

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université Ammar THELIDJI - Laghouat
Faculté des Lettres et des Langues
Département de français LMD



Mémoire pour l'obtention d'un diplôme de Master en *Sciences du langage*.
Thème :

Les stratégies discursives comme procédés dans l'analyse du discours politique. Débat télévisé du 20 avril 2022 sur les programmes des deux candidats M. Emmanuel Macron et Mme. Marine Le Pen.

Présenté par :

Habiba BENNADJI

Sous la direction de :

M. Abdelkader BENCHERIK

Membres du jury :

Président: M. Abdelkader BENALI, MCA, Univ Amar THELIDJI-Laghouat.

Examineur: M. Lakhdar YAAGOUB, MAA, Univ Amar THELIDJI-Laghouat.

Encadrant: M. Abdelkader BENCHERIK, MAA, Univ Amar THELIDJI-Laghouat.

Année universitaire : 2024 - 2025

Les stratégies discursives comme procédés dans l'analyse du discours politique. Débat télévisé du 20 avril 2022 sur les programmes des deux candidats M. Emmanuel Macron et Mme. Marine Le Pen.

Remerciements :

Tout d'abord, je remercie mon Dieu pour m'avoir accordé la réussite.

Je tiens à remercier mon encadrant M. Abdelkader BENCHERIK d'avoir accepté de diriger ce travail.

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude à Monsieur LAKHDAR YAAGOUB pour son soutien constant et ses conseils qui ont grandement contribué à la réalisation de cette recherche.

Mes remerciements vont également à Monsieur Abdelouahid KHENIFER pour son soutien et disponibilité et qui m'a fait pleinement profiter de son expertise professionnelle.

Je remercie tous les membres du jury d'avoir accepté de lire et d'évaluer ce travail.

Enfin, j'adresse mes sincères remerciements à tous les enseignants du département de français.

Dédicace :

Je dédie ce modeste travail, fruit de cinq années, à tous ceux qui me sont chers :

À mon père Mohammed et au cœur de ma mère, source de ma vie et de ma réussite,

À mon cher frère *Abasse*, mon bras droit, et à mes chères sœurs *Nacira*, *Djihane* et *Saida*,

À mon cher oncle *Mansour*,

À Mes nièces *Chifa* et *Youssra*,

À mon cher cousin *Khaled*,

Mes amies mes *Hanane*, *Yamna* , *Ikram* , *Fatiha* et *khouloud*.

Résumé

Mon thème de recherche s'inscrit dans le domaine de l'analyse de discours, traite des *stratégies discursives dans le discours politique*.

Son corpus est constitué d'un débat télévisé entre Emmanuel Macron, président de la République française et Marine Le Pen, députée du Rassemblement National, candidats à l'élection présidentielle du 20 avril 2022. Leurs discours portent notamment sur leurs programmes et sera pris comme corpus pour ma recherche. L'objectif de cette étude, est de dégager et analyser les stratégies discursives utilisées par les deux candidats pour influencer les électeurs.

Les deux candidats font recours à des stratégies diverses *stratégies de légitimation, stratégie de crédibilité de stratégie de captation et d'autocritique*.

Mots Clés :

Analyse du discours, Discours politique, Stratégies discursives, débat télévisé, Présidentielles de 2022, stratégies de Légitimation, stratégie de crédibilité, stratégie de captation, autocritique , argumentation.

الملخص

يُدرج موضوع بحثنا ضمن الإطار النظري لتحليل الخطاب، ويتناول بالدراسة الاستراتيجيات الخطابية الموظفة في الخطاب السياسي المعاصر يعتمد هذا البحث على تحديد وتحليل الإستراتيجيات الخطابية التي يستخدمها المترشح للتأثير على المخاطبين و يتمثل في مناظرة تلفزيونية جمعت بين إيمانويل ماكرون، رئيس الجمهورية مارين لوبان، نائبة عن حزب التجمع الوطني، وذلك في سياق الجولة الثانية من الانتخابات الرئاسية الفرنسية التي جرت بتاريخ 20 أبريل 2022. وقد تمحور الخطاب المتبادل بين الطرفين حول عرض برامجهما الانتخابية والدفاع عنها، ما يجعل هذه المناظرة مادة خصبة للتحليل الخطابي.

يهدف هذا البحث إلى رصد وتحليل الاستراتيجيات الخطابية التي لجأ إليها كلٌّ من المرشحين بغرض التأثير في الرأي العام واستمالة الناخبين.

ومن أبرز هذه الاستراتيجيات نذكر: استراتيجية الشرعة، واستراتيجية بناء المصادقية، واستراتيجية الاستقطاب، فضلاً عن استراتيجية النقد الذاتي، وذلك ضمن منظور حجائي وتواصلي يُبرز وظائف الخطاب السياسي في سياق التنافس الانتخابي.

الكلمات المفتاحية

تحليل الخطاب، الخطاب السياسي، الاستراتيجيات الخطابية، المناظرة التلفزيونية، إيمانويل ماكرون، مارين لوبان، الانتخابات الرئاسية الفرنسية 2022، استراتيجية الشرعة ، استراتيجية المصادقية، استراتيجية الاستقطاب، النقد الذاتي ، الحجاج السياسي

Abstract

This research falls within the theoretical framework of discourse analysis and focuses on the rhetorical strategies employed in contemporary political discourse.

The study is based on a corpus consisting of a televised debate between Emmanuel Macron, President of the Republic, and Marine Le Pen, Member of Parliament for the National Rally, held during the second round of the French presidential elections on April 20, 2022. The exchange between the two candidates revolved around the presentation and defense of their respective political platforms, making the debate a rich subject for discursive analysis. The objective of this research is to identify and analyze the discursive strategies used by each candidate in

Their attempt to influence public opinion and sway voters.

Among the key strategies examined are: legitimization, credibility-building, voter appeal (captation), and self-criticism — all approached from an argumentative and communicative perspective that highlights the functions of political discourse within the context of electoral competition.

Keywords :

Discourse analysis, political discourse, rhetorical strategies, televised debate, Emmanuel Macron, Marine Le Pen, French presidential election 2022, legitimization strategy, credibility strategy, voter appeal strategy , self-criticism, political argumentation.

Table des matières :

Remerciements

Dédicace

Résumé

Introduction.....9

Chapitres théoriques Conceptuels Chapitre 01 Discours, discours politique

Introduction.....14

1.Discours.....14

1.1. Essai de définition.....14

1.2. Discours vs langue.....15

1.3. Discours vs phrase.....16

1.4. Discours vs énoncé.....16

1.5. Discours vs texte.....17

2 .Type ou genre de discours.....18

2.1. Genres de discours.....19

2.1.1. Classement de Bakhtine.....19

2.1.2. Classement de Maingueneau.....20

2.1.3. Les genres institués.....20

2.2. Les genres conversationnels.....21

2.3. Les conditions socio-historiques d'un genre de discours.....21

2.3.1. Une finalité reconnue.....21

2.3.2. Le statut des partenaires légitimes.....22

2.3.3. Le lieu légitime.....22

2.4. La temporalité d'un genre de discours.....22

2.5. Une organisation textuelle.....22

2.6. Les trois aspects de genre du discours :.....23

3. Lois et caractéristiques du discours.....	23
3.1. Les lois du discours.....	23
3.1.1. Loi d'informativité.....	23
3.1.2. Loi d'exhaustivité.....	23
3.1.3. Loi de pertinence.....	24
3.1.4. Loi de sincérité.....	24
3.2. Caractéristiques du discours.....	24
4. L'inscription du sujet parlant (l'orateur) dans le discours :.....	25
5. Le discours politique.....	26
5.1. Qu'est-ce qu'un discours politique ?.....	26
5.2. Caractéristiques définitoires d'un discours politique :.....	27
5.3. Types de discours politique :.....	27
5.4. Positionnement identitaire dans le discours politique :.....	29
5.5. Les lieux de fabrication du discours politique.....	30
5.6. Le discours politique entre légitimité, crédibilité et autorité.....	31
5.7. L'analyse du discours politique :.....	31
6. Différentes approches de l'analyse de discours.....	32
6.1. Approche énonciative.....	32
6.1.1. L'énonciation :.....	32
6.1.2. Qu'est-ce que l'énonciation ?.....	33
6.2. Caractéristiques de l'énonciation :.....	33
6.3. Les déictiques :.....	34
6.3.1. Les indices personnels :.....	34
6.3.2. Les indices spatio-temporels :.....	34
6.3.3. Les indices de monstration :.....	35
6.3.4. Les modalités :.....	35
6.3.5. Les modalités d'énonciation :.....	35
6.3.6. Les modalités d'énoncé :.....	36

Chapitre 02, L'argumentation

1 Introduction.....	38
---------------------	----

1. Discours et Argumentation.....	38
1.1. L'argumentation.....	38
1.2. L'argumentation et la rhétorique.....	40
1.2.1. L'argumentation et la rhétorique antique et classique.....	40
1.2.2. L'argumentation et la nouvelle rhétorique.....	42
1.2.3. L'argumentation dans l'approche pragmatique.....	43
1.2.4. L'argumentation dans la langue.....	44
2. C'est quoi un argument ?.....	45
2.1. Types d'arguments, de raisonnements, et de vocabulaires dans l'argumentation.....	47
2.2.1. Les arguments persuasifs ou rhétoriques.....	47
2.2.2. La typologie des arguments fait apparaître plusieurs raisonnements possibles parmi.....	47
2.2.3. Notions argumentatives de base.....	48
2.2.4. Classe argumentative.....	48
2.2.5. Force argumentative.....	49
2.2.6. L'échelle argumentative.....	49
3. Le doublet convaincre - persuader :.....	49
3.1. Convaincre.....	50
3.2. Persuader.....	50
4. La notion de la stratégie et l'analyse du discours.....	50
5. Les différentes approches des stratégies discursives.....	52
Conclusion.....	53

Chapitre Analytique

Chapitre 03, Analyse du corpus

1. Présentation de corpus.....	55
2. L'intégration du pouvoir des candidats lors du débat.....	57
2.1. Marine Le Pen.....	57
2.2. Emmanuel Macron.....	57
3. Analyse des stratégies discursives.....	57
3.1. Stratégie de légitimation.....	57

3.1.1. Les trois formes de légitimité.....	58
3.1.2. Les procédés de légitimation dans le discours politique :.....	59
Analyse des énoncés.....	59
3.2. Stratégie de crédibilité :.....	64
3.3. Stratégie de captation :.....	66
3.4. Stratégie d'autocritique.....	71
3.4.1. Définition.....	71
3.4.2. Autocritique négative / dépréciative.....	71
3.4.3. Autocritique constructive.....	72
Conclusion générale.....	77
Les Annexes	
Bibliographie	

Introduction générale

Introduction

Le discours politique est bien plus qu'un simple outil de communication : c'est un espace de pouvoir, de persuasion et de construction de sens. Selon Philippe breton « *convaincre est l'une des modalités essentielles de la communication, suivant que l'intention est d'exprimer un sentiment, un état, un regard singulier sur le monde ou sur soi ou d'informer* »¹

Les politiciens et les hommes de pouvoir sont souvent amenés à s'exprimer dans des contextes où leur parole est cruciale pour influencer, persuader ou mobiliser leur audience. Que ce soit lors de colloques, d'assemblées, de conférences de presse ou de discours publics, leur capacité à convaincre est centré essentiellement sur leur maîtrise des stratégies discursives variées. Ces stratégies ne se résument pas seulement à transmettre des idées, mais également à construire des réalités, légitimer des pouvoirs, et construire des représentations collectives. Elles incluent notamment la rhétorique, l'argumentation et la pragmatique, qui sont des outils essentiels pour structurer un discours et atteindre des objectifs.

L'élection présidentielle française de 2022, marquée par la confrontation entre **Emmanuel Macron et Marine Le Pen**, illustre parfaitement l'importance des stratégies discursives dans le discours politique : « *Ce discours politique qui est argumentatif par excellence vise à influencer et agir sur l'interlocuteur en se basant sur un processus d'argumentation* ».²

Dans un contexte où la polarisation des opinions est de plus en plus manifeste, les discours des candidats ne se contentent pas de présenter des programmes, mais vise également à convaincre et à persuader un électorat souvent divisé. Les stratégies discursives et argumentatives déployées par Macron et Le Pen révèlent non seulement leurs visions politiques respectives mais aussi les mécanismes par lesquels ils cherchent à influencer l'opinion publique. En analysant ces discours, il devient essentiel de comprendre comment les procédés linguistiques et rhétoriques sont utilisés pour construire des arguments convaincants et mobiliser les émotions des électeurs.

¹ Amossy, Ruth., *Argumenter dans le discours*, Armand Colin, Paris, 2000, p. 7.

² Amossy, Ruth., *Argumenter dans le discours*, Armand Colin, Paris, 2000, p. 24.

Introduction

C'est dans cette perspective que je vais inscrire mon travail à savoir le domaine d'analyse du discours politique des deux candidats aux élections présidentielles en France Emmanuel Macron et Marine Le Pen.

