

LA RHETORIQUE DU DISCOURS DE TEXTES DE MISSION DES ECOLES NORMALES AU GHANA

By

Ransford Gameli Klinogo & Otilia Aku Datsomor*

Abstract

Cet travail de recherche vise à analyser les éléments linguistiques employés dans le discours des textes des missions des écoles normales au Ghana et voir la mesure où ces textes sont persuasifs. Le travail investigate l'usage intentionnel d'une langue persuasive dans les textes pour influencer la relation des auteurs envers les lecteurs. Le travail est une contribution au domaine croisant de communication institutionnelle. Pour accomplir notre tâche, nous avons collecté des données qui sont les textes des missions des écoles normales à l'aide de nos collègues enseignants dans les écoles ainsi que les sites des écoles normales en question. Les données sont traduites en français et codées pour l'analyse. L'analyse est faite par la méthode qualitative qui nous permet de soutenir nos arguments par des évidences textuelles. La rhétorique d'Aristote et son développement nous sert d'outil théorique principal et approprié de l'analyse. L'analyse révèle que les auteurs emploient les trois appels rhétoriques d'Aristote à savoir le *logos* (évocation de la logique pour persuader les lecteurs), le *pathos* (appel à l'émotion des lecteurs) et l'*ethos* (la mise en exergue de la crédibilité des auteurs) au but persuasif. Il y a aussi l'emploi stratégique des éléments lexico-grammaticaux comme les groupes nominaux et des adjectifs persuasifs qui présentent une image glorieuse des écoles.

Mots clés: mission, textes, rhétorique, école normale, Ghana.

Introduction

La prolifération des institutions académiques gouvernementales et privées au Ghana crée une compétition où les institutions rivalisent avec les étudiants réels et potentiels. Pour gagner dans la compétition, chaque établissement élabore des stratégies pour admettre plus d'étudiants. Certaines universités ont introduit l'examen d'entrée et la candidature mûre (*mature candidacy*) qui

remplacent l'entrée par les résultats de WASSCE. D'autres ont introduit « la campagne d'inscription » (enrollement drive) où une partie de la communauté universitaire se lance dans la communauté pour « évangéliser » les membres de la communauté sur les avantages de leurs établissements sur les autres. Une autre approche publicitaire employée par ces établissements est l'emploi de médias sociaux et la publicité par les sites des institutions où les copies électroniques des fiches publicitaires sont affichées en manière colorée pour attirer l'attention du public. De la côté positive, la situation permet aux institutions d'offrir des divers cours aux élèves selon leurs besoins divers.

Parmi les outils publicitaires employés par ces établissements est l'annonce de la Mission et la Vision qui indique clairement et en manier persuasive le but, l'idéologie, la culture et la nature de l'établissement (la manier dont il est établi et son plan d'avenir)(Swales& Rogers, 1995);guide l'administration de l'établissement pour planifier et élaborer une stratégie pour les affaires de l'établissement, (Bart, 2001)

Au Ghana, où cette recherche est située, le texte de l'annonce de la Vison et Mission des établissements se figure en formes divers y compris « Vison and Mission », « Our Mission », « Strategic Plan », et très souvent, « Mission and Vision Statements ». De la perspective rhétorique, ces textes possèdent des détails très intéressants pour être analysé. Ainsi, notre but dans cette recherche est de vérifier les contenus linguistiques des Misions et Visions des écoles normales sélectionnées au Ghana et voir la mesure dont ces textes sont persuasifs.

Nous devons avouer à cette étape du travail qu'il y avait des chercheurs qui ont déjà travaillé sur la mission et vision des établissements académiques. La partie suivante présentera les travaux antérieurs.

1. Travaux antérieurs

1.1 Vison et mission d'un établissement

La vision et mission d'un établissement sont considérées les réflecteurs des objectifs et les valeurs de l'établissement (Raynor, 1998 ; Davies et al., 2007). On peut conclure qu'elles fournissent des lignes directrices pour les décisions, des actions et des comportements de l'institution (Swales& Rogers, 1995). Déclaration des visions et des missions par une organisation permet aux membres de concentrer leurs énergies sur les objectifs uniques de l'organisation (Lewin, 2000). Elle également aide l'organisation

d'embaucher, motiver et maintenir les employés talentueux (David, 2011). Nous pouvons dire que les visions et missions des organisations portent des valeurs rhétoriques en raison de sa double application, à savoir, aider les membres de l'organisation de se dévouer aux valeurs de l'organisation et persuader le public de partager leurs services.

A propos de la fonction du texte de mission et vision des institutions académiques, (Ahmad & Masroor, 2020 : 160) dit ceci : « ils sont employés pour mettre l'accent sur le dévouement des institutions, définir leurs objectifs et révéler leurs efforts pour atteindre la mission professionnelle et académique prédéterminée » On dira aussi que ces textes ont une fonction communicationnelle dans leurs opérations parce que ces textes indiquent des actants, à savoir un locuteur qui transfère un message spécifique et compréhensible à un destinataire spécifique à travers un médium. Dans cette situation, les membres de l'organisation seront considérés comme des locuteurs parce qu'ils sont chargés du message, elle choisit le code et le médium. Les membres de l'organisation et le public constituent les destinataires parce qu'ils sont les récepteurs du message (Klinogo, 2015).

Egalement, les textes ont une fonction publicitaire ayant deux dimensions à savoir la dimension commerciale qui annonce au public des produits spécifiques (les cours académiques, les valeurs morales et sociales) (Kenechukwu, Asemah et Edogoh, 2013) et la dimension artistique qui est destinée à persuader le public envisagé à travers la présentation artistique des textes annonçant les produits (Baylon et Mignot, 2009). Ainsi, il suffit de dire que le texte de la vision et mission des écoles normales au Ghana constitue un discours rhétorique. La partie suivante présentera la méthodologie suivie par l'analyse des données.

