncé par son destinataire exige de celui-ci moins un décodage qu'un calcul, qui reconstruit à la relation entretenue par l'énoncé avec un certain nombre de repères sélectionnés dans les représentations que l'interlocuteur partage, ou croit partager, avec le locuteur.

Dans ce cadre, Catherine Kerbrat Orecchioni a proposé un modèle revisité du schéma de Jakobson.

1.3.3 Le Schema de Catherine Kerbrat Orecchioni



## **1.4 Conclusion**

La communication est le flux qui permet la circulation de messages et d'énoncés entre les différents acteurs en tenant compte des conditions de production et d'interprétation de toute communication et des circonstances et contextes y afférents. Pour analyser la production de ces énoncés, il est indispensable de passer par l'analyse du discours que nous présenterons dans le chapitre suivant.

# **Chapitre 2**

## **Analyse du Discours**

## 2.1 Introduction:

La grande extension du concept discours le rend difficile à appréhender. Tantôt, il est synonyme de la parole au sens saussurien, tantôt il désigne un message pris globalement. Dans l'œuvre de Benveniste (1966), il est défini comme "toute énonciation supposant un locuteur et un auditeur et chez le premier l'intention d'influencer l'autre en quelque manière" (p.242).

## 2.2 Le Discours

La notion de discours donne lieu, dans le domaine des sciences du langage, à diverses définitions. Ce terme désigne :

- Le langage mis en action, la langue assumée par le sujet parlant. Equivalent de « parole », le mot discours s'applique ici aux réalisations écrites ou orales de la langue. Par opposition à la « langue » - code de communication virtuel-, le discours en constitue l'actualisation, à travers la diversité des usages.
- Tout énoncé supérieur à la phrase, considéré du point de vue des règles d'enchaînement des suites de phrases. Cette conception concerne particulièrement la recherche en grammaire de texte.
- Au sens de Benveniste, le discours désigne tout d'abord l'instance d'énonciation (le moi –ici- maintenant du sujet parlant). Dans un sens restreint, spécialisé, discours désigne tout énoncé envisagé dans sa dimension interactive. Discours s'oppose ici à récit. Dans le récit, tout se passe comme si aucun sujet ne parlait, les événements semblent se raconter d'eux- même ; le discours se caractérise, au contraire, par une énonciation supposant un locuteur et un auditeur, et par la volonté d'influencer son interlocuteur.
- De manière plus spécifique, le mot discours désigne la conversation. Cette acception concerne de manière générale l'analyse conversationnelle, ainsi qu'une théorie du langage en prise directe sur la microsociologie.
- Moyennant une distinction entre énoncé et discours, L. Guespin avance la caractérisation suivante : « l'énoncé, c'est la suite des phrases émises entre deux blancs sémantiques, deux arrêts de la communication ; le discours, c'est l'énoncé considéré du point de vue du mécanisme discursif qui le conditionne. Ainsi, un regard jeté sur un texte du point de vue de sa structuration ' en langue' en fait un

énoncé ; une étude linguistique des conditions de production de ce texte en fera un 'discours' » (cité par R. Robin, 1973,21 ; cf. chapitre4).

- Au sens de Maingueneau, le discours est un système de contraintes qui régissent la production d'un ensemble illimité d'énoncés à partir d'une certaine position sociale ou idéologique (par exemple, le 'discours féministe').cette acception est caractéristique de celle qu'admet l'Ecole française d'analyse du discours.
- Le terme de discours désigne, par delà une acception linguistique restreinte, tout système de signes non verbal. Le discours ne se réduit pas au verbal ; le langagier ne se ramène pas au linguistique dans une perspective sémiologique étendue, qui récuse une conception logocentrique du langage, la notion de discours réfère également aux réseaux de signification (ou de signifiante, selon Benveniste, 1974,45) qui s'articulent au verbal (espaces, sonorités, couleurs, gestualités, pratiques diverses). Cette dernière acception met l'analyse du discours sur la voie d'une sémiotique des cultures (F. Rastier).

Vu la diversité des désignations du terme discours, il n'y a pas 'une' mais 'des' analyses du discours

L'analyse du discours se recompose de divers objectifs et orientations internes. Ses différentes branches tentent de rendre compte des mécanismes du type de discours (afférents à des pratiques sociales) auxquels les textes se rattachent

### **2.2.1 L'Analyse du Discours :**

L'analyse du discours est une technique de recherche en sciences sociales permettant de questionner ce qu'on fait en parlant, au-delà de ce qu'on dit. Du point de vue de Maingueneau (2005), il s'agit de l'analyse de l'articulation du texte et du lieu social dans lequel il est produit

Les principales questions auxquelles l'analyse du discours est censée répondre, sont celles du "Comment" et du « Pourquoi » de l'activité langagière, par opposition aux méthodes traditionnelles d'analyse qui plaçaient au centre de leur problématique les questions "Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? ».

L'analyse du discours est née dans les années 50 à la suite de la publication de l'article de Zellig Harris "Discourse Analysis" dans la revue "Langage #28, 1952", [trad. Fr. Langages #13, 1969].

AD c'est longtemps définie comme l'étude linguistique des conditions de production d'un énoncé, cependant, elle n'étudie pas tous les énoncés. Elle s'intéresse particulièrement à des textes qui sont produits dans le cadre d'institutions contraignants fortement l'énonciation et dans lesquels on voit se concentrer des enjeux historiques, sociaux....

## **2.2.2 Les différentes Approches en analyse de discours selon Benveniste :**

### **2.3 L'ENONCIATION :**

En linguistique, l'énonciation est l'acte individuel de production d'un énoncé, adressé à un destinataire, dans certaines circonstances.

On dit généralement que l'énoncé est le « dit » tandis que l'énonciation est le « dire » pour résumer. C'est l'énonciation qui fait l'énoncé <sup>1</sup>

- **L'ENONCE :**

Est de nature matérielle, en conséquence, il est saisissable par l'un de nos cinq sens, et par ailleurs, reproductible tout d'abord oralement, ensuite, par l'écrit enfin par les moyens techniques modernes, tels que l'enregistrement, analogique ou numérique.

- **L'ENONCIATION :**

en revanche est beaucoup moins matérielle, est donc, plus difficile à cerner et à transcrire. L'énonciation, par nature, ne peut être reproduite. L'acte d'énonciation met en scène des actants et des circonstants (on peut les résumer ainsi : « je », « tu », « ici » et « maintenant.»

#### **2.3.1 L'Approche Pragmatique :**

la langue n'est plus considérée comme moyen de communication ou un moyen de transmission d'information. de point de vue de la pragmatique le langage est une activité sociale, dont la fonction est de satisfaire les besoin de communication.

L'objet d'étude de la pragmatique ce n'est pas la langur mais c'est l'usage de cette dernière. Elle occupe non pas des aspects codiques du langage mais uniquement des processus d'intercompréhension qui viennent se superposer au code pour livrer une interprétation complète des phrases.

La pragmatique ne s'intéresse pas au sens premier, mais au sens contextuel.

---

<sup>1</sup> -[https://www.persee.fr/doc/reper\\_0755-7906\\_1979\\_num\\_51\\_1\\_1614](https://www.persee.fr/doc/reper_0755-7906_1979_num_51_1_1614)

### **2.3.2 les actes du langage selon Austin : how to do things with words (quand dire c'est faire),1970 :**

Un acte de langage (ou acte de parole) est un moyen mis en œuvre par un locuteur pour agir sur son environnement par ses mots: il cherche à informer, inciter, demander, promettre ... etc.

a)-**Acte locutoire** : le simple fait de dire quelque chose

b)-**Acte illocutoire** : les actes accomplis

c)-**Acte perlocutoire** : impact qu'a eu l'interlocuteur de l'énoncé <sup>1</sup>

### **2.4 Les Stratégies de discours :**

Selon Patrick Charaudeau ainsi, plus ou moins conscient qu'il doit conquérir le droit à la parole et qu'il existe un marché social du langage dont il est obligé de tenir compte, le sujet qui veut communiquer n'a plus qu'à se lancer dans l'arène des échanges langagiers où se trouve l'autre, partenaire impitoyable, qui, lui aussi, doit exister comme sujet.

Dès lors, on peut se représenter la communication comme un "jeu de société" dans lequel chacun des partenaires, en fonction des règles du contrat, se livre à un "calcul" et met en place un "coup stratégique". Un calcul qui consiste, pour les partenaires, à faire des hypothèses l'un sur l'autre, quant à leur identité et à leur compétence. Un coup stratégique puisqu'il s'agit de persuader ou de séduire l'autre, un autre dont on ne sait jamais par avance si on en aura la maîtrise.

Des stratégies, il y en a de multiples, mais on peut les regrouper dans trois grands espaces : de "légitimation", de "crédibilité", de "captation".

---

<sup>1</sup> - <https://www.universalis.fr/encyclopedie/actes-de-langage/1-quand-dire-c-est-faire/>  
<http://www.patrick-charaudeau.com/-Analyse-de-discours-.html>



#### **2.4.1 L'espace de "légitimation" :**

On a vu que ce qui fondait l'acte de communication c'était le "droit à la parole" qui oblige tout sujet parlant à être conforme aux conditions de réalisation du contrat de communication dans lequel il s'insère, et qui, ce faisant, lui confère une légitimité.

La légitimité est donc externe au sujet parlant, elle relève du statut plus ou moins institutionnel qui est prévu dans le contrat. C'est celui-là qui lui donne "pouvoir de dire". La légitimité ne peut être l'objet d'une évaluation ou d'une gradation. La légitimité est ou n'est pas. Elle n'est pas d'ordre délibératoire, elle est d'ordre décisionnel. Elle résulte d'un constat d'adéquation entre un acte de parole, une situation et son responsable.

Il n'empêche que cette légitimité peut-être sujette à caution : soit parce qu'elle n'est pas perçue par l'autre (ignorance sur le statut de celui qui parle), soit parce que le sujet qui communique ne veut pas parler en son nom (déplacement de statut), soit parce qu'elle est fragile et qu'il est donc nécessaire de la conforter.

Dès lors, le sujet communiquant usera de stratégies de "légitimation", soit en réactivant son statut (« je vous parle en tant qu'expert »), soit en changeant de statut (« ce n'est pas le médecin qui vous parle, c'est l'ami »), soit en faisant appel à un consensus qui est censé

S'imposer (« je vous propose de traiter d'abord de cette question parce qu'elle est celle qui commande toutes les autres »), ou encore à un savoir censé être partagé par la collectivité, la "vox populi" (« n'oubliez pas que pauvreté n'est pas vice »).