En effet, l'analyse du discours politique en France est devenue ces dernières années un domaine d'étude particulièrement riche, il attire l'intérêt de nombreux chercheurs. En tant qu'étudiante en sciences du langage, j'ai choisi le discours présidentiel d'un débat télévisé entre Emmanuel Macron, président de la République, et Marine Le Pen, députée du Rassemblement National, candidats à l'élection présidentielle du 20 avril 2022. Leur discours porte notamment sur leurs programmes et sera pris comme corpus pour notre recherche.

Afin de mieux comprendre et d'analyser en profondeur ses particularités et ses interactions de manière plus détaillée, nous tenterons à travers ce travail de répondre à la problématique suivante :

Comment les stratégies discursives (légitimation, crédibilité, captation et l'autocritique, etc.) sont utilisées par les deux candidats ?

Sont-elles mobilisées dans le discours politique pour persuader, convaincre ou manipuler les téléspectateurs ?

Dans quelle mesure ces stratégies discursives contribuent-elles à la construction de l'image des candidats des élections présidentielles en France ?

Afin de répondre à notre problématique nous émettrons les hypothèses suivantes :

Hypothèse 01 : Les stratégies discursives de légitimation et de crédibilité seraient principalement utilisées pour renforcer la confiance des téléspectateurs envers les candidats en mettant en avant leur expérience et leurs compétences avec les valeurs partagées par l'électorat.

Hypothèse 2 : La captation, à travers des techniques rhétoriques et émotionnelles, jouerait un rôle clé dans la manipulation des émotions du public, facilitant ainsi l'adhésion à l'idéologie ou aux propositions du candidat.

Hypothèse 3 : L'autocritique, bien que risquée, pourraient être utilisées comme une

Introduction

stratégie pour rendre le candidat plus accessible et renforcer sa crédibilité, créant ainsi un lien de proximité avec les électeurs.

Hypothèse 04 : Les candidats qui combinent plusieurs stratégies discursives (légitimation, captation, autocritique) de manière équilibrée auraient plus de chances de construire une image positive et persuasive auprès des téléspectateurs.

Ces hypothèses qui ne sont que des réponses anticipées à la question centrale formulée feront l'objet de confirmation ou l'infirmeront à l'issue de notre travail.

En ce qui concerne la méthode du travail à appliquer sur notre corpus, nous allons opter, dans cette recherche, pour une méthode capable de combiner à la fois une approche qualitative et quantitative en mettant essentiellement l'accent sur l'aspect argumentatif du discours.

En d'autres termes, nous analysons l'argumentation dans le discours en utilisant une approche logico-discursive, qui permet une compréhension plus approfondie des mécanismes argumentatifs.

Notre mémoire sera **scindée en deux parties**. La première partie est dédiée au cadre conceptuel et comportera deux chapitres : le premier chapitre, « Discours, discours politique », présentera et expliquera les notions fondamentales du discours, du discours politique, de l'analyse de discours et le deuxième chapitre met l'accent sur « l'argumentation » et la seconde partie, dédiée au cadre analytique, comportera un seul chapitre.

Chapitres théoriques

Conceptuels

Chapitre 01, Discours, discours politique

Introduction

Ce premier chapitre conceptuel intitulé « Discours, discours politique » ; j'expose les fondations théoriques essentielles de notre étude. Il vise précisément à dresser un panorama théorique et méthodologique permettant de saisir la spécificité du discours, ses différentes formes, ses lois et ses caractéristiques ainsi que les enjeux propres au discours politique afin d'analyser les stratégies discursives utilisées dans le champ politique, il est essentiel de définir clairement les concepts clés qui soutiennent notre analyse.

Je tente de définir et d'explorer les notions de discours, de discours politique, en précisant leurs contours, leurs spécificités et leurs interdépendances en le distinguant soigneusement d'autres notions voisines telles que la langue, la phrase, l'énoncé ou le texte, Nous aborderons ensuite la question des types ou genres de discours, en présentant les classifications proposées par des auteurs majeurs comme Bakhtine et Maingueneau, ainsi que les critères qui président à la constitution d'un genre (finalité, statut des partenaires, lieu, temporalité, organisation textuelle). Une attention particulière sera accordée aux genres de discours institués et conversationnels ainsi qu'aux conditions socio-historiques qui influencent leur émergence et leur évolution.

Par la suite, nous examinerons les lois et caractéristiques qui régissent le discours.

Enfin, je concentre mon attention sur le discours politique.

Après avoir proposé une définition et dégagé ses caractéristiques définitoires, nous présenterons les différents types de discours politique, les modalités du positionnement identitaire, les lieux de fabrication de ce type de discours ainsi que les notions centrales de légitimité, de crédibilité et d'autorité.

Cette clarification conceptuelle nous permettra d'aborder l'analyse de notre corpus avec une base théorique solide et cohérente, indispensable pour comprendre les enjeux et les mécanismes du discours politique.

Nous commencerons par le concept *discours*

1. Discours

1.1. Essai de définition

Le concept *discours* pose un défi définitionnel en raison de son caractère polysémique. En effet, il est appréhendé dans de nombreux domaines qu'ils soient linguistiques ou

Chapitre 01 : Discours, discours politique

extralinguistiques, ce qui participe à sa complexité. Par exemple, la polysémie du terme "discours" est déjà perceptible lorsqu'on passe de son utilisation au singulier à son emploi au pluriel. Maingueneau souligne que le discours est une notion instable.

En observant simplement son usage, on peut identifier deux significations principales : Le discours en tant que substantif non comptable, comme dans l'expression : « **Le discours structure nos croyances** »³, c'est-à-dire, le discours est important dans ce contexte, qu'il ne peut pas être compté ou pluralisé directement.

Le discours en tant que substantif comptable, comme dans : « **Les discours s'inscrivent dans des contextes** »⁴, c'est-à-dire qu'il y a plusieurs discours sur ce sujet qu'il peut être pluralisé ou quantifié.

Pour clarifier cette notion et lui donner une définition concrète, nous avons opté pour une approche comparative. Nous allons distinguer le discours d'autres concepts proches, tels que la langue, la phrase, le texte et l'énoncé, afin de mettre en lumière ce qui le rend unique et de lever l'opacité qui l'entoure. Ainsi, nous allons comparer la notion de discours à d'autres concepts clés tels que la langue, la phrase, le texte et l'énoncé, afin d'explorer en quoi elle s'en distingue et ce qui la rend unique.

1.2. Discours vs langue

Dans ce contexte, le discours est souvent assimilé à la notion de "parole" telle que définie par Saussure, c'est-à-dire l'utilisation concrète de la langue, selon **Widdowson**, c'est « *l'utilisation d'énoncés en combinaison pour l'accomplissement d'actes sociaux* » (dans **Kramsch**, 1984, p.10). Avec **Kerbrat-Orecchioni**, il s'agit de « *langage mis en action* » (dans **Bougnoux**, 1993, p.219). En linguistique structurale, le discours est vu comme la matérialisation de la langue. Cependant, Saussure considère la parole comme un acte purement individuel, alors que d'autres linguistes, comme A.H. Gardiner y ajoutent une dimension plus large. Gardiner propose deux dimensions du discours : une dimension "mentale" et une dimension "sociale". Lui-même, ainsi que G. Guillaume, privilégient cette deuxième dimension, sociale, qui dépasse l'aspect individuel.

Pour **E. Benveniste**, le discours est synonyme d'énonciation du fait qu'il met l'accent sur l'acte de production du langage dans un contexte spécifique. Ainsi, le discours ne se

³ Charaudeau, Patrick. *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Paris, Vuibert, 2005.

⁴ Maingueneau, Dominique., *L'Analyse du discours*. Paris, Armand Colin, 1996.

limite pas à une simple réalisation individuelle de la langue mais s'inscrit dans un cadre à la fois mental et social.

Il le considère comme l'équivalent d'énonciation : « *la langue en tant qu'assumée par l'homme qui parle, et dans la condition d'intersubjectivité qui seule rend possible la communication linguistique* »⁵

1.3. Discours vs phrase

Une distinction importante apparaît dans l'interprétation de **S.Z. Harris**. Selon lui, dans un article intitulé « Discourse Analysis », (**Harris , 1952**), définit le discours comme : « *une unité linguistique qui est constituée de phrase, un texte donc.* »⁶

Il fut le premier à proposer l'étude des règles régissant l'enchaînement des phrases, formant ainsi ce qu'on appelle le discours (analyse du discours). Pour **Harris**,

*Le discours représente une unité linguistique constituée d'une suite organisée de phrases. Cette vision met en avant l'idée que le discours dépasse la simple phrase en tant qu'unité isolée, pour s'inscrire dans un ensemble plus large et structuré.*⁷

1.4. Discours vs énoncé

Cette opposition rejoint, dans une certaine mesure, la précédente car elle souligne que la situation de communication est un élément essentiel pour qu'un énoncé puisse être considéré comme un discours. Autrement dit, c'est le contexte communicatif qui permet de distinguer un simple énoncé d'un discours à part entière : « *Énoncé + situation de communication = discours* »⁸.

Il est important de souligner que Charaudeau attribue le **sens** à l'énoncé qu'il considère comme relevant d'un usage consensuel tandis qu'il réserve la signification au discours qui se caractérise par sa spécificité. Contrairement à O. Ducrot, Charaudeau explique : « *Si l'on considère l'énoncé dans son cadre énonciatif, alors cet énoncé devient discours, avec, en plus de son sens-consensus [fondé sur l'accord linguistique des locuteurs], une signification spécifique.* »⁹.

Autrement dit, pour Charaudeau, le discours va au-delà du simple sens partagé par les

⁵ Benveniste, Émile. (1966). « De la subjectivité dans le langage », in *Problèmes de linguistique générale*, Paris : Gallimard, p. 266.

⁶ Benveniste, Émile. *Problèmes de linguistique générale*, 1966, p. 22-23

⁷ Charaudeau et al., 2002, p. 185

⁸ Maingueneau, Dominique. (1990). *Pragmatique pour le discours littéraire*. Paris : Bordas, p. 101.

⁹ Maingueneau, Dominique. (1990). *Pragmatique pour le discours littéraire*. Paris : Bordas, p. 73

locuteurs en intégrant une dimension contextuelle et interprétative qui lui confère une portée plus large et plus personnalisée.

1.5. Discours vs texte

Dans cette opposition, trois interprétations principales se dégagent :

- **La première acception**, la plus répandue, assimile les deux oppositions : d'un côté, (**discours-texte**), et de l'autre, (**oral-écrit**). Cela revient à dire qu'un discours est associé à l'oralité, tandis qu'un texte est lié à l'écriture. Autrement dit, un discours représente ce qui est articulé oralement et un texte illustre ce qui est produit par écrit.

- **La deuxième acception** oppose le texte, en tant que produit concret et matériel, au discours, vu comme un ensemble abstrait et virtuel porteur d'une dimension sociale, idéologique ou philosophique. Dans cette perspective, le texte s'inscrit dans un cadre plus large, comme le discours communiste, libéral, etc. Ici, le discours représente une catégorie englobante tandis que le texte en est une manifestation spécifique.

- **La troisième acception** établit une distinction entre discours et texte en se basant sur les conditions de production. Certains auteurs, comme D. Slatka (1975) ou J.-M. Adam (1999), définissent les relations entre ces deux notions à travers une double équation :

$$\text{discours} = \text{texte} + \text{conditions de productions};$$

$$\text{texte} = \text{discours} - \text{conditions de production}^{10}$$

De ce qui précède, nous pouvons retenir que le discours se définit comme un texte construit dans des conditions de production spécifiques. Il est également perçu comme un énoncé qui prend forme.

Selon Amossy, R : « [...] le discours est l'acte de faire fonctionner le langage dans un cadre figuratif (« Je » - « tu »), et pris dans la trame des discours qui le précèdent et l'entourent,

¹⁰Violène, J.-P., Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (2002). « Mécanismes discursifs et fonctions dans la légitimation », in *Dictionnaire d'analyse du discours*, sous la direction de Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau, Paris : Éditions du Seuil, p. 53.

Chapitre 01 : Discours, discours politique

*produit de bon gré, ou de mal gré une image du locuteur et influe sur les représentations ou les opinions d'un allocutaire. »*¹¹

Selon cette définition, on peut considérer le discours comme l'usage concret du langage par des individus dans des contextes réels, avec l'intention d'influencer, d'une manière ou d'une autre, l'opinion de leurs interlocuteurs.

Le discours, en tant qu'objet d'étude de l'analyse du discours, est perçu par **Georges-Élia Sarfati** comme l'ensemble des textes considérés en relation avec leurs conditions historiques (sociales, idéologiques) de production.

2. Type ou genre de discours

*La notion de type de discours reçoit diverses acceptions dans l'analyse de discours francophone. À côté d'une définition large, il existe deux acceptions restrictives l'une oppose « type de discours » et « genre de discours » comme un secteur de production verbale d'une société à un dispositif de communication particulier ; le type de discours politique, par exemple, recouvre de multiples genres : débats télévisés, tracts, programme électoral... »*¹²

Cette définition, extraite du *dictionnaire d'analyse du discours*, souligne l'un des rôles essentiels de cette discipline : classer les discours produits dans des contextes de communication variés.