2. Méthodologie`

Cette partie du travail présente une description de source des données, l'échantillonnage et la collecte des données ainsi que l'analyse des données.

2.1 Echantillonnage et collecte des données

Nos données pour ce travail sont des textes de visions et des missions des écoles normales au Ghana. Pour collecter les données chez les collègues, nous avons consulté nos collègues dans les écoles normales pour nous fournir les textes de visions et des missions de leurs écoles. Nous avons également parcouru les sites

des écoles normales échantillonnées pour confirmer les informations tirées chez nos collègues. En tout, vingt-cinq parmi les quarante-six écoles normales ont été échantillonnées à travers le pays. Les vingt-cinq écoles nous semblent une représentation appropriée des autres puisque tous les écoles normales s'engagent dans la même entreprise, notamment, formation des professeurs donc, il est évident que les visions et les missions porteront les mêmes valeurs thématiques à savoir, promouvoir les valeurs des institutions et persuader les candidats potentiels de fréquenter les écoles normales car, la vision et la mission d'une organisation cadrent avec leurs services et produits (Ozdem, 2011),

En somme, il nous faut cinq jours (Lundi, le 4 juillet – vendredi, 9 juillet, 2022) pour collecter les données. Les données sont codées en utilisant les initiales MS-Mission Statement et VS-Vision Statement et le numéro du texte de vision alors que les sigles des noms des écoles en question. Par exemple nous aurons MS1 ou VS1, MOMACOE pour le premier texte de mission ou vision dans notre ordre de présenter les données si le texte en question est ce du Mount Mary College of Education.

Le tableau 1 suivant présente deux (2) exemplaires des écoles normales, les textes de vision et mission les dates de collecte des données et les codes générés par les chercheurs. Nous avons présenté seulement 2 pour réserver des pages suffisantes pour l'analyse. Néanmoins, l'analyse est basée sur les 25 textes.

Tableau 1:

Collèges	Texte de vision/mission	Dates
St. Louis College of Education	<p>St Louis College shall train teachers morally, professionally and academically to teach competently in basic schools in Ghana (MS 1 SLCOE)</p> <p>St Louis College of education shall become the best college of education in Ghana producing morally, academically and professionally competent teachers capable of operating worldwide.(VS 1 SLCOE)</p>	Lundi, 4 juillet, 2022
Ada College of Education	<p>Vision Statement Ada College of Education was founded with a vision to be a centre of excellence in the production of disciplined, resourceful and self-motivated teachers always ready to offer services anywhere in Ghana. (MV 3 ADACOE)</p>	Lundi, 4 Juillet, 2022

3.2. Conception de la recherche

Nous avons employés une méthode qualitative qui permet aux chercheurs de soutenir des arguments avec des explications et illustrations textuelles.

3.3. Cadre analytique

La version de la rhétorique proposée par Aristote et ses développements ultérieurs nous est très utile car il est le cadre analytique principal du travail.

3.3.1. La rhétorique

Selon Aristote, la rhétorique est définie comme la faculté de découvrir dans tous les cas, les moyens disponibles pour la persuasion (Aristote, 1923). La définition d'Aristote a démarré une nouvelle perspective de la définition et l'application du concept. Au contraire de la perception du Platon qui considère la rhétorique comme un moyen employé par les politiciens et les avocats pour tricher les pauvres, Aristote considère la rhétorique comme un outil neutre dont l'emploi négatif ou positif dépende de l'employeur (Griffin, 2000). En manière général, la rhétorique est décrite comme l'art de parler ou écrire en employant la langue pour informer, persuader ou motiver (Benoit, 2017).

La rhétorique est également conçue comme l'un des domaines d'étude langagière qui porte sur l'étude des formes des expressions

verbales et des expressions persuasives ayant une force communicative (Chilton, 2004). De cette perspective, la rhétorique est décrite comme l'emploi stratégique de la communication, orale ou écrite pour accomplir des buts spécifiques (Kuypers et Kings, 2004).

Nous notons quelques points communs dans les définitions qui nous aideront à bien analyser les données. D'abord, la rhétorique est centrée sur l'emploi spécifique de la langue humaine et la persuasion du destinataire. Ensuite, la rhétorique est un choix linguistique intentionnel et volontaire.

3.3.2. Les dimensions de la rhétorique

Aristote a postulé trois moyens clés de la persuasion. Le premier est l'ethos qui porte sur le caractère crédible du locuteur. Aristote postule que le moyen le plus efficace de persuader est le caractère du locuteur. Bien qu'un discours persuasif soit nécessaire dans la rhétorique, les rhéteurs de bon caractère sont plus acceptés que ceux qui possèdent seulement un discours persuasif (Aristote, 2008). Le deuxième, pathos, relève de l'état émotionnel du destinataire. Lorsqu'un locuteur provoque l'émotion des destinataires au cours de la déclaration de son discours, il est dit d'employer l'ethos. Aristote indique que les jugements des hommes sont influencés par l'état émotionnel soit du locuteur soit du destinataire. Cet état peut être joyeux, amoureux, amical ou coléreux. Finalement, le logos (les contenus de l'argument) porte sur la manière logique dont le locuteur présente son argument en vue de persuader le destinataire. Ici, le locuteur soutient son argument avec les exemples concrets, les évidences réelles, les illustrations claires pour démontrer son crédibilité.

Selon Aristote, la combinaison de ces trois éléments est la raison de la réussite d'un discours persuasif.

Il nous est important de noter qu'en dépit de la contribution immense de la rhétorique dans les années, le concept n'a pas passé sans des critiques. Krebs et Jackson (2003), par exemple, ont considéré la rhétorique comme un emploi de discours long, exagéré et fleuri en vue de persuader le destinataire. Ils postulent que la persuasion est théoriquement et méthodologiquement problématique parce qu'elle se repose sur la motivation subjective de l'individu (p.6). Autrement dit, la rhétorique est considérée comme une tricherie du destinataire parce que le destinataire ne se laisse pas persuader. Contrairement, il est triché par les discours fleuris du rhéteur.

