

# Analysis of the Discursive Performance of the Moroccan Female Politician in the Digital Age: Semio-Pragmatic Approach: Case of Nabila MOUNIB

Ayoub ENNAIMI<sup>1</sup>, Adil TAMIM<sup>2</sup>, Khadija TAKHDATE<sup>3</sup>

*1 PhD student in the Gender, Education, Literature and Media Laboratory (GELM), Faculty of Letters and Human Sciences(I), Hassan II University, Casablanca, Morocco.*

*2 PhD, Professor Researcher in the Gender, Education, Literature, Media Laboratory (GELM), Faculty of Letters and Human Sciences(I), Hassan II University, Casablanca, Morocco*

*3 PhD, Professor Researcher in the Gender, Education, Literature, Media Laboratory (GELM), Faculty of Letters and Human Sciences(I), Hassan II University, Casablanca, Morocco*

**Abstract:** The digital political discourse refers to the utilization of information and communication technologies, particularly the internet and online platforms, within the realm of political communication. It encompasses all forms of digital political communication, including official party websites, blogs, social media, emails, online videos, digital advertisements, discussion forums, podcasts, etc. This form of political discourse is distinguished by its interactive nature, rapid dissemination, and ability to reach a wide audience. It enables politicians to disseminate their messages, mobilize voters, raise funds, and gather data on public opinion effectively and targetedly. Digital political discourse has become an essential element of electoral campaigns and modern political communication, offering new opportunities but also presenting challenges in terms of transparency, data security, and information manipulation. In this regard, our work aims to analyze the impact and potential role of digital media in promoting Moroccan female politicians.

**Keywords :** Political Communication - Political Discourse - Social Media - Public Opinion - Electoral Communication - Political Marketing - Digital Communication.

---

## Analyse de la Performance Discursive de la Femme Politique Marocaine à l'Ère du Digital : Approche Sémio Pragmatique : Cas de Nabila MOUNIB

**Résumé :** Le discours politique digital se réfère à l'utilisation des technologies de l'information et de la communication, en particulier d'Internet et des plateformes en ligne, dans le cadre de la communication politique. Il englobe toutes les formes de communication politique numérique, telles que les sites web officiels

des partis politiques, les blogs, les réseaux sociaux, les courriels, les vidéos en ligne, les publicités numériques, les forums de discussion, les podcasts, etc.

Ce type de discours politique se distingue par son caractère interactif, sa rapidité de diffusion et sa capacité à toucher un large public. Il permet aux femmes et hommes politiques de diffuser leurs messages, de mobiliser les électeurs, de collecter des fonds et de recueillir des données sur l'opinion publique de manière efficace et ciblée. Le discours politique digital est devenu un élément incontournable des campagnes électorales et de la communication politique moderne, offrant de nouvelles opportunités mais aussi des défis en matière de transparence, de sécurité des données et de manipulation de l'information.

De ce sens, notre travail a pour objectif d'analyser l'impact voire le rôle que pourrait jouer le digital dans la promotion de la femme politique Marocaine.

**Mots-clés :** Communication Politique - Discours Politique - Médias Sociaux - Opinion publique - Communication électorale – Marketing politique – Communication digitale.

---

## 1. Introduction

La notion du discours politique est intensément liée à tout acte de communication, dialogale ou multimodale. Les interactions en face à face peuvent se présenter de différentes manières, nous pouvons s'arrêter sur un débat auquel les invités sont amenés à présenter des arguments pour convaincre et pour pousser les téléspectateurs à y adhérer. Dans ce sens, l'évolution numérique n'y est plus, nous assistons plutôt à une nouvelle ère qui se caractérise par une métamorphose des concepts, d'où le communicationnel est devenu une fin et pas un moyen. De ce fait, cette évolution digitale a fait émerger une autre vision du concept de multimodalité, ancrée dans le champ de la sémiotique sociale. L'image, la posture, la gestuelle et la prosodie ont donc remplacé la parole et nous sommes devenus dans une logique de promotion et non de communication. Avec la diffusion des smartphones et de connexion internet, la communication a changé de terrain, les pages sur Facebook, twitter et Instagram sont devenues des plateformes d'échanges et de dialogues qui touchent à tous les domaines de vie.

Au Maroc, comme dans de nombreux pays, l'influence politique et la représentation des femmes restent des sujets d'une importance capitale tant sur le plan social que démocratique. Alors que les efforts pour promouvoir l'égalité des sexes et l'inclusion politique se multiplient, il est essentiel d'explorer les divers mécanismes qui façonnent la visibilité et la légitimité des femmes politiques. Dans ce contexte, le rôle du discours politique et de l'outil digital émerge comme un domaine d'étude crucial, offrant une plateforme dynamique pour la promotion et la mobilisation politique.