L'analyse du discours a pour mission de définir chaque type de discours en s'appuyant sur des critères précis. Elle explore également la relation entre les notions de *type* et de *genre* où le premier englobe le second comme l'illustre l'exemple du discours politique. Par ailleurs, les critères pour classer les discours sont multiples et varient selon les approches des chercheurs.

Pour R. Bouchard (1991) : « sont en nombre de neuf, des critères sémantico- référentiel (narratif, descriptif, expositif), énonciatif (intervention, discours écrit, réalisation orales ou écrites) et pragmatique (injonctif, explicatif, argumentatif) »¹³

¹¹ Amossy, Ruth. (2010). « L'argumentation dans le discours ».

¹² Charaudeau, P. et Maingueneau, D., *Dictionnaire d'analyse du discours*, Seuil, Paris, 2002, p.592.

¹³ *Ibid.*, p.592

2.1. Genres de discours

Tout texte appartient à une catégorie particulière de discours, appelée *genre de discours*. Ces genres sont désignés selon des critères très variés : par exemple, le terme *journal* fait référence à la périodicité de sa publication tandis que *récit* repose sur une organisation narrative.

Toutefois, ces classifications, bien qu'utiles dans la vie courante, ne suffisent pas pour une analyse rigoureuse du discours.

Même si des critères méthodiques existent, ils varient selon les objectifs poursuivis, ce qui explique la diversité des typologies proposées.

Dans le domaine de la linguistique, la notion de genre de discours a été introduite par Bakhtine (1984) et reprise, puis développée, par Maingueneau (1998).

2.1.1. Classement de Bakhtine

Bakhtine (1984 : 267) propose une classification des genres en fonction de la nature communicationnelle de l'échange verbal.

Il distingue ainsi deux grandes catégories : les genres premiers, correspondant aux productions linguistiques naturelles et spontanées et les genres seconds, qui regroupent des productions élaborées et institutionnalisées.

Selon Bakhtine, les genres de discours jouent un rôle d'économie cognitive : chaque locuteur est capable, en se focalisant sur un nombre limité d'indices, d'identifier à quel genre appartient un énoncé.

Ainsi, grâce à sa maîtrise des genres de discours, il n'est pas nécessaire pour le locuteur de porter une attention constante à chaque production verbale pour en reconnaître le genre.

Bakhtine (1984 : 285) souligne ce point :

Nous apprenons à mouler notre parole dans les formes du genre et, entendant la parole d'autrui, nous savons d'emblée, aux tout premiers mots, en pressentir le genre, en deviner le volume, la structure compositionnelle donnée, en prévoir la fin, autrement dit, dès le début nous sommes sensibles au tout discursif [...] Si les genres de discours n'existaient pas et si nous n'avions pas la maîtrise, et qu'il nous faille les créer pour la première fois dans le processus de la parole, qu'il nous faille

*construire chacun de nos énoncés, l'échange verbal serait impossible.*¹⁴

D'ailleurs, Maingueneau désigne cette aptitude sous le terme de *compétence générique* qui permet, selon lui : « *d'éviter la violence, le malentendu, l'angoisse de part et d'autre de l'échange, bref de sécuriser la communication.* »¹⁵

2.1.2. Classement de Maingueneau

Maingueneau (1998 : 47) distingue également deux types de genres de discours : les *genres institués* et les *genres conversationnels*.

Selon lui, les genres de discours sont des « dispositifs de communication » qui n'émergent que lorsque certaines conditions socio-historiques sont réunies. Ainsi, les typologies des genres de discours évoluent avec l'histoire : des formes comme le *talk-show* ou le *meeting politique* sont liées à des sociétés et à des époques précises.

2.1.3. Les genres institués

Les genres institués regroupent l'ensemble des formes discursives qui ne relèvent pas de l'expression spontanée de l'activité verbale ; ils peuvent être aussi bien oraux qu'écrits. Cette catégorie est très diversifiée et comprend, par exemple, le journal quotidien, l'entretien d'embauche ou encore le conseil d'administration. Ces genres correspondent pleinement à la définition du genre comme dispositif de communication verbale défini socio-historiquement car ils répondent aux besoins spécifiques d'une époque et d'un contexte donnés et disparaissent lorsque ces conditions évoluent.

Maingueneau distingue quatre modes parmi les genres institués :

Mode (1) : genres extrêmement normés tant dans leur contenu que dans leur formulation tels que les actes juridiques, les bulletins médicaux, les fiches administratives ou les annuaires téléphoniques. Dans ces cas, la scénographie est fixe et les locuteurs sont en principe interchangeables.

Mode (2) : genres généralement soumis à des contraintes mais où une certaine liberté d'interprétation subsiste. La scène générique tend à imposer une scénographie préférentielle (comme dans les journaux télévisés ou les cours universitaires) tout en

¹⁴ Maingueneau, Dominique (2004). Théorie des genres discursifs. Cité et analysée dans : [Nom de l'auteur de l'article], « Citation, type et genre de discours », *Moodle INSPE Paris*, 2024, p. 1-20.

¹⁵ Charaudeau, P., et al. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Seuil. (Concept de contrat de communication, p. 64-70)

permettant aux locuteurs d'y introduire leur touche personnelle. Ainsi, chaque journaliste peut animer un journal télévisé selon son style propre.

Mode (3) : genres où aucune scénographie n'est privilégiée par la scène générique laissant ainsi aux locuteurs la liberté de choisir la mise en scène qui leur semble la plus appropriée. Les publicités, chansons et émissions de divertissement illustrent ce mode.

Mode (4) : concerne principalement les textes philosophiques et littéraires où les auteurs ne peuvent se reposer sur des scénographies préétablies. Ils doivent sans cesse innover et créer de nouvelles formes de mise en scène pour captiver et renouveler l'intérêt du public.

2.2. Les genres conversationnels

À la différence des genres institués, les genres conversationnels ne sont pas associés à des cadres institutionnels, ni à des rôles précis pour les interlocuteurs, ni à des scénarios établis.

Ils restent cependant soumis à des contraintes importantes mais essentiellement locales, comme les formules d'ouverture et de clôture des échanges.

Dans les genres institués, les contraintes sont globales et verticales tandis que dans les genres conversationnels, elles sont horizontales, se manifestant à travers des stratégies de négociation et d'ajustement des prises de parole.

Ces genres regroupent principalement les conversations familiales, amicales ou entre collègues, où les thèmes abordés et les objectifs poursuivis restent souvent flous et changeants.

2.3. Les conditions socio-historiques d'un genre de discours

Comme évoqué précédemment dans la définition des genres de discours, tout genre est soumis à des conditions socio-historiques spécifiques, sans lesquelles il ne saurait exister :

2.3.1. Une finalité reconnue

Chaque discours poursuit un objectif précis, que l'on peut résumer par la question : « Pourquoi et pourquoi sommes-nous réunis ? » (Charaudeau, 1995 : 102). Ainsi, le genre publicitaire cherche à séduire pour vendre un produit, tandis que le discours électoral vise à convaincre pour obtenir des suffrages.

2.3.2. Le statut des partenaires légitimes

Cela concerne les rôles attribués aux participants du discours. Par exemple, dans un discours électoral, la relation se noue entre un candidat et des électeurs.

2.3.3. Le lieu légitime

Certains genres, notamment institutionnels, requièrent un espace spécifique pour leur réalisation : les débats parlementaires, par exemple, doivent se tenir à l'Assemblée nationale.

2.4. La temporalité d'un genre de discours

Cette dimension englobe plusieurs aspects :

-**La périodicité** : désigne la fréquence à laquelle un genre de discours apparaît, régulière (messe hebdomadaire, journal quotidien) ou irrégulière (circulaires, conférences de presse).

-**La durée de déroulement** : varie selon les genres : brève pour une publicité (30 secondes), plus longue pour un meeting politique.

-**La continuité** : concerne la réception du discours : certains doivent être suivis d'une traite (publicité), d'autres peuvent être interrompus (roman).

-**La durée de péremption attendue** : dépend du genre, les journaux ont une validité limitée, tandis que les œuvres littéraires ou religieuses peuvent conserver leur valeur indéfiniment.

2.5. Une organisation textuelle

Certains genres de discours doivent suivre des règles discursives précises. Autrement dit, respecter des normes spécifiques, comme c'est le cas pour les lettres administratives. D'autres, en revanche, bénéficient d'une grande liberté stylistique et peuvent utiliser l'ensemble des styles de communication existants voire en créer de nouveaux comme dans les publicités ou les textes littéraires.

Maingueneau précise par ailleurs que ces normes ne sont pas systématiquement respectées à la lettre par l'énonciateur : *« Il ne faut pas oublier que l'énonciateur peut toujours transgresser les normes, soit parce qu'il les maîtrise mal, soit délibérément, pour*

*produire un certain effet, à interpréter en fonction du contexte ».*¹⁶

2.6. Les trois aspects de genre du discours :

- **Le contrat** : chaque genre impose un ensemble de règles implicites que les participants à l'énonciation, énonciateurs et co-énonciateurs, doivent respecter, sous peine de s'exposer à des sanctions.

- **Le rôle** : le genre de discours attribue aux participants un rôle spécifique, lié non à leur statut personnel mais à la situation d'énonciation elle-même. Ainsi, lors d'un débat présidentiel télévisé, les intervenants ne s'expriment pas en tant que président, premier ministre ou chef de parti, mais en tant que candidats soumis au jugement des électeurs.

- **Le jeu** : à l'image d'un jeu, le genre de discours repose sur le respect de règles prédéfinies et partagées par les participants. Toutefois, contrairement aux jeux traditionnels, ces règles ne sont pas strictement fixes : elles laissent place à des marges de variation, permettant ainsi aux genres de se transformer et d'évoluer.

3. Lois et caractéristiques du discours

3.1. Les lois du discours

Pour une communication efficace, le discours d'un locuteur soumis à des règles implicites qui doivent être respectées. Ces lois sont basées sur la coopération entre les participants qui doivent respecter certains principes de base. L'étude de ces lois nous aide à comprendre comment le sens émerge dans l'interaction.

3.1.1. Loi d'informativité

Il ne faut pas fournir plus d'informations que nécessaire afin de ne pas "parler pour ne rien dire" et de favoriser la progression de l'interaction en apportant des informations nouvelles. Cette règle concerne le contenu explicite de l'énoncé, et non les présupposés. Particulièrement sensible dans les énoncés tautologiques (« la loi c'est la loi », par exemple) pour lesquels le co-énonciateur doit inférer qu'ils apportent quand même une information nouvelle, au-delà de l'apparente réflexivité de l'énoncé qui semble fonctionner à vide.

3.1.2. Loi d'exhaustivité

La loi d'exhaustivité exige de fournir également plus d'informations que nécessaire,

¹⁶ Maingueneau, Dominique. (1998). *Analyser les textes de communication*. Paris : Dunod, p. 54.

sans cacher d'éléments importants pour la compréhension. Ainsi, une affirmation vague comme "Un homme condamne la violence" viole cette loi, car il est pertinent de savoir si cet homme est un philosophe, un politicien, ou un simple particulier. Cependant, la loi d'exhaustivité est liée à la loi de pertinence. L'énonciateur se doit de donner l'information maximale, la plus forte dont il dispose. Cette loi exige également qu'on ne dissimule pas une information importante pour la construction du sens des énoncés produits.

3.1.3. Loi de pertinence

Un énoncé doit être pertinent, c'est-à-dire approprié au contexte et lié au sujet de la conversation. L'interlocuteur cherche donc à confirmer cette pertinence en interprétant l'énoncé dans ce sens. Par exemple, un panneau "Interdiction de fumer" informe le lecteur (fumeur ou non) sur ce qu'il peut ou doit faire. Pour certains, ce principe de pertinence est essentiel à l'interprétation des énoncés.

3.1.4. Loi de sincérité

La loi de sincérité exige que l'énonciateur soit sincère et engagé dans son acte de parole. Il ne doit pas affirmer ce qu'il croit faux ou ce pour quoi il manque de preuves. Pour promettre, il doit avoir l'intention et la capacité de tenir sa promesse ; pour ordonner, il doit avoir l'autorité de le faire. La loi de sincérité postule que l'énonciateur "joue le jeu" et ne profite pas de l'ignorance de son interlocuteur. Cependant, l'existence de locutions comme "franchement" ou "sans mentir" suggère que cette loi peut être ignorée. En d'autres termes, ne dites que ce que vous croyez être vrai et même ce pour lequel vous disposez de preuves suffisantes.

3.2. Caractéristiques du discours

Mise en fonctionnement de la langue : Le discours est la mise en action de la langue à travers un acte individuel d'utilisation. C'est l'actualisation de la langue dans une situation de communication spécifique.

Acte individuel et subjectif : le discours est porté par un sujet locuteur qui utilise la langue de manière personnelle en y injectant sa propre perspective et ses intentions.

Intentionnalité : le discours est orienté vers un but de communication que ce soit informer, persuader, exprimer, etc.

Interaction et règles : chaque acte de discours (promettre, affirmer, ordonner, etc.) s'inscrit dans un cadre d'attentes et de règles implicites qui régissent les échanges.