#### **2.4.2 L'espace de "crédibilité"**

La légitimité — ou son complément, la légitimation — ne suffisent cependant pas à fonder le droit à la parole. Car encore faut-il que le sujet qui communique, tout investi qu'il pourrait être d'autorité, soit jugé crédible, c'est-à-dire, au fond, apte à dire le vrai, ou, plus exactement, apte à savoir dire le vrai. C'est-à-dire, qu'il lui faut montrer ici, non plus qu'il sait s'adapter aux termes du contrat (c'est une affaire de compétence), mais qu'il est capable, par de là cet acte de conformité, d'apporter la preuve de son habilité à jouer avec ces contraintes.

Contrairement à la légitimité, la crédibilité est d'ordre délibératoire (est-il ou n'est-il pas crédible ?) et évaluatif (être plus ou moins crédible). Se trouvent donc, dans cet espace les stratégies, qui tendent à apporter la preuve de ce savoir dire, (alors que la légitimité relève du

pouvoir dire), preuve qui est tournée vers la recherche d'une rationalité susceptible de fonder les propos tenus. Ainsi, pourra-t-on dire qu'un bon enseignant, un bon orateur, un bon communicateur, un bon médiateur, un bon informateur, est celui qui sait "faire croire", c'est-à-dire qui sait faire partager des connaissances (informer), ou faire adhérer à des croyances(persuader).

### **2.4.3 L'espace de "captation"**

Mais persuader l'autre n'est pas toujours suffisant. Il faut parfois le séduire, le captiver. Ce terme de "captation" ne doit donc pas être entendu dans le sens restreint que lui donne le dictionnaire : « chercher à obtenir quelque chose ou gagner quelqu'un par artifice ou insinuation ». Il doit être entendu dans un sens large et non péjoratif. Il s'agit de l'attitude qui consiste à toucher l'affect de son interlocuteur (son auditoire), à provoquer chez lui un certain état émotionnel qui soit favorable à la visée d' d'influence du sujet parlant, bref à le séduire, à le rendre captation.<sup>1</sup>

## **2.5 Conclusion :**

L'analyse du discours est soumise à une variété linguistique dont le but est d'étudier les caractéristiques discursives au-delà du mot en se basant sur différentes approches tout comme les approches énonciative et pragmatique qui nous serviront d'outils de travail dans l'analyse de notre corpus. La pragmatique étant un champ d'étude vaste qui s'intéresse à la langue en situation a pris en considération les significations liées aux discours dans différents contextes, domaine de la sémiologie que nous allons aborder dans le prochain chapitre par rapport à un des aspects appartenant à l'analyse sémiotique du discours iconique relatif à l'interprétation des images.

---

<sup>1</sup> -<http://www.analyse-du-discours.com/strategies-discursives>

# **Chapitre 3**

## **La Sémiotique**

### **3.1 Introduction :**

Bien qu'il semble que les deux notions soient synonymes, aujourd'hui, elles ne le sont plus. Martine Joly a éclairé la différence en disant que « le premier (sémiotique) d'origine américain, est le terme canonique qui désigne la sémiotique comme philosophie des langages. L'usage du second (la sémiologie) d'origine européenne, est plutôt compris comme l'étude des langages particuliers (image, gestuelles, théâtre, etc.) »

De cela, nous pouvons dire que la sémiotique est d'origine américaine, fondée par Charles Sanders Peirce (1839\_1914) marquée par la logique, elle met en valeur l'étude de tous les signes y compris le signe linguistique. Elle prend également en charge l'étude des signes en situation

« La sémiotique s'intéresse à la signification telle qu'elle se manifeste dans des textes, des images, des pratiques sociales, des constructions architecturales, etc. » 4

Alors que la sémiologie est d'origine européenne, fondée par Ferdinand de Saussure, elle privilégie l'étude des signes qui ont un aspect non linguistique. Elle prend en compte l'étude des signes organisés en systèmes

### **3.2 Le signe linguistique :**

Le signe est généralement connu comme quelque chose qui est mis à la place de quelque chose d'autre. Sa particularité est d'être présente pour signifier ou désigner quelque chose d'absent, qu'elle soit concrète ou abstraite

Pour Saussure « le signe linguistique unit non une chose et un nom, mais un concept et une image acoustique [...] le signe linguistique est donc une entité psychique à deux faces [...] nous proposons de conserver le mot signe pour désigner le total, et de remplacer le concept et image acoustique respectivement par signifié et signifiant »<sup>1</sup>

Le signe linguistique est donc une combinaison d'un signifiant et d'un signifié qui sont les deux faces indissociables du signe linguistique .

---

<sup>1</sup> -<http://www.ac-grenoble.fr/PhiloSophie/logphil/notions/langage/convers/textes/saussure/signe.htm>

### **3.3 Typologie du signe**

classification de Peirce.

En fait, Peirce a classifié le signe selon 03 catégories :

#### **3.3.1 L'icône :**

est la définition du signe iconique. Pour Peirce, c'est un signe de ressemblance qui exerce un lien entre le référent et le signifiant dans une relation de similarité et d'analogie

#### **3.3.2 l'indice :**

est un signe, un fait qui nous mène à la trace de quelque chose. C'est un signe qui fonctionne par causalité, par exemple, nous voyons des nuages, nous pensons à la pluie.

#### **3.3.3 Le symbole :**

Est un signe qui entretient une relation arbitraire avec l'objet qu'il remplace.

Pour Umberto Eco : « le symbole entretient avec ce qu'il représente une relation arbitraire, conventionnelle ».

Il est donc un signe arbitraire et conventionnel, les exemples les plus donnés : la colombe symbolisant la paix, et la balance symbolis<sup>1</sup>

### **3.4 Différents types de signes dans l'image**

Aujourd'hui, l'image prend de plus en plus d'ampleur. Elle occupe une place primordiale servant à informer, décrire, symboliser, divertir

L'image est sans doute chargée de signes linguistiques qui se regroupent en :

#### **3.4 .1 Le signe iconique :**

Pour Martine Joly, il s'agit d'un « type de représentation qui moyennant un certain nombre de règles de transformations visuelles, permet de reconnaître certains objets du monde » Peirce trouve que le signe iconique est spécifique dans la ressemblance qui existe entre ces signes et les objets qu'ils représentent.

#### **3.4.2 Le signe plastique :**

Désigne les caractéristiques matérielles, substantielles de l'image.

Dr. SEGHIR Âtmane dans sa thèse doctorale trouve qu'« elle est liée à la beauté et à l'expressivité des lignes, des formes, des couleurs qui vise à donner des corps, des objets, une représentation et une impression esthétique »

Martine Joly ajoute un type de signe linguistique qui était négligé par la théorie sémiotique. C'est grâce au groupe « U » que le signe plastique commence à être considéré comme signe qui détermine une grande partie de la signification du message visuel.

---

<sup>1</sup> -[https://www.persee.fr/doc/lgge\\_0458-726x\\_1980\\_num\\_14\\_58\\_1844](https://www.persee.fr/doc/lgge_0458-726x_1980_num_14_58_1844)

Le groupe « U » élabore une distinction entre les signes plastiques et les signes iconiques, « cette distinction fondamentale permet selon nous, de déceler qu'une grande part de la signification du message visuel est déterminée par le choix plastiques <sup>1</sup> .

### 3.5 Sémiologie de la communication

Selon Buysens E, la sémiologie de communication est définie comme « l'étude des procédés de communication, c'est-à-dire des moyens utilisés pour influencer autrui et reconnus comme tels par celui qu'on veut influencer ».

Son objectif est de définir la spécificité du regard sémiologique pour montrer que la sémiologie ne se limite pas uniquement à l'analyse des textes, des images, mais qu'elle s'offre également comme un mode de relation au monde.

#### 3.5.1 La sémiologie de signification

Il faut signaler que Roland Barthes est le grand représentant de ce courant. Il définit la recherche sémiologique en tant qu'étude des systèmes significatifs dans laquelle la signification s'effectue à travers la langue ou par un autre système.

Roland Barthes contrarie la conception saussurienne et applique les principes linguistiques sur les faits non verbaux dans le but de dégager leur signification.

Il fait excéder la vision des fonctionnalistes reliant les signes et leur intentionnalité et insiste sur le fait qu'il existe des systèmes non verbaux dont la communication est parfois involontaire, mais la signification est fort présente

### 3.6 La Dénotation / La Connotation du signe linguistique De Roland Barthes

- **La Dénotation**

La dénotation est le **sens donné par le dictionnaire** : il s'agit d'une information **neutre** et **objective**, ayant la même signification pour tous. **Exemple** : Le rouge est une couleur primaire.

- **La Connotation :**

La connotation est la **signification affective et personnelle** qu'on ajoute au sens premier. Il s'agit de ce que le mot suggère ou évoque chez une personne. C'est un **sens implicite** qui

---

<sup>1</sup> -<http://mcmarco2008.blogspot.com/2008/10/limage-et-les-signes-martine-joly.html>

dépend du contexte, de la culture, etc. Le sens connoté d'un mot est donc variable car **subjectif**.

Les connotations d'un mot peuvent varier selon la situation d'énonciation, le niveau de langue, le contexte géographique ou culturel.

Un mot peut se charger d'une **connotation péjorative** ou **méliorative** : le mot évoque une chose ou un être sous un aspect favorable ou défavorable.

**Exemples :**

Le rouge peut évoquer implicitement la passion, la colère, la violence, l'interdiction. Cela dépend du contexte.

En Occident le blanc est la couleur du mariage. En Orient, c'est la couleur du deuil.

Alors que la dénotation relève de la fonction référentielle ou informative, la connotation désigne les **valeurs supplémentaires d'un mot**, dérivées de son sens premier.

Ces valeurs supplémentaires, différentes en fonction du contexte, forment les connotations du mot.

- **Le sens dénoté, appelé encore *signifié de dénotation* ou *signifié de premier niveau (Sé 1)* est limité à la seule fonction informative (dénotation = définition).**
- **Le sens connoté, appelé encore *signifié de connotation* ou *signifié de second niveau (Sé 2)* délivre un supplément de sens qui fait largement appel à l'imaginaire et à la subjectivité.**

Par exemple, si l'on substitue au mot *enfant*, les termes de *bambin*, ou *marmot*, ou *lardon*, ou *mioche*, on en modifie le signifié dénoté (Sé 1) puisqu'on introduit un aspect *pittoresque*, affectif ou populaire (Sé 2) tantôt mélioratif ou péjoratif. **La notion de connotation est donc importante pour appréhender les niveaux de langue, les registres, les valeurs affectives, métaphoriques,**<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> -[https://www.persee.fr/doc/comm\\_0588-8018\\_1964\\_num\\_4\\_1\\_1029](https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1964_num_4_1_1029)

### **3.7 La sémiologie de l'image**

La sémiotique visuelle étudie des objets de signification ne se manifestant sur le canal visuel, l'icône visuelle. Elle étudie ces phénomènes comme autant de langages

Roland Barthes étudie pour la première fois en 1964, dans un article devenu célèbre intitulé « rhétorique de l'image » ce qui fait sens dans un visuel publicitaire.