Alors, ce travail se propose d'explorer en profondeur l'interaction entre le discours politique et l'utilisation des médias sociaux dans la mise en avant des femmes politiques au Maroc. En examinant les discours politiques prononcés par les femmes politiques et en analysant leur présence et leur engagement sur les plateformes digitales telles que les réseaux sociaux, nous chercherons à comprendre comment ces deux sphères interagissent pour façonner la perception publique et influencer le parcours politique des femmes ? Et comment le digital peut-il servir ou desservir la promotion discursive de la femme politique Marocaine ?

Nous tenterons à travers notre article de déceler les obstacles socioculturels qui pourraient freiner la participation des femmes à la vie politique en approuvant ou désapprouvant l'hypothèse suivante :

*« Les différentes plateformes digitales ont donné naissance à une nouvelle promotion de la femme politique au Maroc, leur discours politique a pu changer leur image voire leur participation politique auprès de l'électorat ».*

Afin d'avoir une pluralité de données relatives à notre étude, nous suivons une démarche Sémio pragmatique basée sur l'analyse du discours de la femme politique marocaine Nabila MOUNIB. Il s'agit de déceler dans un premier temps à travers sa communication politique la perception des citoyens marocains à propos de l'image de la participation des femmes politiques marocaines aux élections et aux différents enjeux politiques au Maroc.

## **1 : Le cadre méthodologique**

### **1.1 Problématique**

Les médias sociaux ont métamorphosé le concept communicationnel. De nos jours et sur la base de toutes les applications des réseaux sociaux, il serait facile de passer des messages, d'influencer et de propager des images qui formeront après l'ethos de l'homme et de la femme politique. Dans ce sens, nous essayerons de comprendre en analysant le discours de la femme politique Nabila MOUNIB le rôle que peut jouer le digital dans la promotion de l'image de la femme politique au Maroc. La question à laquelle nous cherchons de trouver une réponse est comme suit : ***Dans quelle mesure et jusqu'à quel point les différentes plateformes des médias sociaux pourraient servir ou desservir, embellir ou désembellir l'image de la femme politique au Maroc ?***

### **1.2 Hypothèse**

Nous supposons que les médias sociaux ont effectivement donné naissance à une nouvelle sorte d'expression et de communication qui privilégie les discours féminins et qui pousse de plus en plus les internautes (les citoyens) à connaître et à comprendre la communication des femmes politiques qui essaient de parler au nom de l'électorat pour pouvoir promouvoir leur participation politique et électorale.

### **1.3 Objectif de recherche**

L'objectif de ce travail est de montrer le rôle que peut jouer le digital dans la promotion de l'image de la femme politique au Maroc en suivant une approche sémio pragmatique qui consiste à analyser dans un premier temps la performance discursive de la femme politique Nabila MOUNIB qui sera l'objet de ce travail, puis nous procéderons à l'analyse des réactions des interlocuteurs sur les réseaux sociaux pour approuver ou désapprouver la problématique du rôle du digital dans la promotion de la participation de la femme politique au Maroc.

### **1.4 Plan de recherche**

Ce travail sera divisé en trois parties. En dépit de la partie méthodologique que nous présentons maintenant, il y aura trois parties fondamentales. Nous tiendrons alors à présenter le cadre théorique qui sera réservé à la présentation de quelques définitions ayant une relation avec notre sujet, puis nous essayerons dans un deuxième temps de présenter notre corpus de travail qui sera sous forme d'une vidéo diffusée sur deux plateformes différentes ; Instagram et YouTube pour pouvoir déceler les différentes perceptions à ce propos (du rôle du digital dans la promotion de l'image de la femme politique marocaine). La troisième partie sera consacrée à une analyse sémio pragmatique dans laquelle nous analyserons le discours de la femme politique Marocaine Nabila MOUNIB et nous nous arrêterons sur les actes de langage, les énoncés et sur les différents procédés linguistiques et stylistiques utilisés par l'invitée pour pouvoir analyser sa performativité discursive.

### **1.5 Méthodologie**

En ce qui concerne l'approche d'analyse que nous allons suivre pour vérifier l'hypothèse émise et pour aboutir aux résultats du travail, nous allons opter pour une approche sémio pragmatique. Cette dernière nous permettra d'analyser la performance discursive de Nabila Mounib et de comprendre d'une manière générale le rôle de la communication politique digitale dans la promotion de la femme politique au Maroc.

## **2 : Cadre théorique de l'analyse du discours politique**

Dans cette partie de notre article, nous essayerons d'apporter les différentes définitions qui concernent le discours politique pour pouvoir cerner les conceptions ayant une relation avec notre travail. Pour ce faire, nous exposerons quelques notions génériques proposées par des sociolinguistes, des sémioticiens-es et des pragmatiques à propos de la définition du discours et de l'interaction verbale dans un débat ou une interview politique.