Chapitre 01 : Discours, discours politique

Contexte : le discours est toujours situé dans un contexte spécifique (social, culturel, situationnel) qui influence sa forme et son interprétation.

Diversités du type : il existe différents types de discours (narratif, descriptif, explicatif, argumentatif...) qui se distinguent par leur structure, leur fonction et leurs caractéristiques linguistiques propres.

Structure interne : un discours peut être caractérisé par sa brièveté, sa longueur, sa simplicité ou sa complexité.

Structure externe : un discours peut prendre la forme d'un monologue ou d'un dialogue.

Linéarité (pour l'oral) : le discours oral se déroule de manière linéaire et temporelle, ce qui impose des contraintes de traitement rapide de l'information et de mémorisation à court terme.

4. L'inscription du sujet parlant (l'orateur) dans le discours :

La théorie de l'énonciation développée par Émile Benveniste est la première théorie qui a accordé une attention particulière au sujet parlant. Selon lui, l'énonciation est définie comme « *la mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel d'utilisation* »¹⁷.

Il explique que, lorsqu'on parle, nous n'utilisons pas seulement la langue de façon objective et mécanique. Par contre, chaque fois qu'on s'exprime, nous ne faisons que transmettre des informations, nous laissons aussi une trace de nous-même dans ce que nous disons.

Dans notre cas d'étude, le sujet parlant c'est les candidats des élections présidentielles en France et l'inscription du locuteur dans l'énonciation se manifeste différemment, notamment par « *l'utilisation de certains mots grammaticaux, pronoms personnels, les adjectifs et les pronoms possessifs*) ainsi que par le recours aux désinences verbales correspondantes aux premières personnes du singulier et du pluriel. »¹⁸. Ces indices grammaticaux réfèrent à la présence de l'orateur ainsi qu'à ses auditeurs désignés. Quant aux indices lexicaux, comme les noms, les adjectifs et les modalités, ils réfèrent à son positionnement identitaire et discursif.

¹⁷ Benveniste, E., 1974, *Problèmes de linguistique générale II*, p. 80.

¹⁸ Benveniste, E., *Problèmes de linguistique générale I*, chapitre V, « L'homme dans la langue », Paris, Gallimard, 1966.

5. Le discours politique

5.1. Qu'est-ce qu'un discours politique ?

Le discours politique est l'un des types de discours les plus anciens et les plus marquants, il est connu depuis l'antiquité chez les philosophes grecs.

C'est grâce à la rhétorique de Cicéron qu'il a été défini comme genre à part entière. Ce dernier lie ce discours à tout ce qui a une relation avec l'espace public et la gestion de la cité. Depuis, cette conception est restée stable, avec des variations mineures dans les détails. Maingueneau, par exemple, propose une définition proche de celle de Cicéron, considérant le discours politique comme relevant de la sphère publique. Il le considère comme : « *tout ce qui, dans les sociétés, organise et problématise la vie collective au nom de certains principes, de certaines valeurs qui en constituent une sorte de référence morale.* »¹⁹

Le discours est une forme d'art où celui qui parle (le candidat) cherche à toucher à la fois la raison et les émotions de son public (les téléspectateurs). Certains chercheurs insistent sur l'aspect sociologique du discours politique en le définissant comme toute production verbale qui prend position que ce soit pour légitimer ou contester la répartition des pouvoirs et des rôles dans la sphère sociopolitique. D'autres, en revanche, l'abordent sous un angle argumentatif. Par exemple, GHIGLIONE, présente le discours politique comme un moyen d'influence produit et utilisé dans un contexte social spécifique afin d'« *agir sur l'autre pour le faire agir, le faire penser, le faire croire* »²⁰ D'autres approches, telles que l'approche communicatives, envisagent le discours politique en fonction de ses deux pôles principaux : le locuteur (celui qui parle) et l'interlocuteur (celui qui reçoit le message) dans notre cas d'étude ce sont les candidats et les téléspectateurs :

*Le discours politique, alors défini de façon restrictive comme le discours émanant des seuls acteurs investis dans le champ politique, apparaît tout particulièrement marqué par cette singularité. Du point de vue des citoyens, il est perçu comme prévisible, codé, voire mensonger, plus intéressé qu'intéressant.*²¹

Afin de simplifier notre analyse du discours politique, nous considérerons uniquement les discours produits par les personnes dont le métier est la politique (les professionnels de la

¹⁹ MAO, 2017 p.33 <https://journals.openedition.org/mots/7263> consulté le 13/02/2025 6:25h

²⁰ <https://fr.scribd.com/document/432389181/L-Argumentation-Dans-Le-Discours-Ruth-Amossy> consulté le 13/02/2025 7:50h.

<https://ds.univ-oran2.dz:8443/handle/123456789/4865> consulté le 13/02/2025 9 :25 h

²¹ Charaudeau, P., *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Paris, Vuibert, 2005, p. 12.

Chapitre 01 : Discours, discours politique

politique) : « sera ici donc défini comme politique le discours produit par les (les femmes !) et les hommes « politiques »²². Il s'agit d'une définition qui s'appuie sur l'origine du discours tout en prenant en compte, sans les négliger, le contenu, le mode de diffusion ainsi que les effets de celui-ci.

En conclusion, Nous pouvons affirmer que le discours politique, qu'il soit formulé par une seule personne ou d'une institution, a toujours pour objectif d'influencer ses destinataires. Cela implique que la prise en compte de facteurs socio-historiques est essentielle. Par ailleurs, le discours politique ne peut être pleinement compris que s'il est replacé dans son contexte. Ainsi, dans le cadre de cette étude, nous définissons le discours politique comme celui produit par les acteurs engagés dans le champ politique.

5.2. Caractéristiques définitoires d'un discours politique :

Après avoir défini ce qui est le discours politique, nous nous interrogeons sur ses caractéristiques principales.

-Le discours politique découle d'une action sociale qui vise à réguler ou à organiser le « vivre ensemble ».

- L'objectif du discours politique n'est pas de décrire, mais de convaincre, d'éveiller les intentions de l'auditoire et, en priorité, de pousser à agir (inspirer l'action).

-Le discours politique, en tant que discours rhétorique, est visé et s'adresse à un public large incluant les non-spécialistes et même les personnes sans instruction.

-Le discours politique part du réel pour construire une vision idéalisée, voire illusoire, du monde.

-Dans un sens plus étroit, le discours politique représente un type particulier de discours (une forme spécifique de pratique discursive).

-Le discours politique a un aspect théâtral : l'orateur y prépare soigneusement à l'avance son discours en choisissant le temps et le lieu pertinent dont le but essentiel est d'influencer et émouvoir son public.²³

5.3. Types de discours politique :

Pour Charaudeau (2005 : 24), parler de discours politique, c'est tenter de définir une

²²Charaudeau, P., *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Paris, Vuibert, 2005, p. 11.

²³http://archives.univ-biskra.dz/bitstream/123456789/16333/1/NOUI_ANISSA.pdf consulté le 14/02/2025 9:20h

Chapitre 01 : Discours, discours politique

forme d'organisation du langage dans son image et dans ses effets psychologiques et sociaux à l'intérieur d'un certain champ de pratiques. Ainsi, pour lui : « *Il n'existe pas un discours politique en soi, mais c'est la situation de communication qui le rend politique [...]* Ainsi, tout énoncé, aussi innocent soit-il, peut avoir un sens politique dès lors que la situation le justifie »²⁴

Pour bien classer le discours politique qui constitue l'objet d'étude de notre travail de recherche, il est essentiel de définir sa typologie. La rhétorique classique divise le discours politique en trois catégories selon des critères différents :

Le discours délibératif ; qui se trouve dans la catégorie de discours doxologie (vient du grec, doxa, opinion) et se trouve dans les assemblées où des décisions sont prises selon les règles démocratiques. Son objectif consiste à conseiller, orienter et inciter les auditoires à agir « engager l'auditoire vers l'action »).

Le discours judiciaire ; il se pratique au tribunal, est très utilisé aujourd'hui, car la Justice constitue l'un des piliers de l'organisation politique de nos sociétés modernes. Il s'attache à des faits passés et a pour objectif de persuader de ce qui est juste ou injuste pour accabler ou innocenter quelqu'un ou quelque chose selon qu'on se trouve en position de le défendre ou de l'attaquer.

L'orateur s'adresse à un auditoire qui doit rendre un jugement (juge ou jury) lors d'un procès.

Le discours judiciaire représente le genre prédominant de la rhétorique : c'est dans les tribunaux de la Sicile grecque qu'elle est née au V^e siècle avant notre ère.

De plus, selon Aristote, la fonction de juge est attribuable à tout auditoire quel que soit le genre du discours présenté.

Le discours épидictique (ou démonstratif) ; Le genre démonstratif renvoie à un discours dont la fonction est de louer, blâmer, ou plus généralement d'instruire. Il est parfois aussi appelé genre épидictique. Le genre démonstratif ou épидictique renvoie tout à la fois au passé, au présent et au futur : il s'agit de louer ou de blâmer tel ou tel personnage dont on évoque pour ce faire les actions passées et dont on prédit les actions à venir à partir de ses qualités présentes.

²⁴ Charaudeau, P., 2005, pp. 30-31.

Les fonctions du discours politique :

Le discours politique sert plusieurs fonctions dont nous citons ;

La fonction structurante : qui signifie que le discours est le produit du système politique, et sans lui, la politique ne peut exister.

La fonction décisionnelle : le pouvoir s'appuie essentiellement sur le discours, pour persuader et convaincre le peuple.

La fonction pédagogique : la pédagogie, en tant que science de l'enseignement, permet de saisir cette fonction à travers le lien entre l'homme politique (que ce soit un politicien ou un candidat) et son auditoire, une relation encadrée par l'éthique et la loi.

La fonction thérapeutique : la fonction thérapeutique du discours politique consiste à « soigner » symboliquement le corps social en renouvelant les certitudes et en limitant l'angoisse collective, notamment en temps de crise ou d'instabilité : « *le discours politique tend à éviter l'angoisse par renouvellement des certitudes assumées* »²⁵

5.4. Positionnement identitaire dans le discours politique :

Dans le discours politique, l'identité et le positionnement se combinent pour permettre à l'homme politique de s'imposer et de promouvoir ses idées. Elle se définit comme : « *une construction, une représentation que les individus ou les forces sociales se font d'eux-mêmes et comme souvent dans les choses humaines, cette représentation est médiatisée par du langage.* »²⁶

La notion de *positionnement* est largement explorée dans le domaine de l'analyse du discours notamment dans l'ouvrage *Les termes clés de l'analyse de discours*.

MAIGNENEAU l'indique comme : « *Terme employé avec deux valeurs : Acte par lequel une formation discursive se positionne dans un champ discursif, émerge en marquant son identité par rapport à d'autres.* »²⁷

A partir de cette citation et les deux définitions, nous déduisons qu'il existe un lien étroit entre le positionnement et l'identité.

²⁵ http://archives.univ-biskra.dz/bitstream/123456789/16333/1/NOUI_ANISSA.pdf

²⁶ Salazar Orvig, Anne & Grossen, Michèle. (2004). « Représentations sociales et analyse de discours produit dans des focus groups : un point de vue dialogique », *Bulletin suisse de psychologie*, 57(3), p. 471.

²⁷ http://archives.univ-biskra.dz/bitstream/123456789/16333/1/NOUI_ANISSA.pdf

En effet, le positionnement construit en relation avec une communauté, un groupe social ou des individus représente un champ discursif spécifique. Le discours politique, est essentielle.

5.5. Les lieux de fabrication du discours politique

Partant du principe que c'est la situation de communication qui confère à un discours sa dimension politique, Charaudeau (2005) identifie trois lieux de fabrication du discours politique, chacun associé à un enjeu spécifique d'échange langagier :

-un lieu d'élaboration des systèmes de pensée

Ici, le discours politique est envisagé comme un système de pensée, fruit d'une activité discursive visant à construire une idéalité politique. Ce processus repose sur des principes censés guider la formation des opinions et des prises de position.

-Un lieu où le sens est attaché à l'acte la communication

Ce lieu concerne les acteurs de la scène politique qui, à travers leurs interventions (meetings, débats parlementaires, professions de foi, etc.), cherchent à influencer ou à rallier l'opinion publique. L'objectif n'est plus de défendre un système de pensée, mais de promouvoir des comportements communs ritualisés. Dans ce cadre, l'homme politique travaille à façonner son image afin d'optimiser ses stratégies de persuasion. Charaudeau distingue ainsi conviction et persuasion :

La première relèverait du pur raisonnement, reposerait sur des facultés intellectuelles, et serait tournée vers l'établissement de la vérité. La seconde relèverait des sentiments ou de l'affect, reposerait sur des mouvements émotionnels et serait tournée vers l'auditoire. En somme, d'un côté le logos, de l'autre le pathos et l'ethos, ce dernier concerne l'image de celui qui parle et qui est également susceptible de toucher l'auditoire par identification possible de celui-ci à la personne de l'orateur.²⁸

-Un lieu où est produit du commentaire :

Dans ce cas, le discours politique se réduit à un simple commentaire dépourvu de toute visée politique. Bien que le sujet abordé concerne le domaine politique, l'énonciation s'inscrit dans un contexte dont la finalité reste extérieure à toute action politique.