Néanmoins, à part les critiques, la rhétorique a effectivement démontré le pouvoir oratoire et continue à servir de tremplin pour la construction des arguments diverses. Ainsi, nous apprions les concepts de la rhétorique pour décrire et analyser les textes de visions et vision des écoles normales publiques au Ghana et voir la mesure dans laquelle ces textes sont persuasifs. A ce but, la partie suivante présentera l'analyse des données collectées chez les écoles normales au Ghana.

3.3.3. L'analyse

Parmi les stratégies rhétoriques employées dans les textes de vision et mission des écoles normales au Ghana sont des stratégies qui correspondent à Logos, Ethos et Pathos d'Aristote. Notre première partie portera sur le Logos.

3.3.3.1. Logos

On note dans les textes des stratégies correspondant au logos suivantes : les arguments persuasifs, la structure logique « quoi-comment » et la présentation logiques des détails.

3.3.3.2. Les arguments persuasifs employés dans les textes

Nous avons noté dans les données deux thèses d'argument à savoir la besoin de l'excellence dans la formation des enseignants et l'insuffisance du professionnalisme sans la moralité.

Le besoin d'excellence comme argument logique dans les textes de mission et vision des écoles normales au Ghana

Les données révèlent des arguments pour le besoin d'avancer niveau d'éducation dans le pays et faire exceller les professeurs dans l'entreprise d'éducation en centrant sur l'état de professeurs et les professeurs en guise de formation. Cet argument indique que les enseignants malformés ou sous-formés ne fonctionnent pas à leurs meilleurs niveaux (Armah, 2016). Ainsi il y a une besoin d'excellence dans la formation des enseignants. Pour remplir ce besoin d'excellence, les écoles se présentent comme des outils appropriés pour faire exceller et transformer les professeurs professionnellement, moralement et académiquement. Les extraits suivants concrétisent cette position:

Extrait 1

Wesley College of Education seeks to provide excellence,

professional and relevant teacher education and research - based training to prepare committed teachers who meet international standards. (MS 4 WESCOE)

Wesley College of Education cherche à *fournir l'excellence*, l'éducation professionnelle et pertinente des professeurs et une formation basée sur la recherche pour préparer les professeurs dévoués qui remplissent le standard internationale (notre traduction).

Extrait 2

Providing excellence for research and training of pre-tertiary education teachers in Ghana
(MS 14 GBECOE)

Fournir l'excellence pour la recherche et la formation des enseignants préuniversitaires au Ghana (notre traduction)

Les extraits 1 et 2 sont des textes de mission et vision de Wesley College of Education et Gbewaa College of Education. Le locuteur du texte cherche à persuader le destinataire par l'évocation de besoin de l'excellence dans la formation, le déploiement et le fonctionnement de l'enseignant comme un argument valable. L'appel de l'excellence comme outil de professionnalisme dans l'enseignement au Ghana est fait par des ministères d'éducation successifs du Ghana (Armah, 2016). Il s'agit dans cet appel, la promotion de standard d'éducation haut, la démonstration de compétence et l'observation de valeurs morales dans la pratique d'éducation entre autre (Armah, 2016). L'accomplissement de cette vision du ministre porte une dimension institutionnelle qui exige aux écoles normales ghanéennes d'améliorer leurs pratiques en inculquant aux stagiaires un sens élevé des valeurs éducatives et la dimension individuelle qui exige l'apprenant individuel de se développer en se tenant au courant des tendances actuelles des pratiques éducatives (Armah, 2016).

C'est la vision de fournir l'excellence qui est à la base de l'entreprise d'éducation au Ghana. Ainsi les écoles normales figurent « l'excellence » dans leurs textes de vision et de mission pour attirer les candidats et des candidats potentiels dans leurs institutions. La force rhétorique dans ces textes est que les institutions-productrices des textes essaient de persuader le public en capturant la clé « excellence » dans leurs textes de vision. Outre la quête personnelle de l'excellence, il existe un aspect commercial qui oblige l'enseignant individuel de faire preuve de l'excellence pour être embauchés dans la profession éducative au Ghana. Alors,

la promesse d'excellence dans le texte des missions et de visions des écoles normales attirera les clients désireux qui veulent être embauchés dans l'entreprise éducative. La logique dans ces textes est que le système d'éducation mondiale avance, alors ce du Ghana doit également avancer. Pour atteindre ce but il faut un professeur excellent pour introduire l'excellence dans le system. L'emploi de cet argument dans le texte constitue le logos (argument logique pour persuader le destinataire) parce que le locuteur a donné une raison valable, justifiée et prouvable à son argument.

L'insuffisance du professionnalisme sans moralité

L'autre argument avancé par les institutions-productrices des textes est que le professionnalisme comme outil d'excellence ne pas suffisant pour une formation excellente des professeurs au Ghana. Il faut une combinaison de ceci et des valeurs morales pour accomplir l'excellence dans les professeurs. C'est un argument valable parce que l'excellence n'est pas seulement une démonstration de compétence dans les matières enseignées à l'école. C'est aussi une acquisition, une maîtrise est un transfert des valeurs morales acceptées dans la profession (Hurst & Reding, 2000 ; Wong & Wong, 1998 ; Helms, 2001). Cet argument est démontrée par l'emphase forte sur l'emploi du terme « moral, morally / morale, moralement » et leur équivalences comme une balance du terme « professional, professionally / professionnel, professionnellement » dans les données. Les extraits suivants servent des exemples concrets:

Extrait 3

St Louis College shall train teachers *morally*, professionally and academically to teach competently in basic schools in Ghana (St Louis College formera les enseignants moralement, professionnellement et académiquement pour enseigner en manière compétente dans les écoles de base au Ghana, MS1, SLCOE) (notre traduction)