### **2.1 Discours**

Le discours est une forme de communication verbale qui dépasse la simple transmission d'informations pour englober la construction et le partage de significations, d'idées et de représentations sociales. Il va au-delà des

mots eux-mêmes pour inclure les contextes, les intentions, les croyances et les interactions qui façonnent la manière dont les messages sont compris et interprétés.

Le discours peut prendre de nombreuses formes, telles que les conversations quotidiennes, les discours publics, les écrits académiques, les médias de masse et les discours politiques voire les interactions multimodales qui sont l'objet de notre travail. Il est influencé par divers facteurs, notamment la culture, la langue, le pouvoir, l'idéologie et notamment les contextes sociaux, et est façonné par des normes et des conventions linguistiques qui varient selon les communautés et les contextes de communication<sup>1</sup>.

## **2.2 Discours Politique**

Le discours politique peut être défini comme l'utilisation intentionnelle du langage par les acteurs politiques pour communiquer des idées, des convictions, des objectifs et des visions dans le but d'influencer l'opinion publique, de mobiliser le soutien et de façonner les interlocuteurs. Il englobe une gamme variée de formes de communication, y compris les discours officiels, les interviews, les discours de campagne, les débats politiques, les communiqués de presse et les messages sur les réseaux sociaux.

Le discours politique peut revêtir différentes formes, allant du discours rhétorique persuasif à la communication plus factuelle et analytique. Il peut également être adapté en fonction du public cible, des objectifs de communication et du contexte politique spécifique. En tant qu'outil central de la communication politique, le discours politique est étudié pour comprendre comment il façonne les perceptions, influence les attitudes et guide les comportements politiques et électoraux des individus et des groupes au sein d'une société<sup>2</sup>.

### **2.3 : Du discours politique au discours politique digital**

Dans cette partie de notre article, nous essayerons d'apporter quelques informations par rapport à la présence et à la participation des femmes politiques au Maroc. Entre hier et aujourd'hui qu'est ce qui a changé ? Nous comprendrons également les avancées politiques et juridiques faites par l'Etat marocain sans oublier de s'arrêter sur les problèmes qui enclavent la promotion de la femme politique marocaine.

#### **2.3.1 : La participation des femmes politiques au Maroc entre hier et aujourd'hui.**

Nul ne peut nier les avancées faites par l'Etat Marocain sur le plan juridique et socioéconomique pour garantir une promotion de l'image de la femme marocaine et pour instaurer une certaine égalité entre toutes les tranches de la société. Le Maroc se considère parmi les pays les plus actifs dans la région MENA (Middle East and North Africa) au niveau de la promotion politique et juridique de la femme. Après la nouvelle constitution de 2011 qui se considérait comme une avancée dans le chemin de développement politique et démocratique du pays, les dernières élections au Maroc étaient symbole de promotion et de vulgarisation de plusieurs femmes politiques. Tout le progrès fait par le Maroc en matière de participation des femmes au niveau local, communal et régional s'inscrit dans un contexte de construction d'un État de droit, engagé à travers l'adoption des lois fondées sur les principes de la démocratie et de l'égalité. Les textes adoptés par la suite relatifs au Parlement, aux partis politiques et aux collectivités territoriales prévoient des mesures importantes qui ont pour objectif de renforcer la participation des femmes dans les différentes instances politiques.

Maintenant, le pourcentage de représentativité de la femme dans la chambre des représentants dépasse 20,5% et concernant sa représentativité au sein de la chambre des conseillers dépasse 11,7%. Ceci montre la bonne volonté dans laquelle s'inscrivent tous les efforts déployés par l'Etat marocain pour mettre la femme politique dans les rails d'égalité. Mais cela s'avère insuffisant parce que les femmes restent néanmoins sous-représentées au sein du Parlement, et en particulier dans les positions de responsabilité. Au niveau des collectivités territoriales, de grands pas ont également été réalisés en matière de participation politique des femmes aux

---

<sup>1</sup> Richard Fitzgerald : *Discours des réseaux sociaux : enjeux publics, politiques et médiatiques*, Marcel Burger, Joanna Thornborrow.

<sup>2</sup> ADAM, J.-M. (1984), « *Pour une pragmatique textuelle : l'exemple d'un discours politique giscardien* », in Le discours politique.

niveaux régional et communal avec 21,18% de femmes au sein des conseils élus communaux et 37,61% de femmes conseillères régionales. En dépit de cela, nous pouvons bien affirmer que ces femmes-là sont largement sous-représentées aux postes de responsabilité : seules 22 femmes sont présidentes des conseils communaux et d'arrondissement sur 1 503 sièges, tandis qu'il n'y a pas de femme présidente de région.