²⁸ Charaudeau, Patrick., (2005), *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Paris : Vuibert, p. 62.

5.6. Le discours politique entre légitimité, crédibilité et autorité

Selon Charaudeau, la légitimité correspond à « *l'état ou la qualité de celui qui est fondé à agir comme il agit* »²⁹. Autrement dit, elle confère le droit d'exercer un certain pouvoir, accompagné d'une reconnaissance ou d'une sanction. De son côté, la crédibilité, définie par le même auteur (2005 : 91), résulte d'une construction identitaire par le locuteur, visant à amener autrui à le considérer comme digne de confiance.

Ainsi, la légitimité relève du droit institutionnel à dire ou à faire tandis que la crédibilité concerne la capacité personnelle à le faire. Remettre en cause la légitimité revient à contester ce droit tandis que douter de la crédibilité, c'est mettre en question la personne elle-même et sa capacité effective d'agir ou de convaincre.

Par conséquent, tout acteur politique doit être légitimé pour avoir l'autorité de dire et de faire mais il doit sans cesse construire et reconquérir sa crédibilité.

5.7. L'analyse du discours politique :

Selon Maingueneau, l'analyse du discours se présente comme « *la deuxième génération de l'École française de l'analyse du discours* »³⁰, son but principal est de repérer les traits formels qui définissent les discours et les formations idéologico-discursives (GHIGLIONE, 1989). Cette approche est notamment influencée par la méthode distributionnelle de Z. Harris qui analyse le discours en se concentrant uniquement sur le texte lui-même en tant que production langagière sans tenir compte des facteurs externes « *sans lui imposer d'autres grilles que celles que donne la grammaire* »³¹

En effet, grâce aux travaux de Jakobson et Benveniste, la théorie de l'énonciation, permet de repérer, à partir de l'énonciation elle-même, les marques de subjectivité et la présence de l'énonciateur dans son énoncé.

Pour Patrick Charaudeau (2002), il a une autre vision concernant cette discipline ; le discours politique ne prend son sens qu'à travers l'action.

Analyser ce discours revient à en extraire le sens, une tâche qui n'est possible qu'après avoir défini la relation entre les trois éléments clés : le discours, l'action et le pouvoir.

Selon Pêcheux (1981), l'étude du discours politique a été à l'origine de la création de

²⁹ Ibid., *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Paris, Vuibert, 2005, p. 50

³⁰ <https://doi.org/10.3917/ls.127.0105> consulté le 15/02/2025

³¹ <http://www.patrick-charaudeau.com/A-quoi-sert-d-analyse-le-discours-politique.html> J. Dubois, 1971 in (GHIGLIONE, 1989 p. 73.

l'analyse du discours comme domaine à part ; l'analyse du discours en France se manifeste pour analyser les discours politiques.

On peut déduire que, en France, l'analyse du discours en tant que discipline est née du développement de l'analyse du discours politique et la relation entre discours et action est un acte social et langagier centré sur la communication. Elle repose sur deux dimensions :

La première dimension externe : concerne les acteurs qui ont des caractéristiques psychologiques et sociales (identité, expérience...) séparés de leur usage du langage.

La deuxième dimension interne : concerne les acteurs qui utilisent des traits langagiers pour exprimer des dimensions sociologiques et psychologiques. Par le langage, ils façonnent une identité discursive avec l'intention d'agir sur autrui. Ainsi, tout discours s'inscrit dans un cadre spécifique. « *le cadre situationnel* »³²

L'acteur politique élabore son discours pour influencer ou convaincre, en tenant compte de sa perception de l'interlocuteur et des contraintes situationnelles. L'interlocuteur, quant à lui, interprète le sens en combinant le cadre situationnel et les informations reçues. Le sens final ne dépend pas seulement de l'intention du locuteur, mais de l'interaction entre ses intentions et celles de l'interprétant.

6. Différentes approches de l'analyse de discours

6.1. Approche énonciative

6.1.1. L'énonciation :

Pendant longtemps, l'analyse linguistique s'est focalisée sur l'énoncé, c'est-à-dire le produit de l'acte du langage. Les linguistes se concentraient surtout sur l'énoncé lui-même, en étudiant sa syntaxe, sa sémantique ou sa phonologie, sans prendre en considération les circonstances de sa production. Ce n'est qu'à la fin des années 1950 que la linguistique a commencé à accorder de l'importance au contexte de production de l'énoncé. C'est notamment grâce aux travaux d'Émile Benveniste, qui ont prolongé la grammaire structurale, que cette perspective a émergé.

En effet, la théorie de l'énonciation relie la linguistique (la langue) à l'extralinguistique (le contexte), ce qui est essentiel pour analyser le langage de manière complète, c'est-à-dire le discours à ses conditions de production.

³² Charaudeau, P. et Maingueneau, D., *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Le Seuil, 2002

6.1.2. Qu'est-ce que l'énonciation ?

Émile BENVENISTE (1966, 1970) propose une définition de l'énonciation comme l'acte individuel par lequel une personne utilise et met en action la langue : « *L'énonciation est cette mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel d'utilisation.* »³³

Selon lui, dans le livre de *Problèmes de linguistique générale*

Le discours, dira-t-on, qui est produit chaque fois qu'on parle, cette manifestation de l'énonciation, n'est pas simplement la « parole » (...) C'est l'acte même de produire, un énoncé et non le texte de l'énoncé qui est notre objet. Cet acte est le fait du locuteur qui mobilise la langue pour son compte. »³⁴

À partir de ces deux citations, on peut définir l'énonciation comme un acte individuel, c'est-à-dire propre à chaque personne, qui consiste à produire et à utiliser la langue dans un contexte spécifique. Ainsi, l'énonciation est avant tout un acte de création.

6.2. Caractéristiques de l'énonciation :

Pour Benveniste, trois éléments clés principaux participent dans le processus de l'énonciation « *la réalisation vocale, la conversion individuelle de la langue en discours, la sémantisation de la langue.* »³⁵

En d'autres termes l'activité d'énonciation implique :

- 1.un matériel signifiant : la langue dans sa forme sonore ou graphique,
- 2.la participation des usagers de la langue : la présence du locuteur comme étant producteur / réalisateur de l'énoncé.
- 3.la réalité extralinguistique que Kerbrat-Orecchioni définit comme « *l'environnement extralinguistique de l'énoncé par opposition au contexte linguistique.* »

Cette définition peut être approfondie par une théorie générale des marqueurs linguistiques — tels que les pronoms personnels, les temps verbaux, les déictiques spatiaux et temporels ainsi que les modalisateurs — qui sont directement liés à la personne du locuteur, au moment et au lieu de l'énonciation. Ces indices signalent l'ancrage subjectif du discours et révèlent la présence du sujet parlant.

Comme le souligne Benveniste (1966 : 251), ils constituent des actes ponctuels,

³³ Émile Benveniste, *Problème de linguistique générale II*, Paris, Gallimard, 1974, p. 80

³⁴ Ibid

³⁵ De Saussure, F., *Cours de linguistique générale*, 1916, édition Payot, notamment dans la première partie, chapitre II, "Nature du signe linguistique".

singuliers par lesquels la langue est mise en œuvre et prend forme à travers l'intervention d'un locuteur il s'agit d'« *actes discrets et chaque fois uniques par lesquels la langue est actualisée par un locuteur* »³⁶

6.3. Les déictiques :

Ce sont des unités linguistiques difficiles à analyser sans tenir compte de leur situation de production. Elles sont inséparables du sujet qui parle, du moment et du lieu de l'énonciation.

Exemple « Je t'appelle ce soir à 20 heures depuis chez moi. »

Dans cet exemple, les mots "je", "ce soir", "20 heures" et "chez moi" dépendent du contexte de l'énonciation (qui parle ? quand ? où ?). Ces éléments sont également appelés embrayeurs : « *Leur valeur référentielle varie d'une situation d'énonciation à une autre. Il s'agit des indices personnels, des indices spatio-temporels et des indices de la monstration.* »³⁷

6.3.1. Les indices personnels :

Pour parler de JE , TU, IL et autres pronoms, l'auteur (à la suite de JAKOBSON) utilise le terme d'embrayeurs ; il entend par là que les pronoms désignant la personne branchent l'énoncé à l'instance qui l'énonce ;

a- les pronoms personnels qui désignent les "instances du procès d'énonciation (je/tu ou nous/vous) opposés à la troisième personne (il/ils) qui désigne le référent dont on parle (la non- personne) ;

b- les déterminants qui organisent le monde de l'énoncé autour de l'instance d'énonciation (mon, ton, son, ce ...) ; termes dont on ne peut pas savoir à qui ils réfèrent sans savoir au préalable qui est le locuteur et à qui il s'adresse.

6.3.2. Les indices spatio-temporels :

Mots et groupes de mots qui permettent de situer l'énoncé dans le temps et l'espace (le lieu) par rapport à l'énonciateur. Leur sens ne peut être précisé, c'est-à-dire que leur référent ne peut être déterminé sans connaître la position dans le temps et l'espace de celui qui s'exprime.

Exemples de marqueurs de temps : *aujourd'hui, maintenant, hier, etc.*

Exemples de marqueurs d'espace : *derrière, devant, près de, ici, etc.*

³⁶ Benveniste, Émile. (1966). *Problèmes de linguistique générale*. Paris : Gallimard, p. 51.

³⁷ <https://fac.umc.edu.dz/fli/images/cours-fran%C3%A7ais/L2/L2%20Ling%20Ziada.pdf> consulté le 16/02/2025

En effet, les formes temporelles dont le paradigme est partagé par BENVENISTE en deux systèmes ; les temps du discours où le point de repère qui sert à ancrer les indications temporelles est le moment d'énonciation (moment où je parle ou écris). Centré sur le présent d'énonciation, le discours peut comprendre tous les autres temps verbaux dont : le passé composé, le futur simple, le futur antérieur, le conditionnel, le passé antérieur et le plus-que-parfait. Le temps du récit par lequel l'ancrage se fait en disjonction avec le présent d'énonciation est centré autour du passé simple. Le récit comprend : le plus-que-parfait, l'imparfait, le conditionnel, le passé antérieur et le passé simple : « *Ainsi se trouve établie une distinction entre, d'une part un plan d'énonciation qui relève du discours, et d'autre part, un plan d'énonciation historique qui caractérise le récit des événements passés sans aucune intervention du locuteur.* »³⁸

6.3.3. Les indices de monstration :

Ce sont les déterminants démonstratifs : *ce, cet, cette, celui-là, voici, etc.* Ils servent à désigner des éléments précis dans une situation de communication en face à face, ils sont généralement suivis de la gestuelle déictique.

6.3.4. Les modalités :

En analyse énonciative, il est essentiel de tenir compte des **modalités** car elles montrent le niveau d'engagement de l'énonciateur envers son propre discours (adhère à ce qu'il exprime). MEUNIER A. (1974) distingue les « *modalités d'énonciation* » des « *modalités d'énoncé* »³⁹

6.3.5. Les modalités d'énonciation :

Ce sont les types de phrase qui caractérisent la forme de communication qui s'établit avec l'interlocuteur selon que le locuteur pose une question, s'exclame, déclare ou donne un ordre, sa position par rapport à ce qu'il dit et à son interlocuteur change. Ces modalités montrent son point de vue sur son énoncé et définissent le type de relation qu'il établit avec l'autre.

La modalité d'énonciation : « *se rapporte au sujet parlant (ou écrivant). Elle intervient obligatoirement et donne une fois pour toutes à une phrase sa forme déclarative, interrogative ou impérative. [...]. Elle caractérise la forme de la communication entre Locuteur et Auditeur* »

³⁸ Émile Benveniste, *Problème de linguistique générale*, tome 1, Paris, Gallimard, 1966, p. 241-242 et p. 238.

³⁹ Benveniste, Émile. (1966). « De la subjectivité dans le langage », in *Problèmes de linguistique générale*, Paris : Gallimard, p. 263-266

Chapitre 01 : Discours, discours politique

Les modalités d'énonciation sont attachées aux marqueurs syntaxiques, typographiques et prosodiques nécessaires à la réalisation des types de phrase assertif, interrogatif et injonctif. Chaque acte d'énonciation implique obligatoirement la sélection de l'une d'elles à l'exclusion des autres. On peut donc les qualifier d'obligatoires et d'exclusives. Le linguiste Émile Benveniste précise leur rôle :

*Ces trois modalités ne font que refléter les trois comportements fondamentaux de l'homme parlant et agissant par le discours sur son interlocuteur : il veut lui transmettre un élément de connaissance, ou obtenir de lui une information, ou lui intimer un ordre.*⁴⁰

6.3.6. Les modalités d'énoncé :

Dans cette catégorie, on retrouve des verbes, des adjectifs, des adverbes et des expressions qui expriment une appréciation ou un jugement : « *comme leurs noms l'indiquent, elles ne portent pas sur l'énonciation, mais sur l'énoncé : modalité logique (possible, nécessaire, certain, invraisemblable, obligatoire ...) modalités appréciatives, ou évaluatives (triste, regrettable, souhaitable...).* »⁴¹

Exemple « C'est **beau** de voir des gens réaliser leurs rêves. »

L'adjectif modalisateur "**beau**", dans cet exemple porte sur l'énoncé et non pas sur son acte individuel de production.