Extrait 4

Tamale College of Education shall become a leading institution for the professional training of *well disciplined, dedicated and academically qualified* teachers for Ghana, the West Africa Sub-region (MS 10, TCOE)
...pour la formation professionnelle des enseignants *bien disciplines, dévoués et académiquement qualifiés*... (notre

traduction)

Les extraits 3 et 4 sont des textes des missions du St. Louis College of Education. Notons que les structures citées listent en ordre logique les adverbes qui modifient le verbe « shall train/formera » ainsi que les adjectifs qualifiant le groupe nominal « des enseignants ». Les adverbes expliquent en détail, la manière et la nature de formation promise par les institutions-productrices du texte cité alors que les adjectifs présentent les attributs désirés des enseignants. Nous notons avec intérêt que l'auteur de l'extrait 3 a stratégiquement placé « moralement » dans la première position, suivi par « academically/ académiquement et professionally/ professionnellement ». Plus, les adjectifs portant des valeurs morales comme « bien disciplinés, dévoués » reçoivent une attention positionnelle haute que l'adjectif composé « académiquement qualifiés » qui relève la fonction directe des enseignants. Ceci indique une emphase importante sur l'aspect moral de la formation du professeur. On dira même que le texte postule que l'aspect moral du professeur est plus important que son aspect académique et professionnel. Le climax rhétorique des extraits 3 et 4 est que après avoir convaincu le public de l'importance de la moralité dans l'éducation, les écoles se recommandent comme les institutions bien qualifiées pour renforcer la moralité. On note des textes qui n'emploient pas le terme explicite « morale/moralement » mais ils figurent des équivalences qui impliquent la moralité. Le texte d'Ada College of Education nous sert un exemple.

Extrait 5

Ada College of Education was founded with a vision to be a centre of excellence in the production of *disciplined, resourceful and self-motivated* teachers always ready to offer services anywhere in Ghana. (MV 2)

Il s'agit dans la mission et vision d'Ada College of Education, la formation des professeurs disciplinés, ingénieux et auto-motivés. Les trois adjectifs employés dans ce texte portent toujours sur la moralité. Il faut une combinaison des valeurs académiques et morales pour avoir des professeurs totalement formés.

Les données révèlent d'autres outils de la logique y compris la structure logique *quoi-comment*, évocation de la religion et la spiritualité et l'influence nationale et internationale.

La structure logique « quoi-comment »

La structure « quoi-comment » indique le but des collèges et comment ce but est réalisé. Cette relation discursive indique dans le texte ce que les collèges font et comment ils le font. Les structures suivantes nous serviront des exemples:

Extrait 6

Wesley College of Education is a college of excellence preparing graduates *through inclusive and equitable Education imbued with integrity, Christian Values, Professionalism and Ethics* to serve Ghana and beyond...(VS 4, WESCOE)

Wesley College of Education est une école normale de l'excellence préparant les diplômés *à travers une éducation inclusive et équitable empreinte d'intégrité, des valeurs chrétiennes, de professionnalisme et d'éthique* pour servir le Ghana et ailleurs. (Notre traduction).

Extract 7

To be a National and International Model churning out professionally qualified effective and committed teachers for basic schools *through competency-based training* (VS 6, AKATSICOE)

D'être une model national et international produisant des enseignants professionnellement qualifiés, efficaces et engagés pour les écoles de base *grâce à une formation base sur les compétences* (notre traduction)

Dans les extraits 6 et 7, les textes présentent une relation claire et logique entre les buts des écoles (préparer et produire les diplômés) et la manier d'accomplir le but (à travers/grâce à...). La dimension persuasive est que les textes donnent des informations importantes aux lecteurs pouvant les permettre de comprendre les tâches des écoles et de faire une décision correspondante. Plus, par la création de cette relation (qui-comment) un lecteur attentif reconnaitra que les collèges connaissent leur raison d'être.

On note aussi l'emploi de la logique dans la disposition ordonnée des détails dans les textes. Il s'agit dans les textes une relation homonymique entre les hyperonymes et leurs hyponymes. Cette relation textuelle est considérée logique et persuasive dans la mesure où elle fournit des détails essentiels et compréhension profonde aux destinataires pour faire une analyse critiques (Asiru&Adedoye, 2015). Voici les exemples:

Extrait 8

The college shall exist for the development of *academic,*

professional and occupational competencies necessary for the preparation of *dedicated, disciplined, committed, resourceful, creative, and patriotic* teachers capable of teaching in the basic schools in Ghana (MV 11 SJCOE).

L'école existera pour le développement des compétences *académiques, professionnelles et occupationnelles* qui sont nécessaires pour la préparation des enseignants *dévoués, disciplinés, engagés, ingénieux, créatifs, et patriotiques* capables d'enseigner aux écoles de base. (notre traduction)

L'extrait 8, comme d'autre dans les données crée une relation sémantique entre l'hyperonyme « compétence » et ses hyponymes « académiques, professionnels et occupationnels ». On voit la même relation entre enseignants (hyperonyme) et ses hyponymes (dévoués, disciplinés, engagés, ingénieux, créatifs et patriotiques). Cette relation sémantique aide à bien définir les deux hyperonymes « compétence » et « enseignants » permettant aux lecteurs des textes de mission et vision des écoles normales d'approfondir leur compréhension de la raison d'être des collèges.

3.3.3.2 L'emploi d'ethos comme outil rhétorique dans les textes de vision et mission des écoles normales au Ghana

Il s'agit de l'ethos une démonstration de la crédibilité de caractère du locuteur. Pour ainsi faire, un locuteur peut s'associer aux institutions sacrées comme l'église ; démontrer une acceptation par d'une population large dont l'intégrité est bien connue. Nos données révèlent que les écoles-productrices des textes se projettent comme crédibles en faisant appel au christianisme, l'acceptation locale et internationale ainsi que l'auto-projection.