En somme, nous pouvons souligner la forte présence des obstacles qui sont à la fois politiques, économiques et institutionnels et qui continuent à limiter la participation des femmes marocaines à la vie politique, à la fois au niveau parlementaire et au niveau des collectivités territoriales. Les partis politiques ont souvent du mal à se défaire de la vision et des pratiques masculines. Cette domination masculine provoque tout un retard au niveau du fonctionnement et de la structuration du principe d'égalité femmes-hommes en politique.

### 2.3.2 : L'impact de la communication politique digitale sur la promotion électorale.

L'ère digitale a changé toutes les conceptions. Les canaux de discussion et de communication ont aussi changé le concept de réceptivité. Vu que les moyens pour passer des messages se sont développés, les esprits et les mentalités sont aussi influencés par cette vague de changement et de progression technologiques. Le récepteur a changé de perception. Il n'a pas un penchant envers tout ce qui est ancien ou archaïque, de ce fait, la communication politique est passée du réel vers le virtuel, les hommes et les femmes politiques sont passés aux plateformes digitales pour discuter et promouvoir leurs différents projets politiques et c'est le cas de plusieurs partis marocains qui ont choisi des pages sur Facebook, Instagram et tweeter pour la promotion de leurs images politiques auprès de l'électorat. Nous tenons à rappeler que les dernières élections au Maroc se sont tenues en 2021. Les partis qui sont arrivés en tête du classement sont ceux qui ont bien utilisé les plateformes digitales pour la promotion de leurs projets électoraux. Nous soulignons qu'à titre d'exemple que pour les marocains, l'application Facebook a enregistré un record vis-à-vis de l'interaction dans cette période électorale. Il y avait une mouvance très remarquable et qui montre l'intérêt que porte le citoyen marocain à l'enjeu électorale. Les partis politiques marocains étaient en course pour attirer plus de voix. Nous exposerons alors quelques exemples sous forme de photos qui expliquent le recours au digital par quelques partis marocains qui ont réussi de gagner la confiance des marocains via une communication politique sur leurs pages de Facebook.

Commençons par le parti Authenticité et Modernité PAM qui avait recourt dans la période électorale à sa page sur Facebook pour la vulgarisation de son projet électorale.



Cette image montre l'utilisation du digital comme moyen de communication pour passer des messages et pour discuter les projets électoraux. Cette même image était diffusée juste avant les élections de 2021. C'était exactement la période de la campagne électorale où chaque parti politique essayait par les moyens qu'il avait de discuter et de communiquer son projet pour gagner la confiance des citoyens. Comme nous pouvons le voir, c'était une allocution de l'ancien secrétaire général du PAM **Abdellatif OUAHBI** qui occupe maintenant le poste du ministre de la Justice et qui essayait de présenter des promesses électorales sur la page Facebook officielle

de son parti. Le titre de la vidéo en français était comme suit : **La présentation des engagements du parti Authenticité et Modernité 2021-2026**. La capsule de la vidéo a été visualisée par un nombre très important. En parlant d'un taux de visualisation qui dépasse 137 K. Cela veut dire que le discours de **OUAHBI** a été vu par 137, 000 internautes. Un nombre qui montre l'impact de la plateforme de Facebook sur la propagation de l'image politique<sup>3</sup>.

Cette deuxième image nous montre aussi l'impact de la communication politique digitale sur la promotion des partis politiques lors de la campagne électorale de 2021. Cette fois-ci, il s'agit d'une femme militante du parti **Rassemblement National des Indépendants RNI** qui constitue la majorité gouvernementale actuelle et que son secrétaire général **Aziz AKHNOUCHE** le Chef du gouvernement. Cette femme politique figurante dans l'image que nous avons choisie, s'appelle **Amina BENKHADRA**, une ancienne ministre de l'Energie, des mines, de l'eau et de l'environnement du Maroc dans le gouvernement El Fassi entre 2007 et 2012. Lors de la période électorale, cette femme politique a présenté le projet électoral de RNI sur la page officielle Facebook de son parti.



Nous avons opté pour cette image parce qu'il s'agit d'une personnalité politique très connue et parce que son contexte nous semble important. Elle date de la période électorale dans laquelle le parti RNI était parmi les premiers qui avait recouru au digital pour la promotion de ses idées politiques. Le titre de l'image : **Des questions posées sur le membre du bureau politique du parti RNI en marge de la tournée du programme des indépendants**. L'allocution de cette femme politique était juste avant la période du vote électoral quand elle avait présenté le programme de son parti politique<sup>4</sup>.

Parlons des partis les plus ancrés dans l'histoire politique marocain nous exige de ne pas oublier le parti de l'Istiqlal. Un parti qui constitue le gouvernement actuel et que son secrétaire général Nizar BARAKA est le Ministre de l'Équipement et de l'Eau au Maroc.