La sémiotique visuelle a été particulièrement développée dans les travaux du Groupe, et spécialement dans l'ouvrage fondamental qu'est traité du signe visuel(1992).

### **3.8 Dénotation / Connotation dans l'Analyse Sémiologique des Messages Visuels:**

**L'analyse sémiologique** des messages visuels consiste à repérer les différents types de signes Mis en jeu et à déduire, à partir de leur organisation réciproque, une interprétation globale.

L'image ne se signifie pas elle-même comme objet du monde mais s'appuie sur un premier Niveau de signification qu'on appelle dénotatif, pour signifier quelque chose à un deuxième niveau de signification : la connotation.

- **La dénotation**

C'est l'anecdote que nous raconte le document (réunissant un signifiant et un signifié). La dénotation étant aussi définie comme la description du caractère analogique de toute photographie par rapport à la réalité photographiée (le représenté).

- **La connotation (le suggéré)**

C'est la dimension symbolique que comporte l'image, le niveau métaphorique. Cela renvoie à la polysémie de l'image avec l'existence d'un consensus sur certains points, et des interprétations individuelles sur d'autres.

Ce genre d'analyse a été pratiqué pour différents corpus, que ce soit des textes de nature littéraire ou non, ou des images publicitaires. Mais la plupart du temps les sémiologues se sont attachés à explorer le plan du contenu, étant donné que c'est celui-ci qui est considéré comme le lieu où s'investit la signification dans un premier temps. Autrement dit c'est le fond qui donne sens à la forme.



### **3.9 Conclusion :**

Dans ce chapitre, nous avons donné un bref aperçu sur l'image, plus particulièrement celle de l'image fixe ;

En outre, nous avons abordé la sémiologie et le rapport entre l'image et le signe, ainsi que la lecture sémiologique de l'image, élément qui nous permettra d'analyser notre corpus iconique dans la partie pratique.

# **DEUXIEME PARTIE**

## **Champ d'Application et Analyse**

# **CHAPITRE 1**

## **Corpus Linguistique et Analyse**

## 1.1 Introduction

Après avoir présenté le chapitre théorique où nous avons défini quelques notions de base relative à notre thème d'étude, nous allons à présent mettre en pratique ces concepts dans cette démarche analytique

Cette partie du travail va porter sur une étude énonciative et pragmatique du discours où nous analyserons les articles féministes ; puis nous présenterons les images collectées et procéderons à leur analyse également pour mieux comprendre comment peut se construire une interprétation d'une image.

A cet effet, nous étudierons l'agencement des signes et leurs significations afin de démontrer l'importance de l'image dans le paysage médiatique en nous basant sur l'analyse sémiotique de Roland Barthes.

### 1.1.1 Présentation du Corpus

Ce mémoire s'inscrit dans une étude énonciative et pragmatique du discours féministe. L'étude comprend trois articles qui traitent de l'égalité des sexes, droit à l'éducation, violence sexiste et sexuelle appartenant au média en ligne le **Monde, Slate, de l'année 2016 à l'année 2018**

Le premier article s'intitule « **Emma Watson : l'égalité des sexes est aussi votre problème** », rédigé par un journaliste publié dans logo d'ONU femmes, le samedi 20 septembre 2014

l'article parle de l'égalité des sexes ,discours prononcé par Emma Watson remarqué au siège des Nations unies, à Washington, et appelle les hommes comme les femmes à faire de l'égalité des sexes une priorité.

Le second est titré « **discours de Malala à la réception du prix Nobel de paix en 2014** » rédigé pas une journaliste Marie-Laure, l'article a été publié sur son blog le 19 mars 2016

L'article parle de l'éducation des enfants ou La jeune militante profite de la tribune qui lui est donnée pour faire avancer sa cause. Ovationnée à la tribune de l'ONU en 2013, Malala y affirme que "nos livres et nos crayons sont nos meilleures armes" dans le "combat contre l'analphabétisme, la pauvreté et le terrorisme.

Le troisième article Caroline De Haas : « **#Metoo, une mue lente mais radicale** », rédigé par une journaliste, Publié le 04 octobre 2018 à 05h30

l'article parle de violence sexiste et sexuelle faite aux femmes. Caroline dans son discours montre que « metoo » n'a pas libéré seulement la parole. Il a libéré les yeux et les oreilles. Et a poussé des millions de personnes à regarder autrement leur vie, leur intimité, leurs comportements à la maison, au travail ou dans la rue.

Ses militantes à travers leurs discours féministes ont trouvé un moyen pour dénoncer, défendre leur droit et lutter ensemble et de manière efficace contre tout acte de violence.

## **1.2 Naissance du Discours Féministe**

C'est au 19<sup>ème</sup> siècle, dans les sillages des avancées démocratiques que surgit le féminisme : les femmes se regroupent à partir du constat de leur oppression commune et dans l'objectif des 'émanciper.

De 1878 à 1913, les féministes organisent une dizaine de congrès internationaux et reprennent au cours des années, les mêmes revendications : législation du travail, accès aux professions, éducation, droits civils, etc.

Après la Seconde Guerre Mondiale, les revendications des mouvements féministes sont reprises par les partis traditionnels ou par des associations apolitiques tel que le Planning Familial.

Simone de Beauvoir, en publiant le Deuxième Sexe, en 1949, inaugure un féminisme dit "radical". L'auteur et philosophe lance une bombe : « on ne naît pas femme, on le devient », autrement dit : il n'existe pas de nature féministe, c'est la société qui construit un système hiérarchique où la femme est subordonnée. Cette œuvre fait scandale parce que Simone de Beauvoir n'hésite pas à parler de la sexualité féminine, des règles, de la défloration, de l'homosexualité, de la prostitution, du plaisir ou encore de l'avortement.

### **1.2.1 Etat des lieux de la condition de la femme actuelle et importance des réseaux sociaux**

Faire un état des lieux, c'est d'abord poser le problème des méthodes et des définitions, puis dans un deuxième temps, parler du droit des femmes, de la séparation des biens et du pouvoir

des hommes avant de mettre en évidence une logique de régulation mise à l'épreuve par les rapports sociaux de sexe, les pratiques sociales plus ou moins égalitaires, en termes de complémentarité, de compensation et de système dotal. Nous verrons enfin que la relation femmes/patrimoine donne lieu à une appropriation et à une réappropriation permanente de la part des hommes

Parler de la condition féminine en Algérie aujourd'hui n'est pas chose aisée, car les conditions objectives d'existence de toutes les femmes sont très complexes et très inégales.

Cependant l'abolition du code de la famille de 1984 (supprimer la dot, la répudiation, la polygamie, l'inégalité successorale,...) est une nécessité incontournable.

Ce code est réactionnaire par rapport à un texte coranique révolutionnaire féministe dans son contexte historique et géopolitique. Il est anachronique eu égard au changement social contemporain, émergence du couple, urbanisation, scolarisation féminine, entrée dans le monde du travail salarié...

La libération de la parole des femmes qui s'opère actuellement sur les réseaux sociaux pour dénoncer les violences sexuelles est concomitante avec le renouveau d'un mouvement qui apparaît plus fort que jamais.

Elles « osent le clito », « balancent leur porc » et « payent leur shneck ». Comme les mots d'ordre de ces campagnes récentes, les féministes d'aujourd'hui ont le vent en poupe. Elles dénoncent les harcèlements sexuels, le tabou des règles, l'emprise des médecins sur leur corps ou la langue française patriarcale avec une audience que leur envieraient leurs ancêtres suffragettes. Cette libération de la parole autour des violences ne sort pas de nulle part. Elle s'ancre dans un mouvement profond qui secoue la France depuis plusieurs années. Nouvelle vague, renouveau, troisième vague ou nouvelle génération, si les mots utilisés font parfois débat, tout le monde s'accorde à dire que le mouvement féministe est aujourd'hui plus fort que jamais

Pour cette nouvelle génération de militantes, les réseaux sociaux constituent un outil majeur. Ils permettent un afflux des témoignages, en ce moment sur le harcèlement sexuel avec #balancetonporc, mais aussi sur les violences obstétricales (#payetonutérus), celles dans le monde du travail (#payetarobe, pour les avocates) ou plus largement sur le harcèlement sexiste dans l'espace public (#payetaschneck).

... Donc, le féminisme actuel est loin d'être triomphant... » Et l'historienne de conclure : « La

dénonciation actuelle est formidable, mais il y aura un retour de bâton. La recomposition de la domination masculine se fait toujours très rapidement... »

### **1.2.2 Le corpus du discours féministe**

Ce mémoire s'inscrit dans une étude d'analyse d'articles féministe écrits et d'un échantillon d'images ou affiches publicitaires de sensibilisation contre les discriminations des femmes fixes que nous avons prélevées en ligne sur les medias .à travers une approche pragmatique et sémiologique du discours linguistique et iconique.

- **Présentation de la (militante féministe) Emma Watson**

Emma Watson ['emə 'wɒtsən]<sup>1</sup>, née le 15 avril 1990 à Paris, en France, est une actrice britannique. Elle est devenue célèbre en jouant, de son enfance en 2001 à l'âge adulte en 2011, le rôle d'Hermione Granger, l'un des trois rôles principaux dans la série des films Harry Potter. Elle est nommée pour de nombreuses récompenses pour son rôle, et en remporte plusieurs

Actrice engagée, elle est remarquée lors d'un discours féministe aux Nations unies. Elle est d'ailleurs nommée ambassadrice de bonne volonté par l'ONU Femmes en juillet 2014. Elle agit aussi en faveur du commerce équitable et du développement durable

- **Présentation de la militante féministe Malala yousafzai**

Malala yousafzai une militante pakistanaise des droits des femmes née le 12 juillet 1997.

Elle se fait connaître en 2009, alors qu'elle n'a que 11 ans, en écrivant un blog appelé *Journal d'une écolière pakistanaise* pour la BBC. Elle y raconte son point de vue sur l'éducation et sa vie sous la domination des Talibans.

- **Présentation de la (militante féministe) caroline de Haas**

Née en 1980, Caroline de Haas est une militante syndicale et féministe française. Son engagement syndical voit le jour à l'université (où elle obtiendra une licence d'histoire), quand elle milite au sein de l'Union nationale des étudiants de France (UNEF), dont elle sera la secrétaire générale de 2006 à 2009. En novembre de cette année-là, elle participe à la fondation de l'association « Osez le féminisme ! », dont elle sera la porte-parole jusqu'en 2011. Elle se mobilise notamment au moment de l'affaire Dominique Strauss-Kahn, critiquant

vivement la manière dont la parole de Nafissatou Diallo est remise en cause dans les médias français. Par ailleurs, elle travaille en étroite collaboration avec Benoît Hamon, porte-parole du Parti socialiste. Elle est nommée, le 24 mai 2012, conseillère en charge des relations avec les associations et de la lutte contre les violences faites aux femmes.