Appel au christianisme comme outil persuasif dans les textes de missions et visions des écoles normales

Parmi les religions au Ghana le christianisme est considéré le plus dominant et crédible malgré le caractère négatif dépeint par certains fidèles (Dzivor, 2009 ; Klinogo, 2015). Alors certaines écoles évoquent le christianisme ou ses principes dans leurs missions et visions comme outil rhétorique. L'aspect du christianisme évoqué dans les données est les noms des églises, les principes du christianisme et des personnalités saintes.

Nous notons les noms comme *St Francis, St Theresa, E.P*

College of education, Presbyterian College of Education etc. D'abord, ces désignations indiquent que les institutions sont chrétiennes parce que les écoles sont nommées après des personnalités et les églises chrétiennes. Plus, ces écoles normales ne promettent dans leurs visions et missions d'incorporer les valeurs et principes du christianisme dans la formation des enseignants. Dans ces écoles les apprenants sont obligés de pratiquer les rituels du christianisme à savoir les prières, l'assistance aux cultes, la lecture de la Bible, la possession obligatoire de livres des hymnes chrétiens etc. La fin de ces rituels est de permettre aux enseignants en formation de s'exposer à la parole de Dieu et par conséquent assurer leur transformation comme promis dans les visions et mission (Psaume 19 :7)

A part les noms qui indiquent le christianisme, on note aussi l'évocation des principes du christianisme dans les visions et mission des écoles. On note les principes comme la crainte de Dieu et l'intégrité, (MV 4 WESCO) ; la moralité, (MV 15 BGEEOE), l'honnêteté (MV 22 MONICOE) etc. qui sont clés dans l'enseignement de la Bible. Bien que ces valeurs ne se limitent pas à la Bible, ils sont les bases de son enseignement qui instruit les fidèles de se garder pur (1 Timothée 1 :5, 5 :22). L'évocation des noms des églises et des principes bibliques constituent une démonstration de la crédibilité dans la mesure où ces écoles s'identifient à la crédibilité de Dieu des églises qui est juste et crédible dans les communautés chrétiennes. Ceci peut facilement influencer les candidats chrétiens qui sont conseillés de s'associer toujours avec la famille de l'église (Hébreux 10 : 25) et d'observer strictement ses principes (Josué 1 :8). Plus, les adhérents du christianisme aiment s'identifier aux institutions chrétiennes ou qui croient aux valeurs chrétiennes (Klinogo, 2015). Également, le sentiment que le Dieu chrétien est noté dans la communauté chrétienne de protéger ses enfants et opérer des miracles pour ceux qui s'associent avec lui (Isaïe 26 :3 ; Psaumes 105 : 27 ; 1 Corinthiens 10 :1) influencerai quelques dans le public de s'associer avec une institution qui a un rapport avec ce Dieu.

Il y a aussi des écoles qui sont nommées à partir de saintes chrétiennes. Nous parlons ici des écoles normales comme: Saint Francis College of Education (MV 13 FRANCOE), St Monica College of Education (MV 22 MONICOE), Wesley College of Education (MV 4 WESCOE) , St Louis College of Education (MV 23 LOCOE), St Theresa College of Education (MV 10, THERESCOE). Ces saints sont des personnalités reconnues pour

avoir accompli certains exploits dans leurs générations, ainsi ils sont considérés les patrons des collèges. L'ethos dans l'emploi des noms et des personnalités dans les visions et missions de ces écoles est que le public aime s'associer aux personnalités reconnues (Bakah, 2010 ; Klinogo, 2015). C'est ainsi que certains enfants, hôpitaux et même supermarchés sont nommés après des saints pour indiquer cette association.

D'ailleurs, dans une situation de communication comme évoqué par les écoles, le public, les institutions-productrices des textes et les saintes invoquées dans les noms des écoles constituent des participants (Hymes, 1971). Les participants selon Hymes sont tous ceux qui participent dans l'énonciation du discours soit activement soit passivement. Dans ce rapport discursif et communicatif, nous notons que les saintes évoquées occupent une position supérieure par le biais de leur titre « sainte » et leurs rôles accomplis dans l'histoire de l'église alors que le public occupe une place d'infériorité (*complémentarité/symétrique*) (Marc et Picard, 1984) cité dans Klinogo, 2015). Ce type de relation des participants cherche à maximiser la différence constatée lorsque la position de l'un des partenaires (en position supérieur) complète celui de l'autre (en position inférieur) (Bakah, 2010 ; Klinogo, 2015, Klinogo et Angmorteh, 2016). Ceci relève de l'ethos et logos d'Aristote (350) à la fois. La dimension d'ethos renvoie à la persuasion dans la mesure où le public (en position inférieur) honore l'invitation de supérieur pour être formé dans une institution bâtie d'après l'esprit et l'idéologie du supérieur. L'emploi de la relation de la complémentarité dans les textes de vision et mission des écoles également constitue l'emploi du logos en terme que dans la logique sociale et chrétienne, les inférieurs profitent plus la compagnie des supérieurs. (Proverbe 13 :2)

La dimension rhétorique d'ethos dans l'évocation du christianisme est que comme les fidèles croient que Dieu est juste, crédible et digne de confiance (Deutéronome 32 :4) ses enfants et les organisations qui sont associées à lui seront également crédibles.