Ce dernier est né en 1964 à Rabat. Il a été ancien ministre délégué auprès du premier ministre, chargé des Affaires économiques et générales, entre 2007 et 2011. Il avait occupé le poste de ministre de l'économie et des finances, de janvier 2012 à Juillet 2013 et président du conseil économique, social et environnemental, d'août 2013 à décembre 2018<sup>5</sup>.

<sup>3</sup> Image prise de la page officielle sur Facebook du parti Authenticité et Modernité

<sup>4</sup> Image prise de la page officielle sur Facebook du parti Rassemblement National des Indépendants

<sup>5</sup> Image prise de la page officielle sur Facebook du parti Al Istiqlal



Lors de la période de la campagne électorale Monsieur Nizar BARAKA a pris la responsabilité de communiquer avec les électeurs sur son compte Facebook qui contient plus de 65.000 abonnés. Ce dernier avait partagé une capsule de vidéo de quatre minutes, dans laquelle il appelait les jeunes citoyens à voter pour son parti d'Istiqlal. Comme nous l'avons mentionné, cette image nous montre le recours au digital par le parti d'Istiqlal. Il s'agit d'un discours politique partagé sur la page officielle du secrétaire général du parti M. Nizar BARAKA. Sa communication a pris trois titres et qui sont comme suit : Equité et Justice - Le parti de l'Istiqlal est pour la construction de l'avenir – Restons en contact. Il s'agit d'un appel pour solliciter la confiance des marocains et pour gagner leurs voix avant l'enjeu électoral du 05 octobre 2021.

### 3 : Analyse de la Performance Discursive de la Femme Politique Marocaine à l'Ere du Digital : Approche Sémio Pragmatique

Cet axe de notre article mettra l'accent sur un exemple très concret. Il s'agit d'une rencontre télévisée qui était diffusée sur Facebook. Notre objectif est de savoir le rôle que peut jouer cette communication partagée sur les réseaux sociaux dans la promotion de l'image politique de la femme marocaine. Nous nous arrêterons sur l'intervention de Madame Nabila MOUNIB dans l'émission POLIMICA pour pouvoir analyser sa performance discursive, et pour savoir l'impact de sa communication politique sur les internautes. Est-elle valorisante ou dévalorisante ? Et comment le citoyen internaute la perçoit-elle ?

#### 3-1 : Choix de la femme politique

Nous tenons à rappeler que le choix de Nabila MOUNIB était basé sur deux critères :

Le premier concerne sa notoriété, le deuxième concerne sa place dans la scène politique marocaine. Nous ajoutons que Nabila MOUNIB est née le 14 février 1960 à Casablanca, est une professeure universitaire, et femme politique marocaine. Elle était la secrétaire générale du parti socialiste unifié du 16 Janvier 2012 au 5 Novembre 2023. Elle était également la première femme marocaine à diriger un parti politique. Sans oublier que Nabila MOUNIB était la seule femme candidate de son parti socialiste unifié **PSU** qui est arrivée à décrocher un siège de députée à la chambre des représentants. Pour beaucoup, l'élection de cette femme est une valeur ajoutée pour l'opposition.

#### 3-2 : Choix de l'émission

L'émission que nous avons choisie, porte le titre « Polémique POLIMICA » il s'agit d'un programme hebdomadaire qui se diffuse chaque mardi à 21H00 sur la chaîne CHADA TV et aussi sur la page officielle Facebook de la chaîne. L'animateur de l'émission s'appelle Karim HADRI, est un journaliste et présentateur de

plusieurs émissions. Son rôle dans l'émission est de garantir une bonne gestion de prise de parole entre tous les intervenants.

L'émission décrypte des sujets d'actualité ayant un rapport étriqué avec les attentes des téléspectateurs marocains. Nous tenons à mentionner que nous n'avons pas trouvé la date de démarrage de l'émission mais après avoir consulté la page officielle de son présentateur sur Instagram, nous avons réussi de trouver la première fois où le journaliste avait partagé la bande d'annonce de l'émission. C'était alors en 25 Octobre 2023 où l'émission avait commencé la diffusion de ses programmes.

### **3-3 : Analyse de la Performance Discursive de la Femme Politique Marocaine Nabila MOUNIB dans l'émission « polémique » sur Chada TV**

Avant d'entamer notre analyse, nous tenons à rappeler que pour ce qui est du corpus, nous avons facilement eu accès à la vidéo diffusée à travers le lien suivant qui était partagé sur les réseaux sociaux <https://www.facebook.com/reel/744650367551723?fs=e&s=TleQ9V&mibextid=0VwfsZ>.