### 1.3 Analyse du corpus :

Cette partie du travail va porter sur une étude énonciative et pragmatique du discours féministe, nous analyserons également deux affiches publicitaires (qui traitent de violence conjugale et de harcèlement en milieu professionnel) dans une démarche sémiologique.

#### 1.3.1 Analyse Article 1 :

##### a) Analyse énonciative

	<b>Je</b>	<b>Tu</b>	<b>Nous</b>	<b>Vous</b>	<b>Il/ils</b>
<b>Article 1</b>	<p>« <b>Je</b> m'adresse à vous en ce jour, car j'ai besoin de votre aide »</p> <p>« <b>Je</b> me suis dit que j'étais féministe et cela m'a paru tout naturel »</p> <p>« si <b>je</b> ne le fais pas, qui le fera »</p>		<p>« <b>Nous</b> souhaitons mettre fin aux inégalités entre les sexes »</p> <p>«<b>Nous</b> lançons aujourd'hui la campagne « <u>HeForShe</u> ».</p> <p>« <b>nous</b> voulons obtenir des résultats tangibles ».</p>	<p>« j'aimerais profiter de cette opportunité pour <b>vous</b> inviter formellement »</p> <p>« <b>Vous</b> vous demandez peut-être : que fait cette fille de Harry Potter sur la scène des Nations Unies ? C'est une bonne question, »</p> <p>« Si le doute s'empare de <b>vous</b> quand une occasion similaire s'offre à vous, j'espère que ces mots vous seront utiles »</p>	<p>« <b>Il</b> s'agit de la première campagne de ce genre menée par l'ONU »</p> <p>« S'<b>il</b> y a bien une chose dont je suis certaine, c'est que cela doit cesser. »</p> <p>« sachez qu'<b>il</b> importe moins que les idées et les aspirations qu'<b>il</b> renferme »</p>



	<b>Ma/Mon /mes</b>	<b>Ta/ton /te s</b>	<b>Sa /son/ses</b>	<b>Notre</b>	<b>Votre</b>
<b>Article 1</b>	<p>« lorsqu'à 18 ans, j'ai réalisé que mes copains étaient incapables d'exprimer leurs sentiments »</p> <p>« Ces droits sont, à mon sens, des droits fondamentaux de l'humain »</p> <p>« je souhaite apporter ma contribution pour faire bouger les choses. »</p>		<p>« Mais ce qui m'a le plus marqué, c'est que les hommes ne représentaient que 30 pour cent de son auditoire. »</p>		<p>« Je m'adresse à vous en ce jour, car j'ai besoin de votre aide »</p> <p>« Messieurs, j'aimerais profiter de cette opportunité pour vous inviter formellement. L'égalité des sexes est aussi votre problème. »</p>

### **Commentaire :**

Les pronoms personnel « je » et la deuxième personne du pluriel « nous » indique fortement la présence du locuteur qui s'adresse à un publique cible afin de dénoncer les violences subies a l'encontre des femmes.

la deuxième personne du pluriel « vous » indique le destinataire ou la personne dont le locuteur vise par son discours féministe

la 3eme personne du singulier et du pluriel revoie aux personne que le locuteur cite dans les propos féministe afin de dénoncer, lutter ,contre toute acte de violence

La subjectivité et également marquée par l'emploi, des indices spatio-temporel, modalisateurs, adverbes et locution adverbiales, temps et mode verbaux, Indices organisationnels suivants :

<b>Article 1</b>			
<b>indices personnels</b>	Je, nous, on, il, vous,		
<b>Indice spatio-temporel</b>	<b>De lieux</b>	<b>De temps</b>	
	New York, grande Bretagne pays, société, école, royaume unis, milieux ruraux	Ce jour, aujourd’hui, maintenant, 16 années, quelque instants, 6mois, en 1995 ,75ans, huit ans, en 2086	
	<b>Indices de démonstration</b>	Ce, cela, ces, celles, cette	
	<b>Modalisateurs :</b>	fort, agressifs, ségrégateurs ;séduisants, mémorable, fragilisés, agressifs, sensible, silencieuse	
	<b>Adverbes et locution adverbiales :</b>	Trop, certaine, si, sur, quand, maintenant, alors,	
	<b>Temps et mode verbaux :</b>	Verbe :	Temps
		Souhaitons Voulons Ont commencé Parvenu Souffraient étaient	Passé simple Passé simple Passé composé Passé composé L’imparfait L’imparfait
<b>Indices organisationnels</b>	Car, mais, comme, pour, en tant que, parce que Autant que, Moins que, afin de, lorsque		

<b>Discours rapporté</b>	<p>« la conviction que les hommes et les femmes doivent jouir des mêmes chances,</p> <p>c'est cela la théorie politique économique et social de l'égalité des sexes »</p> <p>« pour que le mal triomphe, seule suffit l'inactivité des hommes de bien ».</p>
--------------------------	--

**b) Analyse pragmatique :**

Le langage permet aux individus d'accomplir des actes, cependant on peut faire la distinction entre les trois actes

<b>Corpus</b>	<b>L'acte locutoire</b>	<b>L'acte illocutoire</b>	<b>L'acte perlocutoire</b>
<b>Article 1</b>	<p>Je m'adresse à vous en ce jour, car j'ai besoin de votre aide. Nous souhaitons mettre fin aux inégalités entre les sexes, et pour y parvenir, l'implication de tous est indispensable.</p> <p>nous souhaitons mobiliser autant d'hommes et de garçons que possible pour qu'ils militent pour l'égalité des sexes. Mais au-delà des discours, nous voulons obtenir des résultats tangibles</p> <p>J'ai été nommée il y a six mois et depuis, plus je parle de féminisme, plus je réalise que la lutte pour les droits des femmes est trop souvent associée à la haine des hommes. S'il y a bien une chose dont je suis</p>	<p>J'ai commencé à m'interroger sur les préjugés liés au genre à l'âge de huit ans, lorsque j'ai eu du mal à comprendre pourquoi on me qualifiait d'« autoritaire » pour le simple fait de vouloir mettre en scène les pièces que nous allions jouer devant nos parents, ce que l'on ne reprochait pas aux garçons.</p> <p>Je trouve normal que la société m'accorde le même respect que les hommes.</p> <p>Mais je constate avec regret qu'il n'y a pas un pays au monde où toutes les femmes sont assurées de bénéficier de ces droits.</p> <p>Je veux que les hommes relèvent ce défi, afin que</p>	<p>évalue la réalité des familles d'aujourd'hui dans le cadre des transformations radicales qui s'opèrent aux niveaux économique, démographique, politique et social. Le rapport présente des données mondiales, régionales et nationales. Il analyse également divers aspects majeurs tels que les lois sur la famille, l'emploi, le travail de soins non rémunéré, la violence à l'égard</p>

	<p>certaine, c'est que cela doit cesser.</p> <p>Je me suis dit que j'étais féministe et cela m'a paru tout naturel. Mais mes récentes recherches m'ont montré à quel point le féminisme est devenu impopulaire. Messieurs, j'aimerais profiter de cette opportunité pour vous inviter formellement. L'égalité des sexes est aussi votre problème.</p> <p>Parce que, jusqu'à présent, la société a considéré que mon père avait un rôle moins important à jouer dans mon éducation que ma mère, alors que j'avais besoin de lui tout autant.</p>	<p>leurs filles, leurs sœurs et leurs mères n'aient pas à subir un quelconque préjudice, mais aussi pour que leurs fils puissent se montrer vulnérables et humains, en reprenant possession de ces parties d'eux-mêmes qu'ils avaient mis de côté, afin de parvenir à une version plus vraie et plus complète d'eux-mêmes.</p> <p>Lorsque j'ai éprouvé du trac pour prononcer ce discours et dans mes moments de doute, je me suis répétée avec fermeté : si je ne le fais pas, qui le fera ? Si je ne le fais pas maintenant, alors quand ? Si le doute s'empare de vous quand une occasion similaire s'offre à vous, j'espère que ces mots vous seront utiles.</p> <p>si nous n'agissons pas, il faudra attendre 75 ans, ou peut-être mon 100e anniversaire, avant que les femmes puissent prétendre au même salaire que les hommes, à travail égal. Au cours des 16 années à venir, 15,5 millions de filles seront mariées alors qu'elles ne seront encore que des enfants. Et au rythme actuel, toutes les filles africaines issues de</p>	<p>des femmes, ainsi que les familles et la migration</p>
--	---	--	---

		milieux ruraux ne recevront une éducation secondaire qu'en 2086	
--	--	---	--

### Commentaire :

Après avoir analysé ce tableau sur le plan pragmatique, nous retenons que l'acte locutoire, illocutoire et perlocutoire ont pour but de sensibiliser et inciter les femmes à l'action pour prendre des mesures concrètes contre tout acte de violence, d'injustice et de harcèlement.

### c) Stratégies du discours :

Corpus	L'espace de l'légitimation	L'espace de crédibilité	L'espace de captation
<b>Article 1</b>	<p>J'ai commencé à m'interroger sur les préjugés liés au genre à l'âge de huit ans, lorsque j'ai eu du mal à comprendre pourquoi on me qualifiait d'« autoritaire » pour le simple fait de vouloir mettre en scène les pièces que nous allions jouer devant nos parents, ce que l'on ne reprochait pas aux garçons.</p> <p>Lorsqu'à 14 ans, certains journaux ont commencé à me sexualiser.</p> <p>Lorsqu'à 15 ans, mes amies ont abandonné leurs équipes de sport parce</p>	<p>Nous souhaitons mettre fin aux inégalités entre les sexes, et pour y parvenir, l'implication de tous est indispensable.</p> <p>Il s'agit de la première campagne de ce genre menée par l'ONU : nous souhaitons mobiliser autant d'hommes et de garçons que possible pour qu'ils militent pour l'égalité des sexes. Mais au-delà des discours, nous voulons obtenir des résultats tangibles</p> <p>J'ai été nommée il y a six mois et depuis, plus je parle de féminisme, plus je réalise que la lutte pour les droits des femmes est trop souvent</p>	<p>Nous lançons aujourd'hui la campagne « <u>HeForShe</u> ».</p> <p>Nous luttons pour un monde uni et nous avons la chance d'avoir un mouvement unificateur. Ce mouvement s'appelle HeForShe</p> <p>Je vous invite à vous manifester, à faire entendre vos idées, à être le « lui » pour « elle » et à vous demander : si je ne le fais pas, qui le fera ? Si je ne le fais pas</p>

	<p>qu'elles ne voulaient pas paraître « trop musclées ».</p> <p>Et lorsqu'à 18 ans, j'ai réalisé que mes copains étaient incapables d'exprimer leurs sentiments.</p> <p>Je me suis dit que j'étais féministe et cela m'a paru tout naturel. Mais mes récentes recherches m'ont montré à quel point le féminisme est devenu impopulaire.</p> <p>Apparemment, je fais partie de ces femmes aux propos jugés trop forts, trop agressifs, trop ségrégateurs, anti-hommes et peu séduisants.</p>	<p>associée à la haine des hommes. S'il y a bien une chose dont je suis certaine, c'est que cela doit cesser.</p> <p>Pour mémoire, le féminisme se définit comme « la conviction que les hommes et les femmes doivent jouir des mêmes droits et des mêmes chances. C'est cela la théorie politique, économique et sociale de l'égalité des sexes ».</p>	<p>maintenant, alors quand ?</p>
--	---	---	----------------------------------

**Commentaire :**

Selon la notion de stratégie discursive, nous observons que la militante par son discours féministe a pour but de capter l'attention en se servant de visées communicatives et persuasives pour faire agir et sensibiliser les femmes et la société de ne plus se laisser faire dès lors qu'on se fait violenter.