⁴⁰ Benveniste, Émile. (1974). *Problèmes de linguistique générale*, tome 2. Paris : Gallimard, p. 82.

⁴¹ Nathalie Garric. (2014). « Modalité d'énoncé, modalité d'énonciation et modalité de message », Université de Nantes.

Chapitre 02, L'argumentation

Introduction

Dans ce deuxième chapitre consacré à l'argumentation, l'accent est mis sur la relation étroite entre discours et argumentation, en particulier dans le contexte politique. Après avoir défini l'argumentation et montré ses liens historiques et conceptuels avec la rhétorique depuis l'Antiquité jusqu'aux approches contemporaines et pragmatiques, ce chapitre explore la place de l'argumentation dans la langue elle-même. Il précise ce qu'est un argument, en présentant les différents types d'arguments, de raisonnements et de vocabulaires utilisés dans l'argumentation, notamment les arguments persuasifs ou rhétoriques ainsi qu'une typologie des raisonnements possibles, les notions de base, la force et l'échelle argumentative. Une partie importante est consacrée à la distinction entre *convaincre* et *persuader* en analysant les spécificités de chaque démarche dans le discours politique. Enfin, le chapitre s'intéresse à la notion de stratégie et à l'analyse du discours, en exposant les différentes approches des stratégies discursives qui permettent aux acteurs politiques de structurer et d'orienter leur argumentation pour influencer, convaincre et mobiliser leur auditoire. Ce chapitre offre ainsi une vue d'ensemble des outils théoriques et pratiques nécessaires pour comprendre et analyser l'efficacité argumentative du discours politique.

1. Discours et Argumentation

1.1. L'argumentation

L'étude de l'argumentation constitue un domaine riche et diversifié impliquant des chercheurs de nombreuses disciplines. Ces recherches nous aident à mieux comprendre, d'une part, comment les arguments sont construits et d'autre part, comment sont utilisés et interprétés dans différents contextes et influencent nos décisions.

L'argumentation est un acte fondamental présent dans toute forme de communication, même la plus simple. Elle consiste à agir et à influencer pour transformer une réalité ; le fait d'élaborer un énoncé, l'homme est en train d'argumenter : « *Tout énoncé vise à agir sur son destinataire, sur autrui, et à transformer son système de pensée. Tout énoncé oblige ou incite autrui à croire, à voir, à faire, autrement.* »⁴²

L'argumentation peut être considérée comme l'ensemble de techniques et de stratégies de communication qui visent à obtenir l'adhésion d'un auditoire à une thèse, à défendre un

⁴² Charaudeau, Patrick, et al. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Éditions du Seuil.

Chapitre 02 : L'argumentation

point de vue ou à détruire une opinion

L'argumentation, selon Perelman, est définie comme l'art d'utiliser le langage pour persuader et convaincre en s'appuyant sur des raisonnements adaptés à un public donné :

« *Les techniques discursives permettant de provoquer ou d'accroître l'adhésion des esprits aux thèses qu'on présente à leur assentiment* »⁴³

Lorsqu'il s'agit d'exprimer un point de vue, de schématiser, d'expliquer ou de décrire le monde, ces actes ont une fonction informative qui a un impact sur l'interlocuteur. Dans cette perspective, tout énoncé ou enchaînement cohérent d'énoncés contient ce caractère informatif, ce qui conduit naturellement à influencer celui qui le reçoit. L'argumentation est « *une démarche qui vise à intervenir sur l'opinion, l'attitude, voire le comportement de quelqu'un, par les moyens du discours* »⁴⁴

Par ailleurs, l'argumentation cible l'interlocuteur dans le sens où elle est centrée sur les principes d'interaction et de réciprocité. Elle requiert une implication à la fois intellectuelle et émotionnelle de l'auditoire. Cet acte repose donc sur le même mécanisme de réciprocité qui régit les échanges sociaux.

Sur le plan logico-discursif, que ce soit dans un cadre monologique ou dialogique, l'argumentation correspond à un raisonnement. Elle consiste en un enchaînement logique d'idées qui conduit à formuler un jugement comme c'est le cas dans le syllogisme, l'enthymème ou l'analogie. Elle est aussi « *une activité verbale et sociale ayant pour but de renforcer ou d'affaiblir l'acceptabilité d'un point de vue controversé auprès d'un auditeur ou d'un lecteur en avançant une constellation de propositions destinées à justifier (ou à réfuter) ce point de vue devant un juge rationnel.* »⁴⁵

Nous pouvons conclure, à partir des définitions mentionnées précédemment, que l'élément commun et le point de convergence entre ces définitions se focalise dans l'intention et la volonté d'agir pour modifier une réalité ou influencer autrui dans un contexte de communication.

⁴³Amossy, Ruth. (2006). *L'argumentation dans le discours*. Paris : Armand Colin, p. 13.

⁴⁴Amossy, Ruth. (2006). *L'argumentation dans le discours*. Paris : Armand Colin, p. 19.

⁴⁵ Dominique Maingueneau (dirs.). (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Éditions du Seuil, Charaudeau, Patrick, et al, p. 68.

1.2. L'argumentation et la rhétorique

1.2.1. L'argumentation et la rhétorique antique et classique

L'argumentation trouve ses racines dans la rhétorique classique (rhétorique aristotélicienne du V^{ème} siècle avant j-c). La rhétorique n'a pas été inventée par Aristote, car l'homme a toujours exploité son pouvoir langagier pour persuader et convaincre. Cependant, l'enseignement de cet art a vu le jour avec les grecs. Elle est issue notamment d'Aristote, paraît comme un discours adressé à un auditoire dans la visée de l'influencer en lui soumettant des positions susceptibles de lui paraître recevables et éventuellement raisonnables. Autrement dit, elle met en évidence l'auditoire, dans le sens où elle se focalise sur des principes d'interaction et de réciprocité.

La rhétorique argumentative part d'une compétence naturelle, la compétence discursive, et la travaille en l'orientant vers les pratiques langagières sociales. Elle combine des capacités énonciatives et interactionnelles (mettre en doute, s'opposer, construire une position autonome). Une intervention rhétorique est constituée d'un ensemble d'actes de langage planifiés, finalisés, s'adressant à un public dubitatif, sollicité par des discours contradictoires, visant à une action sur les participants à la réunion, en vue d'une prise décision.⁴⁶

La rhétorique vise à convaincre l'auditoire d'adhérer à une proposition ou à le conduire à rejeter une idée contraire en utilisant l'art oratoire et à travers un processus de persuasion. Elle met l'accent sur l'aspect stylistique en se concentrant notamment sur les figures de style et les tropes. Elle comporte selon Aristote cinq éléments fondamentaux, qui sont :

L'invention (Inventio)

L'invention consiste à identifier les idées, les thèmes et les arguments qui seront utilisés dans le discours. Il s'agit de la phase de recherche et de réflexion où l'orateur détermine ce qu'il va dire pour convaincre son public.

La disposition (Dispositio)

La disposition concerne l'organisation et la structure du discours. Il s'agit de l'arrangement logique des parties pour rendre le message clair et persuasif.

⁴⁶ Charaudeau, Patrick et Dominique Maingueneau (dirs.). (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Éditions du Seuil, p. 507.

L'élocution (Elocutio)

L'élocution se rapporte au choix des mots, au style et à la manière de formuler les idées. Elle vise à rendre le discours à la fois clair, élégant et adapté au public.

L'action (Actio)

L'action désigne la manière dont le discours est prononcé incluant la voix, les gestes, les expressions faciales et la posture. C'est la mise en scène du discours.

La mémoire (Memoria)

La mémoire est la capacité de l'orateur à retenir et à restituer son discours de manière naturelle. Elle permet de ne pas dépendre entièrement de notes et de maintenir un contact visuel avec le public. Dans ce cas, l'orateur doit avoir une bonne mémorisation.

Les cinq composants de la rhétorique sont étroitement liés car ils forment un ensemble **inséparable** qui permet à un orateur de construire et de **présenter** un discours adapté, persuasif, élégant, impactant et maîtrisé.

La rhétorique s'appuie sur trois points essentiels, considérés comme types argumentatifs dont les deux premiers ont une primauté sur le troisième : ethos, pathos, logos.

L'ethos : « *L'éloquence n'a de sens que si elle met en avant la vertu (l'ethos) de l'orateur, ses mœurs exemplaires [...]. Celui qui parle possède la légitimité et l'autorité morale à le faire.* »⁴⁷

De plus, l'ethos : « *l'image que l'orateur projette de lui-même dans son discours et qui contribue puissamment à assurer sa crédibilité et son autorité.* »⁴⁸

« **Le pathos** est l'ensemble des émotions, passions et sentiments que l'orateur doit susciter dans son auditoire grâce à son discours. »⁴⁹ et selon **AMOSSY**, c'est : « *l'émotion que l'orateur cherche à susciter dans son auditoire.* »⁵⁰

« *Le logos persuade un auditoire par la force de ses arguments ou plaît par la beauté du style.* »⁵¹.

Le logos : le contenu du discours qui reflète la raison. Le logos repose sur l'enthymème qui est un syllogisme incomplet et sur l'exemple. Ce dernier repose sur l'analogie.

Ainsi, en rhétorique, le noyau du processus de persuasion est l'argument : « *en rhétorique,*

⁴⁷ <https://icar.cnrs.fr/dicoplantin/pathos-preuve/> consulté le 22/06/2025

⁴⁸ AMOSSY, R., 2006, *L'argumentation dans le discours*, Armand Colin.

⁴⁹ *Ibid.*, 2006,

⁵⁰ Charaudeau, Patrick, et al. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Seuil. (Mécanisme discursif : Pathos / appel à l'émotion)

⁵¹ <https://icar.cnrs.fr/dicoplantin/pathos-preuve/>

on appelle argument toute proposition visant à persuader. On a distingué selon les formes les arguments par analogie, par comparaison, par distinction, par réciprocité, par le ridicule, etc. »

52

Il est important de souligner que la rhétorique a évolué au fil du temps : Cicéron a ajouté l'éthos préalable à l'éthos discursif tandis que Pierre de la Ramée a réduit ces cinq composantes à trois.

L'argumentation n'a plus été associée à la rhétorique mais à la logique. Elle s'est alors limitée à l'étude des figures de style jusqu'à la renaissance de la **nouvelle rhétorique** au XXe siècle qui lui a redonné une dimension plus large.

1.2.2. L'argumentation et la nouvelle rhétorique

La nouvelle rhétorique, développée par Perelman et Olbrechts - Tyteca en 1958, a redonné à l'argumentation sa place primordiale. Perelman la définit comme : « *les techniques discursives permettant de provoquer ou d'accroître l'adhésion des esprits aux thèses qu'on présente à leur assentiment.* »⁵³. En mettant l'accent sur la dimension communicationnelle de l'argumentation, qui implique un orateur d'un côté et un auditeur de l'autre, il s'agit d'un véritable échange entre les deux. L'auditeur, même silencieux, participe activement à cet échange en influençant les représentations et les choix de l'orateur.

L'argumentation s'appuie sur des fondements qui doivent être acceptés et partagés par les deux parties de la communication,

*L'argumentation n'est pas un raisonnement déductif qui se déroule dans le champ du pur raisonnement logique en dehors de toute inférence du sujet (...). L'influence réciproque qu'exercent l'un sur l'autre l'orateur et son auditoire dans la dynamique du discours (...) constitue ainsi l'une des clés de voûte de la nouvelle rhétorique*⁵⁴

Dans le cadre de la nouvelle rhétorique, l'analyse argumentative s'est principalement focalisée sur les dimensions logique, communicationnelle et psychologique ainsi que sur les schémas de pensée qui sous-tendent l'argumentation. Cependant, elle a négligé l'importance des aspects linguistiques liés à l'argumentation.

Tout comme la rhétorique antique, la nouvelle rhétorique se situe dans le champ de la

⁵² Dubois, Jean, et al. (2012). *Contribution à l'analyse du discours*, in *Argumentation et Analyse du Discours*, n°9, p. 49.

⁵³ (Perelman et Olbrechts-Tyteca ; *Traité de l'argumentation*, 1958.

⁵⁴ Ruth Amossy, *L'argumentation dans le discours*, Paris, Armand Colin, 2006, p. 14.

logique et de la philosophie, plutôt que dans celui de la linguistique.

En résumé, bien que l'argumentation et la rhétorique soient distinctes, elles sont étroitement liées dans leur quête de persuasion et de conviction. La rhétorique se concentre sur l'efficacité persuasive dans un contexte social tandis que l'argumentation se focalise sur la logique et la rationalité pour établir des vérités ou résoudre des différends.