Ethos d'acceptation communautaire dans les textes de missions et vision des écoles normales Ghana

L'autre outil persuasif employé dans les textes est l'évocation d'acceptation communautaire des collègues. Être accepté par la communauté est considéré comme crédibilité de l'institution car, le

public traduit cette acceptation comme l'institution est bien connue, bien acceptée et crédible (Duah, 2006 ; Klinogo, 2018) La dimension rhétorique relève de l'intégrité. Il semble dire que si 'organisation est mauvaise, la communauté aura mal à l'accepter depuis les années. Les moyens d'indiquer l'acceptation par les écoles est de se nommer d'après la communauté et indiquer l'influence locale et internationale (Klinogo, 2015 ; 2018). On note dans les données que les écoles comme Dambai College of Education, (MV DAMCOE), Jasikan College of Education, (MV 5, JASICOE), Bagabaga College of Education, (MV 16, BAGCOE) etc. se nomment d'après les communautés où ils se trouvent. Apart l'indication de l'acceptation par les écoles normales, se nommer après la communauté signifie que le collège appartient à la communauté, alors il faut le participer (Driessen, 2005 ; Danciu, 2014). On note aussi les écoles normales qui indiquent leur acceptation par les églises établies et large comme l'église Catholique, Presbytérienne, Evangélique. Ces églises sont parmi les plus anciennes au Ghana, alors elles sont notées pour leur capacité de survivre les défis et les difficultés politiques, spirituelles et sociales à travers les années. Une organisation qui existe depuis les années est considérée établie et plus crédible que les nouvelles (Cook-Davies, 2006). L'association aux églises par les écoles constitue une stratégie de démontrer la crédibilité parce qu'en manière générale les églises sont considérées comme des institutions sacrées (1 corinthien 14 :33) L'évocation de ces églises, d'abord attirera les membres de ces église. Plus, il indique l'intégrité des écoles bien que certains dans la société considèrent quelques actions et comportements de certains églises manquant de l'intégrité. Dans la catégorie des écoles qui s'identifient aux églises, on note « E.P College of Education, Presbyterian College of Education » etc. L'emploi des noms des églises comme outils d'identification, également indique que les écoles en questions sont fondées par les églises dont leurs nommes sont attachés aux écoles. La dimension persuasive s'explique que les institutions appellent la société de se participer parce qu'elles sont bien connues et acceptées dans les communautés où le public envisagé se trouve (Klinogo, 2015 ; 2018)

Ethos de l'influence nationale et internationale dans les textes de mission et vision des écoles normales au Ghana

Nos données aussi révèlent que quelques écoles aussi emploient

l'influence nationale et internationale dans les textes pour indiquer leur crédibilité. On note les expressions comme « ...in Ghana (MV 13 FRANCOE, MV 16 ATETECOE, MV 22 MONICOE, / au Ghana, ...in Ghana and beyond/abroad (MV 20, MOMACOE, MV 23 AMECOE, MV 25 PRESCOE) /au Ghana et ailleurs,...local and international standard (MV 24, E.PCOE,) / standard local et international..., West AfricanSub-regions (MV 8 AKATSICOE, MV 18, ATETECOE)

Ces expressions projettent les institutions-productrices come sérieuses, travailleuses et visionnaires qui peuvent avancer la frontière d'éducation dans le pays du Ghana où déjà on se vente des 46 écoles normales. L'emploi du terme « an beyond/ et ailleurs » est un peu flou dans la mesure où les locuteurs n'indiquent aucune limite sur la mesure de son accomplissement. Au lieu, ils laissent les lecteurs imaginer la dimension de son accomplissement. L'effet persuasif est que les lecteurs assument que les écoles en question peuvent avancer partout dans le monde entier. Une école qui peut ainsi faire mérite la participation du public. La dimension de la crédibilité s'explique que les écoles sont reconnues et acceptes au Ghana et ailleurs.

Ethos de « l'auto-projection » dans les textes de missions et vision des écoles normales

L'art de se projeter constitue une stratégie persuasive importante dans le discours publique comme les textes de vision et mission des écoles normales. Il s'agit dans l'auto-projection une présentation de soi et les qualités qu'on possède par rapport aux autres dans un contexte compétitif (Schelenker, 2003). L'auto-projection est destinée à contrôler la perception public de soi et de se projeter comme plus digne que les autres (Schelenker, 2003 ; Sarfo-Adu, 2010). On note dans les textes de mission et vision des écoles que chaque école se projette et ils présentent des qualités désirées par le public. Les extraits suivant nous aident à faire une telle conclusion.

Extrait 13

GBEWAA College of Education exists to serve a center of excellence, providing morally sound professionally and academically competent quality basic education teachers / Gbewaa College of Education existe pour servir comme uncentred'excellence...(notretraduction) (MV 14 GBECOE)

Extrait 14

The College has the vision to become the best College of Education in the Northern sector and one of the in the West Africa sub-region

... /Le collège a la vision devenir le meilleur collège d'Education dans le secteur nord (notre traduction) (MV 16 BAGCOE)

Les expressions introductives comme “ The college/ L'école normale” ou le nom du collège comme « Gbewaa College of Education... » constituent des stratégies d'auto-projection dans la mesure où ces expressions capturent l'attention du lecteur et enregistrent l'institution dans l'esprit du lecteur. Ces expressions sont suivies de traits positifs, désirables et attirants comme « centre d'excellence, meilleur collège » etc. décrivant le collège. Après une telle introduction, le collège, dans le texte se vante de posséder le pouvoir et la capacité de transformer les candidats pour devenir moralement saint, académiquement et professionnellement compétent (MV 14 GBECOE), pouvant exceller dans les matières nationales et internationales, le français; avancer spirituellement et moralement (MV 20 MOMACOE, MV 13 FRANCOE). La dimension rhétorique est que les écoles invitent le public de bénéficier les qualités importantes désirées par chaque parents, élève honnête et partie-prenante dans l'entreprise d'éducation.

Bien que l'ethos employé dans les textes de mission et vision des écoles soit persuasif et convainquant, les esprits critiques parmi les lecteurs considèrent ces textes comme exagération dans la mesure où la transformation de l'individu, comme promis par les collèges, ne se repose pas seulement dans l'institution, plutôt c'est l'intention, le désir et le choix intentionnel fait par l'individu qui assurent une telle transformation.