### 1.3.2 Analyse Article 2

#### a) Analyse énonciative

Article 2	Je	Tu	nous	vous	Il /ils
	« <b>J'</b> en appelle à mes compatriotes les enfants de se lever dans le monde entier. »		« le soi-disant monde des adultes peuvent comprendre, mais <b>nous</b> , les enfants non. »  « Pourquoi les pays que <b>nous</b> appelons «fort» sont si efficaces à la créer de guerres »  « <b>nous</b> devons devenir la première génération à décider d'être le dernière »		« <b>Il</b> s'agit de notre devoir. »

#### Commentaire

Le pronom personnel « Je » et la deuxième personne du pluriel « nous » indique la présence du locuteur qui s'adresse à un publique cible qu'il vise par ses messages (discours féministe)

La 3ème personne du singulier « il » renvoie aux gens que le locuteur cite dans les propos du discours féministe afin de sensibiliser et convaincre.

	<b>Ma/Mon /mes</b>	<b>Ta/ton /tes</b>	<b>Sa /son/ses</b>	<b>Notre</b>	<b>Votre</b>
<b>Article 2</b>	« J'en appelle à <b>mes</b> compatriotes les enfants de se lever dans le monde entier »		« Que ce soit la dernière fois qu'un garçon ou une fille passe <b>son</b> enfance dans une usine. »	« nous devons être déterminés que <b>notre</b> rêve d'une éducation de qualité pour tous se réalise  « Il s'agit de <b>notre</b> devoir. »	

### Commentaire

la subjectivité et également marquée par l'emploi, des indices spatio-temporel, modalisateurs, adverbes et locution adverbiales, temps et mode verbaux, Indices organisationnels suivants :

<b>Article 2</b>	<b>Indices spatio-temporel :</b>	De lieux	De temps
		Ecole, pays, monde, classe, usine.	21 <sup>e</sup> siècle, aujourd'hui, Maintenant, Dernière fois
	<b>Indices de démonstration</b>	Ce, ces, cela, cette.	
	<b>Modalisateurs</b>	Fort, vide, perdues, gaspillé, forcée, meilleurs	
	<b>Adverbes et locution adverbiales :</b>	Si, mais, comme,	
<b>Temps et mode</b>	Verbes	Temps	



	<b>verbaux</b>	Appelons Vivons Croyons Nous avons Nous devons Soit	Présent de l'indicatif Présent de l'indicatif Présent de l'indicatif Passé composé Présent de l'indicatif Présent de l'indicatif
	<b>Indices organisationnels</b>	Mais, pour	

### b) Analyse pragmatique

Article 2	L'acte locutoire	L'acte illocutoire	L'acte perlocutoire
	<p>Chers frères et sœurs, le soi-disant monde des adultes peuvent comprendre, mais nous, les enfants non.</p> <p>Pourquoi les pays que nous appelons «fort» sont si efficaces à la créer de guerres, mais si impuissants à ramener la paix?</p> <p>Pourquoi donner des armes est si facile, mais donner des livres est si difficile</p> <p>Pourquoi est-ce que construire des tanks est si facile, mais la</p>	<p>Alors laissez-nous créer l'égalité, la justice et la paix pour tous. Non seulement les politiciens et les dirigeants du monde, mais nous avons tous besoin de contribuer. Moi. Vous. Nous. Il s'agit de notre devoir</p> <p>Nous devons donc travailler ... et ne pas attendre</p> <p>J'en appelle à mes compatriotes les enfants de se lever dans le monde entier.</p> <p>Chers frères et sœurs,</p>	<p>cet acte vise à offrir une éducation de base de qualité, l'une des choses les plus importantes que puisse avoir les enfants, et c'est ainsi la voie vers un monde, plus pacifique, prospère et égal pour tous</p> <p>la militante vise également à relancer l'action politique afin de garantir à chaque fille le droit d'aller à l'école et faire de l'éducation des filles une priorité de plus son courage pour l'éducation des filles a déjà motivé tant</p>

	<p>construction d'écoles est si difficile? Comme nous vivons dans l'ère moderne, le 21e siècle, nous croyons tous que rien n'est impossible Nous pouvons atteindre la Lune et peut-être bientôt on se posera sur Mars. Dans ce domaine, au 21e siècle, nous devons être déterminés que notre rêve d'une éducation de qualité pour tous se réalise.</p>	<p>nous devons devenir la première génération à décider d'être le dernière.</p> <p>Que ce soit la dernière fois qu'un garçon ou une fille passe son enfance dans une usine.</p> <p>Que ce soit la dernière fois qu'une fille soit forcée à un mariage précoce des enfants.</p> <p>Que ce soit la dernière fois qu'un enfant innocent perde la vie en temps de guerre.</p> <p>Que ce soit la dernière fois qu'une salle de classe reste vide.</p> <p>Que ce soit la dernière fois qu'une fille apprenne que l'éducation est un crime et non un droit.</p> <p>Que ce soit la dernière fois que l'enfant soit exclu de l'école.</p> <p>Que cela finisse avec nous.</p>	<p>de personne à travers le monde .</p>
--	--	---	---

## Commentaire

Après avoir analysé ce tableau sur le plan pragmatique, nous retenons que l'acte locutoire, illocutoire et perlocutoire nous informent afin de sensibiliser, persuader et motiver tant de personne à travers le monde à l'action afin de garantir à chaque fille le droit d'aller à l'école et faire de l'éducation des fille une priorité.

### c) stratégies du discours

Corpus	L'espace de légitimation	L'espace de crédibilité	L'espace de captation
<b>Article 2</b>	<p>J'en appelle à mes compatriotes les enfants de se lever dans le monde entier</p> <p>Chers frères et sœurs, nous devons devenir la première génération à décider d'être le dernière.</p> <p>Pourquoi les pays que nous appelons «fort» sont si efficaces à la créer de guerres, mais si impuissants à ramener la paix? Pourquoi donner des armes est si facile, mais donner des livres est si difficile? Pourquoi est-ce que construire des tanks est si facile, mais la construction d'écoles est si difficile?</p>	<p>Nous pouvons atteindre la Lune et peut-être bientôt on se posera sur Mars. Dans ce domaine, au 21e siècle, nous devons être déterminés que notre rêve d'une éducation de qualité pour tous se réalise. laissez-nous créer l'égalité, la justice et la paix pour tous. Non seulement les politiciens et les dirigeants du monde, mais nous avons tous besoin de contribuer. Moi. Vous. Nous. Il s'agit de notre devoir Nous devons donc travailler ... et ne pas attendre</p>	<p>Se résume dans le fait de croire au pouvoir et à la force des mots pour atteindre le résultat du changement</p> <p>Et faire recours à l'affect, sentiment de justice, de paix, de souffrance et de sensibilisation</p>

## Commentaire

Suite a ce tableau, nous remarquons que la militante par son discours féministe a pour but de capter l'attention en se servant de visées communicative et persuasive pour faire agir, sensibiliser, et faire recours à l'affect, sentiment de justice, et de paix au public cible pour atteindre le résultat du changement et garantir à chaque fille le droit d'aller à l'école.

### 1.3.3 Article 3

#### a)Analyse énonciative

article 3	Je	Tu	nous	vous	Il /ils
		« <i>tu ne vas pas te plaindre, hein ?</i> »	« autour de <b>nous</b> , des femmes sont victimes de violences, chaque jour. »  Autour de <b>nous</b> , des hommes commettent ces violences, chaque jour.		« <b>il</b> semble que notre monde découvre, ébahi, la difficulté indicible de parler des violences sexistes et sexuelles »  « #metoo n'a pas libéré la parole. <b>Il</b> a libéré les yeux et les oreilles. »
<b>Article 3</b>	<b>Ma/Mon /mes</b>	<b>Ta/ton /tes</b>	<b>Sa /son/ses</b>	<b>Notre</b>	<b>votre</b>

		« <i>tu ne vas pas te plaindre, hein ?</i> »	« il semble que <b>notre</b> monde découvre, ébahi, la difficulté indicible de parler des violences sexistes et sexuelles »  « <b>Notre</b> société ne voulait pas les voir. »
--	--	--	--

### Commentaire

la deuxième personne du singulier « tu » et la deuxième personne du pluriel « nous » indiquent le destinataire ou la personne dont le locuteur vise par ses messages (discours féministe) la 3<sup>ème</sup> personne du singulier et du pluriel « il, ils » renvoie aux gens que le locuteur cible dans les propos du discours féministe afin de lutter et dénoncer les violences.