Selon Amossy : « *Les conceptions concurrentes de la rhétorique et de l'argumentation ne se ramènent ni à un ensemble de différences formelles, ni à une querelle scolastique.* »⁵⁵

1.2.3. L'argumentation dans l'approche pragmatique

La pragmatique selon Dominique Maingueneau est un domaine qui donne la priorité à l'analyse de la situation dans laquelle un énoncé est utilisé, « *la force des signes, le caractère actif du langage, sa réflexibilité fondamentale (...) son caractère interactif, son rapport essentiel à un cadre permettant d'interpréter les énoncés.* »⁵⁶

Avec cette nouvelle perspective, la rhétorique a révélé une affinité avec la pragmatique ; les deux disciplines partagent un trait commun qui dépasse la simple dimension linguistique (dimension de la langue) et la rhétorique, qu'elle soit ancienne ou moderne, perçoit le discours comme une force d'influence visant à persuader ou convaincre.

Quant à la pragmatique, elle est un domaine qui donne la priorité à l'analyse de la situation de communication, en mettant en avant l'importance du contexte et de l'intention du locuteur. Selon Philippe Blanchet, les anciens rhétoriciens peuvent être considérés comme des pionniers de la pragmatique, car ils ont déjà pris en compte l'importance du contexte et de l'interaction dans leur analyse du discours. Cela explique pourquoi la rhétorique et la pragmatique sont devenues des éléments essentiels dans toute étude analytique du discours en particulier lorsqu'il s'agit de considérer le contexte et les interactions entre les locuteurs.

Ces deux disciplines se complètent parfaitement dans l'analyse du discours en mettant en avant l'importance de comprendre comment le langage est utilisé et interprété dans des situations spécifiques : « *aujourd'hui que la linguistique (...) se dilue dans les interactions et les considérations pragmatiques, la rhétorique retrouve une place de choix parce qu'elle a toujours affirmé l'importance d'une parole visant un public bien particulier* »⁵⁷

⁵⁵ Amossy, Ruth. (2006). *L'argumentation dans le discours*. Paris : Armand Colin, p. 25.

⁵⁶ Amossy, Ruth. (2021). *L'argumentation dans le discours* (4e éd.). Paris : Armand Colin.

⁵⁷ Gardes-Tamine, J., citée dans Amossy, R. (2006). *L'argumentation dans le discours*, Paris : Armand Colin, p. 15.

De plus, la notion de pragmatique a été développée par plusieurs théoriciens, parmi lesquels **Oswald Ducrot** et **Dominique Maingueneau**. Selon cette approche, le langage ne se limite pas à décrire la réalité, mais il exerce également une influence sur elle.

La pragmatique propose une théorie qui explique comment le destinataire à partir des informations contenues dans l'énoncé et du contexte, formule des hypothèses sur les intentions du locuteur. Cette théorie met en avant l'interaction entre le langage, le contexte et l'intentionnalité pour comprendre le sens d'un énoncé.

De cette manière, Jacques Moeschler et Anne Reboul définissent la pragmatique contrairement au système linguistique qui se focalise sur les structures et les règles internes du langage.

C'est avec l'émergence de la conception influencée par la philosophie analytique anglo-saxonne et la pragmatique que l'argumentation rhétorique a trouvé sa place dans le domaine des sciences du langage. Cette approche met l'accent sur l'importance du contexte et de la parole dans les études linguistiques, principalement initiée par John L. Austin et John R. Searle à travers leurs travaux sur les actes de langage. Selon Ruth Amossy, cette perspective souligne également la manière dont l'argumentation rhétorique s'inscrit dans ce cadre.

Dans une perspective plus claire, la pragmatique se concentre sur les relations entre les signes et leurs utilisateurs ainsi que sur leur utilisation. Lorsqu'on évoque un composant pragmatique ou que l'on dit qu'un phénomène est influencé par des facteurs pragmatiques, cela signifie que l'on se réfère au processus d'interprétation des énoncés dans leur contexte. Cela inclut notamment les éléments tels que les *embrayeurs* ou les *déterminants du nom* qui jouent un rôle important dans la compréhension du sens en fonction du contexte.

1.2.4. L'argumentation dans la langue

L'argumentation dans la langue, développée par Jean-Claude Anscombre et Oswald Ducrot, s'inscrit dans le domaine de la pragmatique. Cette théorie, appelée **TAL (Théorie de l'Argumentation dans la Langue)**, considère l'argumentation comme un fait de langue plutôt que comme un fait de discours lié au contexte. Elle se concentre sur les orientations sémantiques et les enchaînements d'énoncés en intégrant le contexte et la situation discursive comme facteurs externes secondaires.

La pragmatique intégrée est utilisée pour souligner que le niveau pragmatique est indissociable du niveau sémantique.

-Le composant rhétorique, selon Oswald Ducrot, est distinct de la rhétorique aristotélicienne, il désigne le sens que prend un énoncé lorsqu'il est utilisé dans une situation spécifique.

Les lois qui régissent ce composant rhétorique expliquent comment ce sens est créé et interprété dans le contexte de la communication. « *Justifiable indépendamment de leur emploi dans la description sémantique* »⁵⁸.

Le composant rhétorique vient en deuxième lieu sur l'échelle de l'occurrence d'un énoncé : « *les circonstances de l'énonciation entrent en jeu, pour expliquer le sens réel d'une occurrence particulière d'un énoncé, seulement après qu'une signification a été attribuée, indépendamment de tout contexte, à l'énoncé lui-même* »⁵⁹.

Cela signifie que le composant rhétorique s'ajoute à la signification initiale de l'énoncé, venant après la compréhension première du message.

-Composant sémantique : La signification attribuée à une proposition en langue est son sens littéral, qui est déterminé uniquement par les règles et les structures linguistiques, sans prendre en considération du contexte dans lequel elle est utilisée : « *le sens d'un énoncé comporte, comme partie intégrante, constitutive, cette forme d'influence que l'on appelle la force argumentative. Signifier, pour un énoncé, c'est orienter.* »⁶⁰

2. C'est quoi un argument ?

Après avoir introduit la notion d'argumentation et afin de bien comprendre cette notion nous allons approfondir notre recherche en définissant une notion essentielle qui est « **l'argument** ». Nous explorerons les différentes dimensions de l'argument, de sa structure à ses fonctions, en passant par les types d'arguments les plus couramment utilisés.

Selon le **dictionnaire Larousse** : c'est le « *Moyen auquel on recourt pour convaincre quelqu'un, pour l'amener à modifier sa conduite.* »

On définit généralement la notion d'argument comme suit : « *un ensemble de considérations, de réflexions, des raisons avancées afin de soutenir et défendre une certaine*

⁵⁸ Amossy, Ruth. (2006). *L'argumentation dans le discours*. Paris : Armand Colin, p. 25.

⁵⁹ *Ibid.*, Ducrot in AMOSSY, 2006 p. 26

⁶⁰ *Ibid.*, Ducrot in AMOSSY, 2006 p. 26

Chapitre 02 : L'argumentation

*affirmation. »*⁶¹

Perelman définit l'argumentation comme l'art de manipulation de techniques discursives pour persuader et influencer un auditoire, le tout centré autour d'une thèse présentée par l'orateur : « *les techniques discursives permettant de provoquer ou d'accroître l'adhésion des esprits aux thèses qu'on présente à leur assentiment.* »⁶²

Selon Moeschler, l'argumentation « *consiste en une relation entre un ou plusieurs arguments et une conclusion* »⁶³. Inversement, Charolles définit l'argumentation comme un « *type de discours qui vise à modifier les dispositions intérieures de ceux à qui il s'adresse (les argumentés).* »⁶⁴

Selon Anscombe et Ducrot, l'argumentation n'est pas un simple outil mais une composante intrinsèque de la langue.

Leur idée principale est que la langue n'a pas comme but premier la représentation du monde, mais l'argumentation. En d'autres termes, le langage naturel n'est pas neutre mais il est orienté et vise à influencer.

Cependant, la notion d'argument est susceptible de revêtir plusieurs sens selon le domaine d'application : « *En logique, il correspond à un terme désignatif ; en littérature, à un discours abrégé d'un autre discours ; en rhétorique argumentative, il se définit comme un énoncé légitimant une conclusion* »⁶⁵.

L'argument, élément fondamental de l'argumentation se compose d'un ensemble structuré de réflexions, de raisons et de considérations afin de justifier ou réfuter une affirmation. Cet argument se compose de trois éléments essentiels :

Les prémisses sont la base de l'argument, ce sont les éléments de preuve et les affirmations avancées afin d'appuyer et justifier la conclusion.

Des liens, (des connexions) : Des liens, ou connexions logiques, assurent la cohérence de

⁶¹ Jean-Roch Lauper, « L'argumentation en très bref », université de Fribourg (suisse), 2004. <http://dspace.lagh-univ.dz/bitstreams/48ea7803-f43a-43a8-8fd9-130ece7fba3f/download> 14/04/2025 14:25 h

⁶² Perelman et Olbrechts-Tyteca in AMOSSY, 2006 p

⁶³ Moeschler, Jacques. (1985). *Argumentation et conversation. Éléments pour une analyse pragmatique du discours*. Hatier, Paris
https://repositorium.uminho.pt/bitstream/1822/5603/1/AAIves_discourseargumentatif_06.pdf

⁶⁴ Charolles, Michel. (1980). « Les formes directes et indirectes de l'argumentation », *Pratiques*, n°28, p. 32.

⁶⁵ Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (dirs.). (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Éditions du Seuil, p. 64.

l'ensemble de l'enchaînement, en reliant les prémisses entre elles et à la conclusion.

La conclusion : La conclusion est l'affirmation finale qui découle logiquement de l'enchaînement des prémisses. Elle représente l'élément central de l'argument qu'il s'agit de justifier, de défendre ou de soutenir à travers l'agencement des prémisses."

2.1. Types d'arguments, de raisonnements, et de vocabulaires dans l'argumentation

On distingue entre autres :

2.2.1. Les arguments persuasifs ou rhétoriques

-Des **arguments démonstratifs** comme la cause et la conséquence, l'adjonction (ajout), de concession (opposition).

-Les **arguments logiques** qui font appel à la raison de l'interlocuteur. Ici l'argumentation, comme le voit **Christian Plantin** est définie dans le cadre d'une théorie des trois opérations de l'esprit (l'appréhension, le jugement et le raisonnement).

-L'**argument d'expérience** : L'auteur peut recourir à des formulations comme « *l'expérience montre que...* » ou « *j'ai appris que...* » afin d'appuyer ses propos sur une expérience personnelle transformant ainsi cette expérience en argument.

-L'**argument d'autorité** qui s'appuie sur les propos d'une personne célèbre ou reconnue à travers le monde où dans un domaine comme : « **Ruth Amossy** affirme que... », « **Socrate** écrit dans la rhétorique antique que... ». ⁶⁶

2.2.2. La typologie des arguments fait apparaître plusieurs raisonnements possibles parmi

lesquels nous pouvons citer :

-Le **raisonnement causal** qui s'appuie sur les causes d'une situation, d'un fait ou d'un phénomène. L'auteur en tire des conséquences.

-Le **raisonnement dialectique** repose sur la thèse, l'antithèse et la synthèse surtout employé lors d'un dialogue qui met en opposition deux opinions différentes.

-Le **raisonnement concessif** commence par le fait d'admettre les arguments adverses pour ensuite développer et maintenir son propre point de vue.

-Le **raisonnement par déduction** part d'idées générales et objectives pour arriver à une

⁶⁶<http://dspace.lagh-univ.dz/bitstreams/48ea7803-f43a-43a8-8fd9-130ece7fba3f/download> le 12 /03/2025 23:24

conclusion particulière (démarche mathématique).

-Le raisonnement par induction part de faits particuliers, parfois cités en exemples et aboutit à une conclusion générale. Comme dans les sciences expérimentales, on part de l'observation et on obtient une vérité générale.

-Le raisonnement par analogie met en parallèle deux domaines et en fait ressortir les ressemblances. De ce rapprochement apparaît une opinion nouvelle.

-Le raisonnement par l'absurde sert à disqualifier les propos de l'adversaire en faisant état de conséquences absurdes d'une proposition opposée à celle de l'auteur.

2.2.3. Notions argumentatives de base

Ici, nous examinerons les concepts suivants : *classe argumentative*, *force argumentative* et *échelle argumentative*. Ces concepts sont développés par Oswald Ducrot dans le cadre de la Théorie de l'Argumentation dans la Langue (TAL).

2.2.4. Classe argumentative

Ducrot définit cette notion de la manière suivante :

On dira que deux énoncés p et p' appartiennent à une même classe argumentative déterminée par un énoncé r⁶⁷.»

De plus,

La notion de classe argumentative est relative à la notion de conclusion d'une part et de locuteur d'autre part : si deux énoncés ou plus appartiennent à une même classe argumentative, c'est qu'ils permettent de servir la même conclusion et qu'ils représentent le choix d'un même locuteur.⁶⁸

Exemple :

P *Le candidat a promis d'effectuer les demandes de droit d'asile à l'étranger.*

p' *Le candidat a présenté un plan détaillé pour créer des emplois.*

Dans cet exemple les deux énoncés (**p**, **p'**) contiennent des arguments qui contribuent à même conclusion r : *le candidat répond aux préoccupations des citoyens*. En même temps, les deux énoncés reflètent le choix d'un même locuteur qui cherche à convaincre les électeurs que *voter pour lui* est la meilleure option pour le pays. Donc, les énoncés

⁶⁷ <https://journals.openedition.org/annuaire-ehess> consulté le 12/03/2025 revue Mots, n°5, 1982, p. 87-98 :

⁶⁸ .Moeschler, Jacques, Anne Reboul, et al. (1994). *Dictionnaire encyclopédique de pragmatique*. Paris : Éditions du Seuil, p. 28

cités ci-dessus appartiennent à la même classe argumentative qu'est l'ensemble des arguments qui appartiennent l'idée que le candidat répond aux préoccupations des citoyens.