Il s'agit d'un *Reel* partagé sur Instagram et Facebook. Mais, quand nous avons effectué une recherche sur le site officiel de la chaîne pour revoir la rediffusion afin de pouvoir visualiser l'intégralité de l'émission, nous n'avons pas trouvé de trace. En effet, nous avons choisi de travailler sur le *Reel*, parce qu'il a réussi à couvrir plusieurs réactions et plusieurs commentaires. Chose qui nous permettra d'avoir une matière sur laquelle reposera notre analyse. Nous en profitons aussi pour mentionner que notre analyse abordera deux dimensions fondamentales et qui sont nécessaires pour la compréhension voire l'analyse de tout discours : La dimension discursive et la dimension argumentative.

Avant d'entamer l'analyse et l'interprétation discursives, il faut délimiter le champ de recherche tout en précisant quelques aspects discursifs, chez l'oratrice choisie, qui seront les points de focalisation. Alors, nous allons étudier les catégories et les stratégies argumentatives en se focalisant sur les procédés énonciatifs et discursifs utilisés dans sa performance discursive. Nous proposons alors ce guide de questions qui nous orientera dans notre analyse :

- **Comment Nabila MOUNIB parle-t-elle ?**
- **Quelle est la fréquence de ses termes et de ses occurrences ?**
- **Comment s'adresse-t-elle aux interlocuteurs ?**
- **De quelles techniques rhétoriques et stylistiques se sert-elle ?**
- **Quelles sont les techniques argumentatives qui caractérisent son discours ?**
- **Comment son éthos se projette-t-il ?**

La raison pour laquelle nous avons choisi ces orientations réside avant tout dans notre intérêt de s'arrêter sur les techniques rhétoriques et argumentatives. Dans l'argumentation, la plupart des hommes et femmes politiques recourent à des figures de style, à des registres littéraires sans qu'ils le sachent. Notre rôle est de déceler l'usage voire l'utilité de ces moyens stylistiques dans l'argumentation et la persuasion. Ces différents points seront traités à l'aide d'un nombre d'exemples concrets tirés du corpus.

Par ailleurs, nous tenons à souligner que notre objectif est tout simplement de chercher à décrire le fonctionnement rhétorique et argumentatif de **Nabila MOUNIB** dans une situation bien définie et d'étudier en même temps les catégories argumentatives telles que son image politique « **l'éthos** » afin de pouvoir dégager le point de vue des téléspectateurs-internautes à travers leurs commentaires et leurs réactions.

En fait, parlons de ce qui est sémiotique dans un discours ou acte de parole, c'est parler de ce qui se relate entre le locuteur et l'interlocuteur. Aussi, c'est de dégager le sens implicite et explicite de ce qui se dit.

#### **1. Le cadre sémiotique : la scénographie discursive**

L'analyse sémio pragmatique des propos de Nabila Mounib révèle plusieurs dimensions discursives, où s'entrelacent stratégies argumentatives, registres émotionnels et dispositifs linguistiques pour captiver, convaincre et mobiliser l'audience. Nabila Mounib se positionne dans un rôle de **porte-parole des classes populaires et des vulnérables**. Sa posture est celle d'une opposition ferme, critique, et parfois sarcastique, face

au président du gouvernement, **Aziz AKHENOUCH**. Son discours se veut un plaidoyer en faveur de l'équité sociale, tout en utilisant une diversité de registres pour atteindre différentes sensibilités.

**Cible discursive** : Les classes populaires, frustrées par la précarité économique et sociale.

**Stratégie argumentative** : Contraste entre les promesses du gouvernement et la réalité vécue par les citoyens, soutenu par des exemples concrets et un recours à l'émotion « le pathos ».

## 2. Les registres discursifs et leurs fonctions

### 2.1. Registre satirique et ironique

Exemples :

Nabila MOUNIB a dit « ***Merci au président du gouvernement parce qu'il nous a offert une augmentation de 300 MAD ! Un grand merci !*** »

Ce passage joue sur l'ironie et l'humour caustique pour décrédibiliser Aziz AKHENOUCH. La satire qui sert à critiquer, accentue l'écart entre les attentes des citoyens et les actions du gouvernement, provoquant une réflexion critique chez l'auditoire.

### 2.2. Registre pathétique

Exemples :

Nabila MOUNIB a dit « ***Pourquoi je suis pauvre ? Pourquoi les riches s'enrichissent et moi je reste pauvre ?*** »  
Là, elle fait allusion aux citoyens pauvres.

Elle a ajouté « ***Ces gens qui souffrent des maladies incurables, comment vont-ils faire pour avoir accès aux services sanitaires ?*** »

Dans ces deux extraits, le **pathos** mobilise l'émotion pour renforcer l'impact des critiques. En humanisant les problématiques, **MOUNIB** crée une proximité avec son audience, surtout les citoyens directement affectés.