La subjectivité et également marquée par l'emploi, des indices spatio-temporel, modalisateurs, adverbes et locution adverbiales, temps et mode verbaux, Indices organisationnels suivants :

<b>Article 3</b>	<b>Indice spatio-temporels</b>	<b>De lieux</b> Société, maison, travail, rue,	<b>De temps</b> Octobre 2017, Chaque jour, Quotidien
	<b>Indices de démonstration</b>	Ce, ces, cette, celui, se, sa	

	<b>Modalisateurs</b>	cruelle, violences, visibles, réelles, vieille peau, banal, petit, lente, intimité, sexistes, sexuelles,
	<b>Adverbes et locution adverbiales</b>	Comme, si, alors
	<b>Indices organisationnels</b>	Comme, pour, mais, jusqu'alors, puisque, il semble que
	<b>Discours rapportés</b>	« Tu ne vas pas te plaindre, hein ? »

## b) Analyse pragmatique

Corpus	L'acte locutoire	L'acte illocutoire	L'acte perlocutoire
<b>Article 3</b>	<p>il semble que notre monde découvre, ébahi, la difficulté indicible de parler des violences sexistes et sexuelles.</p> <p>Comme si #metoo avait pu bien se passer.</p> <p>Comme si le fait de révéler, avec fracas, que les violences sexistes et sexuelles nous concernent toutes et tous pouvait être sympathique</p> <p>#metoo, c'est la mise à jour crue – et cruelle – de ce que notre société refusait de voir jusqu'alors : autour de nous, des femmes sont victimes de violences, chaque jour.</p> <p>Autour de nous, des hommes commettent ces violences, chaque jour.</p>	<p>#metoo n'a pas changé la réalité des violences. Les chiffres étaient déjà là, les mobilisations féministes existaient pour dénoncer ces violences. Notre société ne voulait pas les voir.</p> <p>#metoo les a rendus visibles.</p> <p>#metoo les a rendus réels.</p> <p>#metoo n'a pas libéré la parole. Il a libéré les yeux et les oreilles.</p> <p>Les dizaines de milliers de témoignages ont percuté cette illusion de l'égalité, ce sentiment qu'au fond « <i>globalement, ça va</i> », « <i>tu ne vas pas te plaindre, hein ?</i> ».</p>	<p>Cet acte a eu pour objectif de dénoncé les violences sexistes et sexuelles afin de déclenché un changement social a l'échelle planétaire et cela a poussé des millions de personnes à regarder autrement leurs vie leurs intimité leurs comportement a la maison, au travail, ou dans la rue</p>

### Commentaire

A la fin de notre analyse sur le plan pragmatique, nous remarquons que l'acte locutoire et illocutoire veulent atteindre une visée informative dans le but d'influencer et sensibiliser les gens pour lutter et dénoncer les violences sexistes et sexuelles subies a l'encontre des femmes.

### c) Stratégies du discours

Corpus	L'espace de l'légitimation	L'espace de crédibilité	L'espace de captation
Article 3		<p>#metoo a déclenché un changement social, à l'échelle planétaire, comme nous en avons rarement connu en matière d'égalité femmes-hommes.</p> <p>#metoo a poussé des millions de personnes à regarder autrement leur vie, leur intimité, leurs comportements à la maison, au travail ou dans la rue</p> <p>Notre société est en train de muer. Elle quitte sa vieille peau, dans laquelle les violences sexistes et sexuelles étaient la norme, le banal, le quotidien, pour revêtir petit à petit un nouvel habit : celui de l'égalité. C'est une mue lente. Radicale.</p>	<p>Cet acte constate que le mouvement entraîne un changement profond dans les rapports hommes-femmes, ce qui ne peut que susciter de fortes résistances.</p> <p>De plus C'est les résultats aux violences sexistes et sexuelles qui sont intolérables. Dénoncer ne suffit plus, il faut désormais changer les comportements. La lutte contre les violences sexistes et sexuelles doit devenir l'affaire de tous. et revêtir petit à petit un nouvel habit : celui de l'égalité.</p>

### Commentaire

A la fin de notre analyse du corpus selon la notion de stratégie discursive nous observons que la militante à travers son discours féministe veut capter l'attention dans le but de lutter et de défendre les droits des femmes ainsi que de dénoncer les violences sexistes et sexuelles subies quotidiennement.



## **1.4 Conclusion**

Ces analyses ont permis de dégager les éléments discursifs permettant, d'une part, l'implication du producteur de parole, en l'occurrence, ces personnalités féministes, via l'introduction des marqueurs énonciatifs, dans leur combat contre les inégalités hommes femmes, les stratégies du discours de légitimité, crédibilité et de captation dans le but de persuader et de marquer l'importance de défense des droits des femmes et dénoncer les violences subies quotidiennement, et les actes langagier afin de sensibiliser et prendre des mesures concrètes pour le combat des femmes.

# **Chapitre 2**

## **Corpus Iconique et Analyse Sémiotique**

## **2.1 Introduction**

Dans notre société, l'image possède le monopole entre autres via les médias. Mais il semble juste de se questionner sur la source de ce pouvoir qu'elle détient au sein de nos vies.

C'est au travers des journaux, au même titre que sur internet ou encore à la télévision qu'elle côtoie le quotidien de bon nombre de personnes.

L'image est un support de communication et peut de ce fait rendre compte d'une situation mieux qu'un texte dans le sens où elle fait appel à la sensibilité de son spectateur. Elle parvient à persuader alors que le texte tente de convaincre la plupart du temps.

Nous allons analyser deux affiches publicitaires de sensibilisation qui traitent de violence conjugale et de harcèlement en milieu professionnel. Suivant la méthode de Roland Barthes, chaque image fera l'objet d'une présentation générale, par la suite nous allons adopter l'analyse sémiotique en dégagant les différents messages (linguistique, iconique, et plastique).

## **2.2 Analyse Sémiotique de l'Image :**

### **2.2.1 Le corpus iconique :**

Aujourd'hui la sensibilisation via des spots vidéo pub, des publicités, contre les violences faites aux femmes et toute forme de discriminations afin de lever le voile sur ce phénomène qui prend de l'ampleur dans les sociétés, le rôle des femmes, actrices, chanteuses, cadres fortement présentes dans ces médias audio visuels et donc l'impact positif de l'image a permis de dénoncer ces inégalités et violences subies par les femmes conduisant à des condamnations et la promulgation de lois contre les violences et le harcèlement.

Nous avons choisi pour notre étude deux images ou affiches publicitaire de sensibilisation, recueillies sur le net dans les medias, en prenant l'exemple de la violence conjugale d'une part, qui occupe une place médiatique très importante dans le monde entier depuis des années à travers des milliers d'images traitants de ce sujet et d'autre part, une affiche représentant le harcèlement et inégalité des femmes en milieu professionnel. Présentées ci-dessous, ces affiches seront suivies de tableaux relatifs à notre analyse où les éléments sémiotiques seront présentés pour arriver à une interprétation des différents signes linguistiques, plastiques et iconiques.

## 2.2.2 Analyse du Corpus Iconique

Image 1 / lourd et dur silence



<b>Image 1</b>	<b>Signifiant</b>	<b>Signifié de dénotation</b>	<b>Signifié de connotation</b>
<b>Signes linguistique</b>	Lourd et dur silence	un silence pesant et difficile à supporter	Dénoncer les violences  Lourd et dur silence Souffrance morale et physique
<b>Signes plastique</b>	Noir, gris, blanc, rouge, vert	Blanc et noir représente le mariage (robe blanche, costume) mauve	-silence, vertu. – pouvoir, menace, mélancolie –violence, danger, destin, stress, malheur de la jeune mariée
<b>Signes plastique (Image 1)</b>	Jeune couple marié en robe blanche mari en costume, rose de couleur blanche et rouge	Pause photo d'un jeune couple marié  L'union d'un jeune couple	-L'arrière plan et de couleurs grises représente dans cette icône l'inconnu et le vide -position droite du jeune couple représente qu'ils sont prêts pour l'union. La photo de mariage de face symbolise le bonheur des jeunes mariés
<b>Signe iconique (Image 2)</b>	-jeune mariées de dos	-Mari forçant le bras de sa compagnante  -Mariée ayant des cicatrices	-Arrière plan accentue vers le gris symbolisant la tristesse le chagrin et la peur –la

			femme subit la violence physique ainsi que psychologique par peur de perdre le conjoint ou bien des représailles sinon parce qu'elle est contrainte à la soumission. .
--	--	--	--

**Commentaire :**

on voit sur la première photo, des sourires, de l'amour... bref, le bonheur parfait d'un jeune couple mariés. Mais la réalité est souvent bien différente de ce que l'on veut bien nous faire croire. Sur le second cliché, l'histoire des mariés semble beaucoup moins idyllique. Prise de dos, la photo montre l'homme immobilisant la femme avec force. Son bras est recouvert d'ecchymoses, les personnes qui vivent cette situation de près ou de loin gardent le silence. Le sujet reste tabou, les victimes de violences conjugales n'osent révéler à personne leur lourd et dur secret. Soit par peur de perdre leur conjoint ou simplement par peur que des représailles. Et donc cette publicité est une dénonciation d'une part des violences conjugales et d'autre part, sensibiliser les femmes et la société de ne plus se laisser faire dès lors qu'on se fait violenter

**Image 2 / beaucoup de bruit, moins d'espace**



<b>Image 2</b>	<b>Signifiant</b>	<b>Signifié de dénotation</b>	<b>Signifié de connotation</b>
<b>Signes linguistique</b>	« beaucoup de bruit, moins d'espace »	peu d'espace et énormément de bruit	-Il faut dénoncer le harcèlement au travail -connaître les lois pour se défendre Beaucoup de bruit moins d'espace : place de la femme en entreprise, pas égale de l'homme, subit des pressions, harcèlement, pas de considération des hommes au travail, inégalité des salaires pour le même poste.
<b>Signes plastique</b>	Marron, gris, bleu, noir	gris Représente la couleur du mur, le marron couleur du carton, bleu chemise et pantalon, noir les graffitis	-la méfiance, menace, violence,  L'inquiétude, l'angoisse, sensibilité, la peur
<b>Signes iconique</b>	Femme employée Un pc portable Graffitis d'un homme énervé, et d'une femme qui pointe du doigt Ruelle	L'image montre une jeune femme employée courbée et coincée dans un carton, tenant son pc portable dans un endroit vide de sens semblable à une ruelle avec des graffitis d'une femme qui pointe du doigt l'employée et d'un homme qui crie	L'arrière plan de couleurs gris donne un appui au sens de l'image avec ses graffitis lourd de sens montrant la pression au travail à l'égard de la femme (employée) entre autre le doigt pointé et caricature d'homme qui crie ensuite on voit bien le carton et réduite de l'espace



			l'instabilité ,la peur et le regard de la femme montre qu'elle n'est pas à l'aise et qu'elle ne se focalise pas sur son travail car elle est occupée par la pression et sa position montre la soumission .
--	--	--	--

**Commentaire 2:**

C'est une publicité de sensibilisation relative au harcèlement au travail des femmes et l'inégalité hommes / femmes en milieu professionnel.

Le harcèlement au travail reste une problématique complexe car il y a encore des situations méconnues, en raison du sentiment de honte ou de crainte lié au harcèlement qui peut causer un licenciement également. Aujourd'hui, les chiffres relatifs au harcèlement sont sous-estimés, surtout si l'on y ajoute les phénomènes de harcèlement sexuel, encore moins dénoncés.

### **2.3 Conclusion :**

A travers l'analyse sémiotique de l'image , nous remarquons que c'est le processus de communication le plus puissant et le plus chargé d'émotions car tout simplement l'image peut être directement interprétée par tout le monde sans distinction de langue et donc l'image joue un rôle essentiel dans la manipulation des gens à condition de faire appel à des mots pertinents , puissants, qui touchent de manière positive ou négative afin de décrire des situations abstraites qui évoluent dans le temps comme les notions conceptuelles ( le bien et le mal) pour montrer leur pouvoir.