3.3.3.4. L'emploi de Pathos dans les textes

Pour mettre le public dans l'émotion pouvant les persuader, les rédacteurs des textes de mission et vision des écoles normales emploient les adjectifs des émotions et une langue d'espoir qui relate à l'émotion du locuteur et le destinataire (Asiru & Adedoye 2015; Sarfo-Adu, 2018; Klinogo, 2018). Voyons les exemples suivants:

Extrait 9

...and inculcate in the products *spiritual, academic and humanistic* values which will make them *effective* role-models in the country (MV 22 MONICOE)

Extrait 10

Our college will develop students to be *very well educated, discipline, compassionate and empowered* young men who strive for excellence and justice in all that...

Dans les extraits 9-10, on note les adjectifs *spirituel, humanistique, compatissant*, comme des adjectifs portant sur les émotions. Ils décrivent émotionnellement la nature des diplômés produits par les collèges en question. Nous notons aussi l'émotion de l'espoir dans les textes. Dans les textes, les producteurs expriment leur espoir de transformer les écoles au niveau excellence et de produire des diplômés remplis des valeurs morales, académiques et nationales désirés par le public et les parties prenantes des collèges. Voyons les exemples suivants:

Extrait 11

Our vision *is to become* an excellent educational institution committed to the development of a good human resource for the nation under the help of the Almighty God (MV 5, JASICOE)

Extrait 12

The College *has the vision to become* the best College of Education in the Northern sector, and one of the in the West Africa sub-region. Les extraits 11 et 12 relèvent l'espoir des producteurs des textes pour devenir une institution d'excellence pour transformer les candidats pour le pays. On note dans les textes un sentiment de l'espoir, surtout par l'emploi des expressions liées au futur. À part les trois mécanismes rhétoriques discutés en haut, nous avons noté certains éléments linguistiques dans les textes que nous allons discuter dans la partie suivante.

L'emploi des éléments linguistiques rhétoriques dans les textes

Un autre outil rhétorique proche des déictiques spatiaux noté en haut est l'emploi des éléments linguistiques persuasifs. On note des éléments lexico-grammaticaux comme des groupes nominaux, des adjectifs, des groupes adjectivaux et leurs équivalences employés en manière extensive dans les données. Les extraits suivants nous aideront à bien discuter ce point:

Extrait 13

...To become *the centre of Excellence* for *Innovative Teaching and Learning* and the Production of Graduates teachers who are *competent and Effective* in the Education of Learners at the Pre-tertiary in Ghana (MV 18 GOVCOE)

Extrait 14

GBEWAA College of Education exist to serve *a centre of excellence*, providing morally sound professionally and academically competent *quality basic education teachers* (MV 14 GBECOE)

Les extraits 13 et 14 sont des textes de missions et vision de Gouvernement College of Education et Gbewaa College of Education. Les textes emploient des groupes nominaux, des adjectifs, des groupes adjectivaux et des adverbes au but persuasif. On note les groupes nominaux suivants

« ...the centre of excellence / un centre d'excellence (MV 18 GOVCOE) et « ...quality basic education teachers / enseignants de qualité au niveau bas » (MV 15 GOVCOE). L'emploi des noms « excellence et quality/qualité » montre au lecteur l'image admirable du centre et éducation de base respectivement. Chaque parent ou individu préférera un collège qui promet une éducation excellente et de la qualité. On note aussi les adjectifs « innovative / innovatif, competent and effective / compétent et effectif » qui qualifient les noms « teaching and learning/ enseignement et apprentissage et graduates/ diplômés » respectivement dans (MV 18 GOVCOE), les groupe adjectivaux « morally sound / moralement saint, academically competent / académiquement compétent » qualifient les groupe nominaux « , ...innovative teaching and learning / enseignement et apprentissage innovatifs, ...who are competent and effective/ qui sont compétents et effectifs » qui qualifient « basic éducation teachers »

En somme, l'emploi des structures linguistiques ci-dessus présente une image glorieuse et persuasive aux collègues, leurs activités et leurs produits (les diplômés)

3.3.4. Conclusion

Ce travail de recherche à l'objectif d'investiguer l'emploi de la rhétorique dans les textes de missions et visions des écoles normales au Ghana. Pour atteindre notre but, nous avons adopté la théorie de la rhétorique d'Aristote comme l'outil théorique principal pour analyser 25 textes de vision et mission collecté chez 25 écoles normales au Ghana. Nous avons observé que les écoles

démontrent des arguments valables sur le besoin d'avancement d'éducation au Ghana et l'inculcation des valeurs morales dans les enseignants en guise de formation. Il y a aussi les outils rhétoriques comme l'auto-projection, l'appel au christianisme, acceptabilité du public, évocation des personnalités saintes, influence nationale et internationale en vue de persuader la communauté de participer aux écoles normales ghanéennes. En somme les textes de vision et mission des écoles normales du Ghana ont employé les trois outils rhétoriques à savoir l'ethos, le logos et le pathos au but persuasif.

Référence

Ahmad, N.N. & Masroor, F. (2020). The study of Generic Patterns of Mission and Visions Statements of the Universities. *Liberal Arts and Social Sciences International Journal*

Aristotle (2008). *The Art of Rhetoric* (W.R. Roberts. Trans.). Retrieved from http://www.wendelberg.com/downloads/Aristotle_Rhetoric.pdf

Armah, P. (2016). Teacher Professional Learning in Ghana: Promoting Standards, enhancing professionalism. Dans *Policy Brief: Viam African Centre for Education & Social Policy*.

Asiru, H.T. & Adedoye, A. O. (2015). Stylo-rhetorical analysis of the Vision and Mission statements of Higher insistutuion in the North-West Geopolitical Zone of Nigeria. *International Journal of Discourse Analysis*. 1(2), 1-9. Aberdeen: UK.