### 2.3. Registre argumentatif

Exemples :

Nabila MOUNIB a dit « ***Les pauvres et les fonctionnaires paient leurs impôts et les grandes entreprises s'abstiennent ! Où sommes-nous de l'égalité ?*** »

Elle a ajouté « ***L'État doit repenser la répartition de la richesse sur les citoyens ! Ceci doit être fait équitablement.*** »

Ces interventions structurées, ancrées dans des revendications concrètes, démontrent une réflexion systématique sur les inégalités sociales et économiques. MOUNIB cette fois-ci fait recours au « **logos** » qui signifie la logique dans l'argumentation.

### 2.4. Registre métaphorique

Exemples :

Nabila MOUNIB a dit « ***Les riches prennent les grands morceaux de pain et laissent les miettes pour les citoyens*** »

La métaphore du « morceau de pain » pour symboliser la répartition inégale de la richesse.

Cette image concrète, simple et familière, rend son discours accessible à tous, tout en soulignant l'injustice sociale.

## 3. Les procédés pragmatiques : mobilisation et indignation

### 3.1. Appel à l'indignation collective

En dénonçant :

Nabila MOUNIB a dit « ***Les riches prennent du pain et les pauvres ne prennent que les miettes !*** »

Elle a ajouté « ***Plusieurs parlementaires et ministres gonflent leur fortune.*** »

Ces propos visent à dévoiler les frustrations sociales, en construisant une opposition claire entre « eux » (les élites politiques et économiques) et « nous » (les citoyens démunis).

### 3.2. Usage des exemples concrets

Exemples :

Nabila MOUNIB a mentionné « *comment on va faire avec les cas d'individus sans accès à l'AMO après l'annulation de RAMED ?* »

Elle a ajouté « *les marocains sont devenus insoucians voire incapables de payer la santé et l'éducation ! L'Etat doit prendre en charge ces deux secteurs qui sont la base de toute vie digne* »

Ces récits spécifiques à travers lesquels se tirent des conclusions dans un discours s'appellent la péroraison et qui consiste à renforcer la crédibilité du locuteur, tout en illustrant les lacunes des politiques publiques. Nabila MOUNIB se met dans la peau des pauvres pour susciter leur adhésion.

### 3.3. Recours à des questions rhétoriques

**Exemples :**

Nabila MOUNIB a dit « *Où sommes-nous des réformes ?* »

Elle ajoutait « *Comment ont-ils fait pour s'enrichir pendant la pandémie ?* »

Ces questions s'utilisent par MOUNIB pour interpeller directement l'audience, en sollicitant leur réflexion et leur engagement émotionnel.

#### 4.1 L'impact sémiotique et pragmatique

L'intervention de la femme politique Nabila MOUNIB est pétrie de dimensions sémio pragmatiques, comme nous l'avons mentionné, elle utilise un langage clair, concis et précis permettant à l'autre de saisir sans aucune difficulté le dit et le non-dit de son message.

Son discours a une portée délibérative, car en dépit de sa stratégie discursive, MOUNIB jouait plus sur la conviction et la persuasion en ficelant auprès de l'électorat l'image de l'impartialité sociale et politique.

**Dimension identitaire :** Mounib s'érige alors comme la voix d'une opposition morale et sociale face à ce qu'elle voit comme une oligarchie politique.

**Dimension persuasive :** La diversité des registres renforce son dire en touchant différentes couches sociales.

**Dimension mobilisatrice :** En alternant entre critique rationnelle et appel émotionnel « Logos et pathos », elle incite à une prise de conscience collective et à un rejet de toutes sortes de répression et de corruption.

## 2. Conclusion

Dans ce travail, nous avons exploré l'utilisation des médias sociaux par les partis politiques au Maroc et son impact sur la visibilité des femmes politiques. En s'appuyant sur un solide cadre conceptuel, historique et théorique, nous avons examiné en profondeur les diverses dimensions de cette utilisation, ainsi que sa relation avec la communication politique et la représentation des femmes dans la sphère politique marocaine.

Nos résultats ont mis en lumière une sous-représentation alarmante des femmes politiques dans le processus électoral, avec peu de visages féminins visibles lors de la dernière campagne électorale. Malgré les progrès réalisés au Maroc en matière de promotion de l'égalité des sexes, les partis politiques semblent en retard dans l'élaboration de stratégies visant à encourager la participation des femmes politiques. Le seul exemple qui s'avère digne d'étude et d'analyse est celui qui concerne la présence de Nabila MOUNIB. Cette dernière reste un cas spécifique parce qu'elle est présente tout le temps sur les réseaux sociaux et elle intervient dans plusieurs sujets. Chose qui fait d'elle une femme politique très proche des marocains. Son discours que nous l'avons analysé en suivant une approche sémio pragmatique était riche en matière d'arguments, de registres et de figures de style. Sa performance discursive vise à critiquer vigoureusement les politiques gouvernementales tout en mobilisant son audience. Son discours repose sur le genre rhétorique délibératif. Entre les arguments affectifs ethos et pathos, la péroraison, le raisonnement, et l'émotion, Nabila MOUNIB marquerait la raison et le cœur des citoyens marocains.