La puissance de l'image réside dans l'interaction de ces codes avec lesquels elle communique

## Conclusion Générale

La dénonciation des femmes ces dernières années des différents types de harcèlements qu'elles subissent quotidiennement dans la sphère privée et publique de la part des hommes à travers les spots publicitaires, les organisations féministes, les médias ont permis de lever le voile sur un sujet tabou décrié par les femmes qui sont sorties de leur silence grâce aux nouvelles technologies de communication.

Notre étude basée sur le rôle des médias et des réseaux aujourd'hui dans la lutte commune contre le harcèlement et la violence qui incombent aux femmes, nous a interpellé à poser la problématique suivante :

*« Est-ce que les réseaux sociaux représentent aujourd'hui une force collective où la communication personnelle a un impact sur la société ? Et est ce que la libération de la parole des femmes pour revendiquer ses droits via ces moyens de communication aujourd'hui a permis le changement d'attitudes envers les femmes et l'octroi de plus de droits? »*

Nous avons essayé à travers les questions de recherches présentées de valider les hypothèses proposées dans notre recherche en ayant recours aux différentes approches pragmatiques dans notre étude.

Dans l'analyse de notre corpus, nous nous sommes appuyés sur les deux approches en analyse du discours : l'approche énonciative et l'approche pragmatique.

Notre analyse sur le plan thématique consiste à l'identification des différents thèmes abordés dans l'ensemble des articles choisis. Nous avons pu identifier trois thèmes qui sont source de conflit à l'encontre des femmes, nous citons : l'égalité des sexes, droit à l'éducation, violence sexiste et sexuelle

Concernant le plan énonciatif, nous avons dégagé les marques de la subjectivité : pronoms personnels et pronoms possessifs, adjectifs qualificatifs et péjoratifs, adverbes, terme et expressions péjoratives afin de démontrer la marque de subjectivité dans le discours.

Dans l'analyse pragmatique, nous avons pu repérer les trois actes du langage (acte locutoire, acte illocutoire et l'acte perlocutoire) et avons déterminé dans chaque thème les stratégies utilisées par les locuteurs pour atteindre leurs objectifs.

Notre analyse nous a permis de répondre à notre problématique de base en déduisant que le rôle des médias et des réseaux sociaux aujourd'hui dans la lutte commune contre le harcèlement et la violence qui incombent aux femmes, représente une force collective de la libération de la parole des femmes pour revendiquer ses droits via ces moyens de communication. Face aux contestation et dénonciations des femmes, il y eut promulgation de lois permettant de mieux protéger les droits des femmes en ayant recours aux sanctions et même à l'emprisonnement.

les résultats de notre travail de recherche ont également permis de relever que l'image a un pouvoir avéré sur l'opinion publique plus qu'un texte écrit que ce soit dans un sens positif ou négatif en fonction du contexte, de la situation. Ce pouvoir ne concerne pas uniquement la transmission des informations mais il s'intéresse à manipuler et faire agir le public cible.

Il serait intéressant dans ce cadre de considérer dans d'autres études la perception par l'opinion de ces discours féministes et l'impact notamment sur les hommes qui dénoncent à leur tour le harcèlement mené contre les femmes comme une forme de soutien des droits des femmes bafoués dans un monde sexiste et discriminant.

## Références Bibliographiques

### Ouvrages :

- AMOSSY Ruth, dir, (2002) **Pragmatique et analyse des textes**. Tel-Aviv, Presses de l'université de Tel-Aviv.
- BARTHES. R, (1964), **Rhétorique de l'image**, **Communication**, N°4, Seuil.
- BARTHES. R, (1985), **L'aventure sémiologique**, Ed .Seuil, Paris.
- BAUTAUD J.J, (1998) **Sémiotique et communication, du signe au sens**, L'harmattan,Paris.
- BUYSENS. E, (1970) « **La communication et l'articulation linguistique** », cité par Mounin George Introduction à la Sémiologie Éd. Minuit, Paris.
- CAZENEUVE Jean. **Qu'est ce que la communication ?** In : Les cahiers de la publicité, n 5, la communication. pp 11-14.
- CHARAUDEAU Patrick, (1983) **Langage et Discours- Elément de sémiolinguistique (théorie et pratique)**. Paris : Hachette.
- FLOCHE. J M,( 1995) « **Sémiotique, marketing et communication** (sous les signes, les Stratégies) », PUF, Coll. « Formes sémiotiques», Paris
- JOLY. M, (2002) **L'image et les signes**. NATHAN. France.
- JOLY. M, (2006) **Introduction à l'analyse de l'image**, Edition Armon colin, Paris.
- KERBRAT-Orecchioni Catherine, (1980) **l'Énonciation. De la subjectivité dans le langage**, Paris, Armand Colin.
- KLINKENBERG. J M, (2009) **Approche sémiotique de l'équitation**.
- PEIRCE C.S, (1980) « **La sémiotique phanéroscopique** ».
- PLATON, 1949 La République, trad. Ed. Chambry, Les Belles Lettres, Paris, in Joly RASTIER. F, (1990) «**Sémiotique, In Revue Encyclopédie philosophique universelle** »,Ed. PUF, Paris.
- SANDERS. P C, (1978) « **Ecrits sur le signe, textes choisis (trad française)** », Ed. Seuil,Paris, in Martine Joly, L'image et les signes.
- SAUSSURE. F, (1971) **Cours de linguistique générale**, éd. Bally et Sechehaye, djvu/34.

- SEMPRINI Andrea,( 1995) « **Analyser la communication, comment analyser les Images, les médias, la publicité** », Ed : Le Harmattan 5-7, rue de l'école de Polytechnique 75005 Paris - France.
- TOURATIER. C, (2010) **La sémantique**, Armand Colin Editeur, Paris.

## Sitographie

[https://www.persee.fr/doc/reper\\_0755-7906\\_1979\\_num\\_51\\_1\\_1614](https://www.persee.fr/doc/reper_0755-7906_1979_num_51_1_1614)  
<https://www.universalis.fr/encyclopedie/actes-de-langage/1-quand-dire-c-est-faire>  
<http://www.analyse-du-discours.com/strategies-discursives>  
<https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7557>  
<http://www.ac-grenoble.fr/PhiloSophie/logphil/notions/langage/convers/textes/saussure/signe.htm>  
[https://www.persee.fr/doc/lgge\\_0458-726x\\_1980\\_num\\_14\\_58\\_1844](https://www.persee.fr/doc/lgge_0458-726x_1980_num_14_58_1844)  
<http://mcmarco2008.blogspot.com/2008/10/limage-et-les-signes-martine-joly.html>  
[http://www.patrick-charaudeau.com/Le-contrat-de-communicationdans.html?fbclid=IwAR3gKpGflwTJbn5JSMwXxnn9Sa5pGnvIZ8X5\\_kIc\\_SMcVwZbhwhabU2I14](http://www.patrick-charaudeau.com/Le-contrat-de-communicationdans.html?fbclid=IwAR3gKpGflwTJbn5JSMwXxnn9Sa5pGnvIZ8X5_kIc_SMcVwZbhwhabU2I14)  
<http://lesdefinitions.fr/communication>  
<https://www.letudiant.fr/boite-a-docs/document/types-strategies-et-enjeux-de-la-communication-0603.html> <https://sites.google.com/a/analyse-du-discours.com/www/l-analyse-du-discours#:~:text=L'analyse%20du%20discours%20est,dans%20lequel%20il%20est%20produit.https://www.collegedesaussure.ch/espacepedagogique/espacedesdisciplines/GEOGRAPHIE/cours-de-3eme-oc/pdf-analyse-dimages> <https://www.universalis.fr/encyclopedie/feminisme-histoire-du-feminisme>  
<https://www.aufeminin.com/news-societe/malala-yousafzai-son-inspirant-discours-a-la-remise-du-prix-nobel-s1156448.html>  
<https://www.unwomen.org/fr/news/stories/2014/9/emma-watson-gender-equality-is-your-issue-too> [https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/10/04/caroline-de-haas-metoo-une-mue-lente-mais-radicale\\_5364258\\_3232.html](https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/10/04/caroline-de-haas-metoo-une-mue-lente-mais-radicale_5364258_3232.html)

## ANNEXES

### Article 1

#### Caroline De Haas : « #metoo, une mue lente mais radicale »



#### Tribune

Caroline De Haas

Militante féministe

Caroline De Haas (Militante féministe)

Dans une tribune au « Monde », la militante féministe constate que le mouvement entraîne un changement profond dans les rapports hommes-femmes, ce qui ne peut que susciter de fortes résistances.

Publié le 04 octobre 2018 à 05h30 - Mis à jour le 04 octobre 2018 à 10h20 Temps de Lecture 5 min.

Caroline de Haas, en mai 2016 à Paris. JOEL SAGET/AFP

**Tribune.** Depuis octobre 2017 et la vague #metoo, il semble que notre monde découvre, ébahi, la difficulté indicible de parler des violences sexistes et sexuelles. Comme si #metoo avait pu bien se passer. Comme si le fait de révéler, avec fracas, que les violences sexistes et sexuelles nous concernent toutes et tous pouvait être sympathique.

*« #metoo, c'est la mise à jour crue – et cruelle – de ce que notre société refusait de voir jusqu'alors : autour de nous, des femmes sont victimes de violences, chaque jour. Autour de nous, des hommes commettent ces violences, chaque jour.*

*#metoo n'a pas changé la réalité des violences. Les chiffres étaient déjà là, les mobilisations féministes existaient pour dénoncer ces violences. Notre société ne voulait pas les voir. »*

*Lire aussi : [Aux origines de #metoo](#)*

*#metoo les a rendus visibles. #metoo les a rendus réels. #metoo n'a pas libéré la parole. Il a libéré les yeux et les oreilles.*

*« Les dizaines de milliers de témoignages ont percuté cette illusion de l'égalité, ce sentiment qu'au fond « globalement, ça va », « tu ne vas pas te plaindre, hein ? ». #metoo a déclenché un changement social, à l'échelle planétaire, comme nous en avons rarement connu en matière d'égalité femmes-hommes. Pas un repas de famille, pas une rencontre à la machine à café au bureau, pas une réunion politique dans lesquels la question des violences ne se soit pas invitée. #metoo a poussé des millions de personnes à regarder autrement leur vie, leur intimité, leurs comportements à la maison, au travail ou dans la rue. »*

***Ceux qui minimisent les problèmes***

*« Notre société est en train de muer. Elle quitte sa vieille peau, dans laquelle les violences sexistes et sexuelles étaient la norme, le banal, le quotidien, pour revêtir petit à petit un nouvel habit : celui de l'égalité. C'est une mue lente. Radicale. »*



## Article 2

### Emma Watson : l'égalité des sexes est aussi votre problème

Discours de l'Ambassadrice de bonne volonté d'ONU Femmes, Emma Watson, à l'occasion d'un événement spécial tenu au siège des Nations Unies, à New York, le 20 septembre 2014, dans le cadre de la campagne « HeForShe »