Bakah, E. K. (2010). *Analyse de discours orale de guides touristiques et dudiscours écrits des guides de voyages: régularités discursives et perspectives didactiques*. Thèse de doctorat de l'Université de Strasbourg, Université de Strasbourg.

Baylon, C. & Mignot, X. (2009). *La communication* Paris: Armand Colin. Paris: Armand Colin.

Bart C. K. (2001). Exploring the application of mission statements on the world wide web. *Internet Research*, 11(4), 360-369. <https://doi.org/10.1108/10662240110402812>

Baylon, C. & Mignot, X. (2009). *La communication*. Paris: Armand Colin.

Benoit, WL. (2017). Criticism of action and character strategies for persuasive attacks extended. *Relevant Rhetoric*, 8, 1-18

Cochran, D. & David, F. (1986). Communication effectiveness of organizational mission statements. *Journal of Applied Communication Research*, 14(2), 108-118. <https://doi.org/10.1080/00909888609360308>

Chilton, P. (2004). *Analysing political discourse: Theory and Practice*, London and New York: Routledge

Cooke-Davies, T. (2006). Measuring organizational maturity. Consulté: le 20 juin, 2015. Source: www.pmi-nic.org/public/digital_library/97.pdf.

David, F.R. (2011). *Strategic Management: Concepts*. Global Edition: Pearson

Davis, J., (2007). Mission possible: do school mission statements work? *Journal of Business Ethics*, 70, 99-110. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-006-9076-7>

Danciu, V. (2014). *Manipulative marketing: Persuading and manipulating the consumer through advertising*. Consulté le 10 avril, 2015 Source: <http://store.ectap.ro/articole/951.pdf>

Davies, S. & Glaister, K. (1997). Business school mission statements: the bland leading the bland? *Long Range Planning*, 30(4), 594-604. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(97\)00038-1](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(97)00038-1)

Driessen, E.G.(2005). Message communication in advertising: Selling the Abercrombie and Fitch Image. (article publié) dans *UM-L Journal of Undergraduate Research*. Consulté le 10 février 2015. Source: www.journalonline.org

Firmin, M. W., & Gilson, K. M. (2010). Mission statement analysis of CCCU member institutions. *Christian Higher Education*, 9(1), 60-70. <https://doi.org/10.1080/15363750903181922>

Griffin, E. (2000). *Communication: A first look at communication theory*. USA: McGraw-Hill Higher Education.

Helms, R. G. (2001). NBPTS: The highest form of certification. *Kappa Delta Pi Record* 38(1): 20–23.

Hurst, B., and Reding, G. (2000). *Professionalism in teaching*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.

Hymes, D.H. (1991). *Vers la compétence de communication*, Paris: Edition Didier

Kenechukwu, S. A. Asemah, E. S., &Edogoh, O. L. N. (2013) Behind advertising: The language of persuasion. Dans *International Journal of Asian Social Science*, 3(4), 951-559. Consulté le 20 mars, 2015. Source: [http// www. Aesweb.com/journal-details.php](http://www.Aesweb.com/journal-details.php)

Klinogo, G.R. (2018). Rhetoric of Advertising Herbal Medicines in Selected areas of the Volta Region of Ghana. Dans *The Journal of Humanities and Indigenous Knowledge in Health* 2018:1-16)

Klinogo, G. R (2015). *Étude sociolinguistique du discours d'affiches publicitaires d'évènements chrétiens à l'Université de Cape Coast*. Une these non-publie dans le departement de Français, Universite de Cape Coast, Cape Coast.

Klinogo, G. R. &Angmorteh, M. P (2016). Analysis of the Persuasive Linguistic Strategies used in the 2016th State of the Nation's Address of Ghana. *International Journal of Innovative Research in Education, Technology & Social Strategies* Hard Print: 2465-7298 Online Print: 2467-8163 Vol. 3 No. 1 July, 2016

Kotler, P. & Murphy, P. (1981). Strategic planning for higher education. *The Journal of Higher Education*

Kuypers, J. A. & King, A. (Eds.) (2004). *Twentieth-Century Roots of Rhetorical Studies*, London: Praeger Education, 52(5), 470-489. <https://doi.org/10.1080/00221546.1981.11778119>

Krebs, R.R. & Jackson, P.T. (2003). Twisting tongues and twisting arms: the power of political rhetoric. *European Journal of International Relations*, 13, (5), 35-66

Lewin, I.M. (2000). Vision revisited: telling the story of the future. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 36(1), 91-107.

Morphew, C. C., & Hartley, M. (2006). Mission statements: a thematic analysis of rhetoric across international type. *The Journal of Higher Education*, 77(3), 456-471. <https://doi.org/10.1080/>

00221546.2006.11778934

Ozdem, G. (2011). An analysis of the MS and VS on the strategic plans of higher education institutions. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 11(4), 1887–1894. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ962679.pdf>

Raynor, M. E. (1998). That vision thing: do we need it? *Long Range Planning*, 31(3), 368-376. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(98\)80004-6](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(98)80004-6)

Sarfo-Adu, K. (2018). *On the road to the presidency: A Pragmatic-rhetorical analysis of the campaign speeches of John Agyekum Kuffour*. Une thèse non-publié. Department of English, UCC.

Swales, J. M. & Rogers, P. S. (1995). Discourse and the projection of corporate culture: the mission statement. *Discourse and Society*, 6(2), 223-242. <https://doi.org/10.1177/0957926595006002005>

Wong, H. K. & Wong R. T. (1998). *The first days of school: How to be an effective teacher*. Mountainview, Calif.: Harry K. Wong Publications.

***About the Authors:** Ransford Gameli Klinogo (pastorklinogo ransford@yahoo.com) lectures at Enchi College of Education, P. O. Box 44, Enchi, Ghana; Otilia Aku Datsomor (odatsomor@gmail.com) is a lecturer at Amedzope College of Education, Ghana.