## 3. Références

1. Wolton, D. (1989). *La communication politique : Construction d'un modèle*. Paris : C.N.R.S. Editions.
2. Richard Fitzgerald : *Discours des réseaux sociaux : enjeux publics, politiques et médiatiques*, Marcel Burger, Joanna Thornborrow.
3. Christian Delporte : *La communication politique - L'art de séduire pour convaincre*.

4. Moeller, J., Kühne, R., & De Vreese, C. (2018). *Mobilizing youth in the 21st century: How digital media use fosters civic duty, information efficacy, and political participation*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 62(3), 445-460.
5. Neuman, K. (2018). *Canadians' Confidence in National Institutions Steady*. *Options politiques*. Récupéré depuis <https://policyoptions.irpp.org/fr/magazines/august-2018/canadians-confidence-in-nationalinstitutions-steady>.
6. ADAM, J.-M. (1984), « Pour une pragmatique textuelle : l'exemple d'un discours politique giscardien », in *Le discours politique*.
7. Dominique WOLTON : *La communication politique : construction d'un modèle*.
8. CHARON, Jean-Marie et MERCIER, Arnaud (dir.), *Armes de communication massive*, Paris, CNRS Éditions, coll. « CNRS Communication », 2004.
9. Philippe RIUTORT : *La sociologie de la Communication Politique*.
10. Par Dominique Cartellier, Viviane Clavier, Benoit Lafon, Isabelle Paillart et Laurie Schmitt. *La communication numérique : acteurs, dispositifs, pratiques*, n° 17/3A, année 2016, Supplément coordonné.
11. ADAM, J.-M. (1984), « Pour une pragmatique textuelle : l'exemple d'un discours politique giscardien », in *Le discours politique*.
12. Sbai, H., Al Bakali, S., & Azouaoui, H. (2023). *The Impact of Political Marketing Communication via Facebook on Youth Political Participation in Morocco*.
13. Abbas, S., & Singh, A. K. (2014). *Social Media Modi-Fication: Narendra Modi's use of Social Media in Indian Elections*. International Academic Forum South Asia Conference: MediAsia, à Osaka, Japon. DOI: 10.13140/2.1.4428.9604.
14. Articles 19 et 30 de la Constitution de 2011, Articles 3 et 4 du Code électoral du 30 décembre 2008.
15. Article 8 de la Constitution de 1962.
16. Ahmad, I. (2018, 27 avril). *The History of Social Media*. [Billet de blog]. *Social Media Today*.
17. Biswas, A., Ingle, N., & Roy, M. (2014). *Influence of Social Media on Voting Behavior*. *Journal of Power, Politics & Governance*, 2(2), 127-155.
18. Bode, L. (2016). *Political news in the news feed: Learning politics from social media*. *Mass Communication and Society*, 19(1), 24-48. <https://journals.openedition.org/communication/6168?lang=en#tocto1n5>.
20. *Psychological Science*, 15, 978-1010.
21. Kolovos, I., & Harris, P. (2005, novembre). *Political marketing and political communication: the relationship revisited*. University of Otago.
22. [https://journals.openedition.org/rfsic/3424?\\_e\\_pi\\_=7%2CPAGE\\_ID10%2C2180713882&lang=en](https://journals.openedition.org/rfsic/3424?_e_pi_=7%2CPAGE_ID10%2C2180713882&lang=en).
23. <https://hal.science/hal-00789278/document>.
24. <https://shs.cairn.info/prendre-la-parole-en-anglais--9782200617448-page-79?lang=fr>  
[https://www.mmsp.gov.ma/sites/default/files/publications/GuideCommunicationPublique\\_09022021\\_Fr\\_0.pdf](https://www.mmsp.gov.ma/sites/default/files/publications/GuideCommunicationPublique_09022021_Fr_0.pdf).
26. Brady, W. J., et al. (2019). *The MAD model of moral contagion: the role of motivation, attention and design in the spread of moralized content online*. *Perspectives*.

## **INFO**

**Corresponding Author:** **Ayoub ENNAIMI**, PhD student in the Gender, Education, Literature and Media Laboratory (GELM), Faculty of Letters and Human Sciences(I), Hassan II University, Casablanca, Morocco.

**How to cite/reference this article:** **Ayoub ENNAIMI, Adil TAMIM, Khadija TAKHDATE**, *Analysis of the Discursive Performance of the Moroccan Female Politician in the Digital Age: Semio-Pragmatic Approach: Case of Nabila MOUNIB*, *Asian. Jour. Social. Scie. Mgmt. Tech.* 2025; 7(1): 231-241.