Date : samedi 20 septembre 2014

*[L'allocution prononcée fait foi]*

*Nous lançons aujourd'hui la campagne « HeForShe ».*

*« Je m'adresse à vous en ce jour, car j'ai besoin de votre aide. Nous souhaitons mettre fin aux inégalités entre les sexes, et pour y parvenir, l'implication de tous est indispensable.*

*Il s'agit de la première campagne de ce genre menée par l'ONU : nous souhaitons mobiliser autant d'hommes et de garçons que possible pour qu'ils militent pour l'égalité des sexes. Mais au-delà des discours, nous voulons obtenir des résultats tangibles.*

*J'ai été nommée il y a six mois et depuis, plus je parle de féminisme, plus je réalise que la lutte pour les droits des femmes est trop souvent associée à la haine des hommes. S'il y a bien une chose dont je suis certaine, c'est que cela doit cesser.*

*Pour mémoire, le féminisme se définit comme « la conviction que les hommes et les femmes doivent jouir des mêmes droits et des mêmes chances. C'est cela la théorie politique, économique et sociale de l'égalité des sexes ».*

*J'ai commencé à m'interroger sur les préjugés liés au genre à l'âge de huit ans, lorsque j'ai eu du mal à comprendre pourquoi on me qualifiait d'« autoritaire » pour le simple fait de vouloir mettre en scène les pièces que nous allions jouer devant nos parents, ce que l'on ne reprochait pas aux garçons.*

*Lorsqu'à 14 ans, certains journaux ont commencé à me sexualiser.*

*Lorsqu'à 15 ans, mes amies ont abandonné leurs équipes de sport parce qu'elles ne voulaient pas paraître « trop musclées ».*

*Et lorsqu'à 18 ans, j'ai réalisé que mes copains étaient incapables d'exprimer leurs sentiments.*

*Je me suis dit que j'étais féministe et cela m'a paru tout naturel. Mais mes récentes recherches m'ont montré à quel point le féminisme est devenu impopulaire.*

*Apparemment, je fais partie de ces femmes aux propos jugés trop forts, trop agressifs, trop ségrégateurs, anti-hommes et peu séduisants.*

*Pourquoi ce mot suscite-t-il un tel malaise ?*

*Je suis originaire de Grande-Bretagne et je pense qu'il est normal qu'en tant que femme, je sois payée autant que mes homologues masculins. Je pense qu'il est normal que je puisse disposer de mon propre corps comme bon me semble. Je trouve normal que des femmes participent à la politique et aux prises de décision de mon pays pour me représenter. Je trouve normal que la société m'accorde le même respect que les hommes.*

*Mais je constate avec regret qu'il n'y a pas un pays au monde où toutes les femmes sont assurées de bénéficier de ces droits.*

*Aucun pays dans le monde ne peut aujourd'hui se prévaloir d'être parvenu à instaurer l'égalité entre les hommes et les femmes.*

*Ces droits sont, à mon sens, des droits fondamentaux de l'humain. Mais je fais partie de celles qui ont de la chance. Je suis une grande privilégiée, car mes parents ne m'ont pas moins aimée parce que j'étais une fille. Mon école ne m'a pas imposé de limites parce que j'étais une fille. Mes tuteurs ne sont pas partis du principe que j'irais moins loin parce que j'étais susceptible d'avoir un jour des enfants. Toutes ces personnes ont été les ambassadrices/eurs de l'égalité des sexes qui ont fait de moi celle que je suis aujourd'hui. Elles et ils ne le savent peut-être pas, mais elles et ils sont les féministes involontaires qui sont en train de changer le monde d'aujourd'hui.. Et nous avons besoin de plus de gens comme ça.*

*Et si vous n'aimez toujours pas ce mot, sachez qu'il importe moins que les idées et les aspirations qu'il renferme. Parce que toutes les femmes n'ont pas eu les mêmes droits que moi. En effet, statistiquement, rares sont celles qui en ont bénéficié.*

*En 1995, Hilary Clinton a prononcé un discours mémorable à Beijing sur les droits des femmes. Bon nombre des propositions qu'elle a formulées sont hélas restées lettre morte.*

*Mais ce qui m'a le plus marqué, c'est que les hommes ne représentaient que 30 pour cent de son auditoire. Comment pouvons-nous espérer changer le monde quand la moitié de la*

*population n'est pas invitée ou n'a pas le sentiment d'être la bienvenue pour prendre part au débat ?*

*Messieurs, j'aimerais profiter de cette opportunité pour vous inviter formellement. L'égalité des sexes est aussi votre problème.*

*Parce que, jusqu'à présent, la société a considéré que mon père avait un rôle moins important à jouer dans mon éducation que ma mère, alors que j'avais besoin de lui tout autant.*

*J'ai vu des jeunes hommes qui souffraient de troubles psychiatriques, mais qui ne demandaient pas d'aide, par crainte d'avoir l'air moins « viril ». Au Royaume-Uni, le suicide est la principale cause de mortalité chez les hommes de 20 à 49 ans, devant les accidents de la route, le cancer et les maladies cardiovasculaires. J'ai vu des hommes fragilisés et peu sûrs d'eux essayer de se conformer à ce qu'ils pensaient être le succès au masculin. Les hommes souffrent également de l'inégalité des sexes.*

*Nous parlons peu des hommes qui sont prisonniers de stéréotypes liés au genre, mais je sais qu'il y en a, et que le jour où ils parviendront à s'en libérer, la situation des femmes s'en verra spontanément améliorée.*

*Si les hommes n'ont plus besoin d'être agressifs pour se faire accepter, les femmes ne se sentiront plus obligées d'être soumises. Si les hommes n'ont plus besoin de dominer, les femmes n'auront alors pas à être dominées.*

*Les hommes, au même titre que les femmes, ont le droit d'être sensibles. Les hommes, tout comme les femmes, devraient se sentir libres d'être forts... Il est grand temps que nous appréhendions l'égalité comme un spectre, au lieu d'y voir deux idéaux distincts et opposés.*

*Si nous arrêtons de définir les autres en fonction de ce qu'ils ne sont pas et si nous cherchons plutôt à nous définir par ce que nous sommes, cela nous rendra plus libres, et c'est précisément la raison d'être de HeForShe, à savoir, la liberté.*

*Je veux que les hommes relèvent ce défi, afin que leurs filles, leurs sœurs et leurs mères n'aient pas à subir un quelconque préjudice, mais aussi pour que leurs fils puissent se montrer vulnérables et humains, en reprenant possession de ces parties d'eux-mêmes qu'ils avaient mis de côté, afin de parvenir à une version plus vraie et plus complète d'eux-mêmes.*

*Vous vous demandez peut-être : que fait cette fille de Harry Potter sur la scène des Nations Unies ? C'est une bonne question, et croyez-moi, je me la suis posée. J'ignore si je suis qualifiée pour être ici. Tout ce que je sais, c'est que ce problème me tient à cœur et que je souhaite apporter ma contribution pour faire bouger les choses.*

*Compte tenu de ce que j'ai vu, et étant donné que l'on m'en donne l'opportunité, il est de mon devoir de ne pas rester silencieuse. L'homme d'État anglais Edmund Burke a dit : « Pour que le mal triomphe, seule suffit l'inactivité des hommes de bien ».*

*Lorsque j'ai éprouvé du trac pour prononcer ce discours et dans mes moments de doute, je me suis répétée avec fermeté : si je ne le fais pas, qui le fera ? Si je ne le fais pas maintenant, alors quand ? Si le doute s'empare de vous quand une occasion similaire s'offre à vous, j'espère que ces mots vous seront utiles.*

*Parce qu'en fait, si nous n'agissons pas, il faudra attendre 75 ans, ou peut-être mon 100e anniversaire, avant que les femmes puissent prétendre au même salaire que les hommes, à travail égal. Au cours des 16 années à venir, 15,5 millions de filles seront mariées alors qu'elles ne seront encore que des enfants. Et au rythme actuel, toutes les filles africaines issues de milieux ruraux ne recevront une éducation secondaire qu'en 2086.*

*Si vous croyez à l'égalité des sexes, vous êtes peut-être l'un ou l'une de ces féministes qui s'ignorent, auxquels je faisais référence il y a quelques instants. Et pour cela, je vous applaudis.*

*Nous luttons pour un monde uni et nous avons la chance d'avoir un mouvement unificateur. Ce mouvement s'appelle HeForShe. Je vous invite à vous manifester, à faire entendre vos idées, à être le « lui » pour « elle » et à vous demander : si je ne le fais pas, qui le fera ? Si je ne le fais pas maintenant, alors quand ?*

*Je vous remercie de votre attention »*

## Article 3

### Discours de Malala à la réception du prix Nobel de la Paix en 2014

*Publié le 19 mars 2016 par Marie-Laure*

*« Chers frères et sœurs, le soi-disant monde des adultes peuvent comprendre, mais nous, les enfants non. Pourquoi les pays que nous appelons «fort» sont si efficaces à la créer de guerres, mais si impuissants à ramener la paix? Pourquoi donner des armes est si facile, mais donner des livres est si difficile? Pourquoi est-ce que construire des tanks est si facile, mais la construction d'écoles est si difficile?*

*Comme nous vivons dans l'ère moderne, le 21e siècle, nous croyons tous que rien n'est impossible. Nous pouvons atteindre la Lune et peut-être bientôt on se posera sur Mars. Dans ce domaine, au 21e siècle, nous devons être déterminés que notre rêve d'une éducation de qualité pour tous se réalise.*

*Alors laissez-nous créer l'égalité, la justice et la paix pour tous. Non seulement les politiciens et les dirigeants du monde, mais nous avons tous besoin de contribuer. Moi. Vous. Nous. Il s'agit de notre devoir.*

*Nous devons donc travailler ... et ne pas attendre.*

*J'en appelle à mes compatriotes les enfants de se lever dans le monde entier.*

*Chers frères et sœurs, nous devons devenir la première génération à décider d'être la dernière.*

*Les salles de classe vides, les enfances perdues, tout ce potentiel gaspillé - laissons ces choses finir avec nous.*

*Que ce soit la dernière fois qu'un garçon ou une fille passe son enfance dans une usine.*

*Que ce soit la dernière fois qu'une fille soit forcée à un mariage précoce des enfants.*

*Que ce soit la dernière fois qu'un enfant innocent perde la vie en temps de guerre.*

*Que ce soit la dernière fois qu'une salle de classe reste vide.*

*Que ce soit la dernière fois qu'une fille apprenne que l'éducation est un crime et non un droit.*

*Que ce soit la dernière fois que l'enfant soit exclu de l'école.*

*Que cela finisse avec nous.*

*Commençons cette fin... ensemble... aujourd'hui... ici... Commençons cette fin maintenant.*

*Et laissez-nous construire un avenir meilleur.*

*Merci. »*