2.2.5. Force argumentative

La force d'un argument est son aptitude à persuader ou à convaincre un auditoire comme assurer la victoire d'un candidat. Selon **Ducrot** :

*Certains arguments sont plus forts, d'autres sont plus faibles. Soient deux énoncés p et p' appartiennent à une même classe argumentative. On dira que p' est présenté par un locuteur comme un argument plus fort que p si la conclusion de p à r implique une conclusion de p' à r , l'inverse n'étant pas vraie.*⁶⁹

2.2.6. L'échelle argumentative

L'échelle argumentative est un outil qui organise les arguments d'une même catégorie en les classant selon leur force persuasive afin de les orienter vers une conclusion unique et convaincante. Elle repose sur l'idée que les arguments doivent être structurés de manière progressive en partant des moins forts pour aller vers les plus persuasifs renforçant ainsi la cohérence et l'efficacité du raisonnement.

Lorsqu'une relation d'ordre ou de force intervient à l'intérieur d'une classe argumentative, on dira que les arguments appartiennent à la même Échelle argumentative, une échelle argumentative est donc une classe argumentative orientée. On présentera une échelle argumentative déterminée par la conclusion r et les arguments p et p' satisfaisant la définition de la manière suivante :



3. Le doublet convaincre - persuader :

Selon Ruth Amossy : « le doublet « convaincre-persuader » le premier s'adressant aux facultés intellectuelles, le second au cœur. »⁷⁰

Bien que la différence sémantique entre "convaincre" et "persuader" ne soit pas

⁶⁹ Moeschler, Jacques, Anne Reboul, et al. (1994). *Dictionnaire encyclopédique de pragmatique*. Paris : Éditions du Seuil, p. 281

⁷⁰ M. Bracops, Introduction à la pragmatique, 2^e édition de Boeck Duculot, 2010, p. 211.

<https://lib.univ-soukahrass.dz/bib/40393> . Consulté le 20/04/2025 01:45h http://archives.univbiskra.dz/bitstream/123456789/16333/1/NOUI_ANISSA.Pdf . Consulté le 20/04/2025 01:45h

immédiatement évidente, l'analyse des stratégies de persuasion met en évidence une étude plus poussée des techniques de persuasion révèle qu'il existe une distinction. Pour influencer son auditoire. L'homme politique adapte son discours en utilisant des arguments notamment à la fois la raison (conviction) et celle à l'émotion (persuasion)."

3.1. Convaincre

Convaincre consiste à obtenir l'adhésion de quelqu'un en impliquant sa raison. Cela est basé sur un échange intellectuel, des connaissances partagées, et l'utilisation de preuves, de faits et d'arguments objectifs. Les modes de raisonnement comme l'analogie et la concession, ainsi que les connecteurs logiques et les figures d'opposition, servent à nuancer et à confronter les points de vue pour renforcer l'argumentation. Autrement dit, Convaincre, c'est l'action par laquelle un locuteur incite son auditoire à accepter une manière de penser ou une conclusion en lui présentant des arguments et des raisons susceptibles d'être adoptés.

3.2. Persuader

Persuader, c'est amener l'auditoire à adhérer à une idée, à adopter un comportement ou à prendre une décision en mobilisant ses émotions et sa sensibilité souvent par le biais de la séduction. La persuasion vise à obtenir l'adhésion du destinataire en utilisant ses sentiments et ses émotions. Cette stratégie cherche à susciter des émotions chez le destinataire afin de l'amener à partager le point de vue du locuteur. La persuasion implique souvent des approches indirectes telles que le charme ou l'intimidation. Le locuteur peut également utiliser des figures d'insistance et un vocabulaire chargé d'émotion.

Perelman affirme que « *le discours adressé à un auditoire particulier vise à persuader, alors que celui qui s'adresse à l'auditoire universel vise à convaincre.* »⁷¹. Pour lui, un premier critère permettant de distinguer l'argumentation politique est qu'elle soit toujours ordonnée à un auditoire.

4. La notion de la stratégie et l'analyse du discours

La notion de la stratégie selon Larousse est l'« *art de coordonner l'action de forces*

⁷¹ <https://lib.univ-soukahras.dz/bib/40393> . Consulté le 20/04/2025 01:45h http://archives.univbiskra.dz/bitstream/123456789/16333/1/NOUI_ANISSA . PDF. Consulté le 20/04/2025 01:45h

Chapitre 02 : L'argumentation

militaires, politiques, économiques et morales impliquées dans la conduite d'une guerre ou la préparation de la défense d'une nation ou d'une coalition »⁷². Avec une recherche détaillée, nous nous sommes rendu compte que cette notion accorde un privilège à la pensée militaire et politique.

André Beaufre, dans son article intitulé *Vue d'ensemble de la stratégie*, (1962 :420), précise que :

*Le but de la stratégie est d'atteindre les objectifs fixés par la politique en utilisant au mieux les moyens dont on dispose. Or ces objectifs, peuvent être offensifs (conquête, imposer l'acceptation de telles ou telles conditions onéreuses), défensifs (protection du territoire ou de tels ou tels intérêts) ou même viser simplement le statu quo politique.*⁷³

Plusieurs théoriciens ont tenté de définir les stratégies discursives à partir de modèles distincts. Selon **Van Dijk (1977a, 1980b)**, une stratégie est avant tout une « *action humaine orientée vers un but* ». Elle est intentionnelle, consciente et contrôlée, ce qui implique que le locuteur agit de manière réfléchie pour atteindre un effet spécifique. Chaque stratégie s'inscrit dans une situation particulière et peut, selon le contexte, engendrer des transformations significatives, soit en construisant un sens ou une position, soit en déconstruisant ceux déjà établis.

En parallèle, Patrick Charaudeau, dans une perspective issue de l'analyse du discours, envisage également les stratégies comme « *des opérations discursives déployées en fonction d'un objectif de communication* »⁷⁴. Toutefois, sa spécificité réside dans le fait qu'il articule ces stratégies à une double visée : la construction de l'image de soi (ethos) et l'adhésion de l'autre (pathos) au sein d'un contrat de communication prédéfini.

Là où Van Dijk insiste sur la structure cognitive et l'efficacité transformative de l'action, Charaudeau met l'accent sur la mise en scène de soi dans un cadre socio-discursif, réglé par les attentes du genre et de la situation d'énonciation.

Ainsi, les deux auteurs convergent sur l'idée d'un discours orienté vers un objectif mais se distinguent dans la manière d'envisager les rapports entre langage, situation, et stratégie : Van Dijk s'inscrit dans une approche cognitivo-textuelle, tandis que

⁷² Larousse, définition du terme « *stratégie* », dictionnaire de français, consulté en 202

⁷³ Trésor de la Langue Française informatisé (TLFi), article « *Stratégie* », CNRS & ATILF, consulté en 2025.

⁷⁴ Extrait de : Support de cours Stratégies discursives, Université (2023), p. 15-17.

Charaudeau adopte une posture plus pragmatique et socio-communicationnelle où l'image du locuteur est au cœur de la stratégie.

En ce qui concerne l'interprétation du discours, la notion de stratégie se base sur la mobilisation du savoir et de la compétence communicationnelle globale du locuteur. Selon Moeschler (1998 : 222), l'interlocuteur doit être en mesure, à chaque étape possible du processus d'interprétation, de reconstruire le sens visé par le locuteur, un sens qui émerge précisément grâce à la stratégie mise en œuvre, laquelle révèle à la fois les connaissances mobilisées et l'intention communicative de celui qui s'exprime.

Les stratégies discursives, en tant qu'outils linguistiques, se traduisent concrètement par des actions langagières mobilisées au sein du discours.

En analyse du discours, la notion de stratégie renvoie aux choix lexicaux et discursifs opérés par le locuteur. Autrement dit, chaque énoncé produit dans un discours se distingue par sa structuration, son orientation et sa portée significative. Il n'existe pas de langage neutre ou uniforme dans la communication : chaque prise de parole constitue une construction unique, façonnée par l'intention de celui qui parle, par la situation d'énonciation et par le type de rapport qu'il souhaite instaurer avec son interlocuteur. Ainsi, les stratégies discursives se manifestent à travers des formes langagières précises, choisies en fonction des effets recherchés : convaincre, séduire, légitimer, disqualifier, se justifier ou se montrer crédible. C'est en cela qu'elles représentent un levier essentiel de la mise en scène du locuteur dans l'espace public, en particulier dans le discours politique comme l'a indiquée Benveniste « *la mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel d'utilisation* »⁷⁵ et il a ajouté « (...) *langage qui contient toujours les formes linguistiques appropriées à son expression* »⁷⁶

Les recherches modernes dans le champ de l'analyse du discours attribuent une importance à la puissance du locuteur au point de l'articulation du langage et du contexte. Donc, on peut dire que les stratégies discursives reportent les actions et les événements de manière négative ou positive sur la base de certaines idéologies.

5. Les différentes approches des stratégies discursives

Je vais aborder la question des stratégies discursives en m'appuyant sur les travaux de

⁷⁵ Benveniste, Émile. (1974). *Problèmes de linguistique générale*, tome 2. Paris : Gallimard, p. 80.

⁷⁶ Benveniste, Émile. (1974). *Problèmes de linguistique générale*, tome 2. Paris : Gallimard, p. 263

plusieurs linguistes et plus particulièrement sur ceux de Patrick Charaudeau.

Parmi les approches notables figure le modèle interactionnel développé par John J. Gumperz, centré sur les actions langagières et les contextes sociaux dans lesquels elles s'inscrivent.

Ce modèle insiste sur les processus de compréhension mis en œuvre par les participants au cours d'une interaction, processus qui reposent sur la notion de *contextualisation*. Celle-ci se définit comme l'utilisation, par les locuteurs et les auditeurs, de signes verbaux permettant de relier ce qui est dit à un moment et dans un lieu précis à leurs connaissances du monde (Maingueneau & Charaudeau, 2002 : 235).

Conclusion

En résumé, ce parti conceptuel a cherché à exposer les bases théoriques et les concepts clés et essentiels pour la compréhension du discours avec une multitude de définitions (le discours politique et l'argumentation et son interaction avec les différentes approches).

-le discours : dans le cadre de notre recherche actuelle, pour cette notion, nous définissons et adoptons l'idée que, le discours est un texte construit selon des conditions de production spécifiques. Il est également considéré comme un énoncé généré dans une situation de communication particulière.

Le discours politique : Le discours politique peut être défini comme un ensemble structuré de pratiques langagières, orales ou écrites, utilisées par les acteurs politiques (les hommes de pouvoir, les candidats) dans le but d'influencer l'opinion publique, de légitimer leur pouvoir et de transformer les rapports sociaux. L'analyse de ce type de discours s'intéresse à la fois à son contenu, à ses stratégies argumentatives et discursives et aux conditions de sa production en tenant compte des contextes politique, social et historique dans lesquels il s'inscrit.

L'argumentation : telle qu'elle est présentée par Perelman, Olbrechts-Tyteca, Amossy et Charaudeau, et grâce à leurs travaux dans l'argumentation, cette dernière est définie comme l'art d'utiliser le langage comme un processus de communication complexe qui vise à influencer l'auditoire en utilisant des techniques discursives appropriées ; elle correspond à un raisonnement sur le plan logico - discursif.

Cette approche met en évidence le rôle central de l'orateur, de l'auditoire ; elle le cible dans le sens où elle est centrée sur des principes d'interaction et de réciprocité et du contexte dans la construction et la réception de l'argumentation.

Chapitre 03,
Analyse du corpus.

Introduction :

Après avoir exploré les concepts théoriques liés à notre domaine d'étude, nous allons, dans ce chapitre, déterminer la démarche analytique.

Dans le cadre du discours politique, les stratégies discursives jouent un rôle primordial dans la construction et la transmission des messages. Elles permettent aux acteurs politiques (les candidats dans notre cas d'étude) de structurer leurs interventions afin d'influencer, de convaincre et de séduire leur auditoire **des (téléspectateurs dans les débats)**. Parmi ces stratégies et, nous nous concentrerons notamment sur l'analyse des trois principales stratégies identifiées par **Patrick Charaudeau**, celles de **légitimation**, de **crédibilité** et de **captation** et de **l'autocritique**.

Cette partie pratique s'appuie en effet sur l'analyse du débat télévisé entre Emmanuel Macron et Marine Le Pen lors de l'entre-deux-tours de l'élection présidentielle française de 2022. Ce corpus constitue un terrain adéquat pour examiner comment les deux candidats mobilisent ces stratégies discursives afin de défendre leurs programmes, attaquer leur adversaire et séduire les électeurs indécis. Ils cherchent, à travers leurs énoncés non seulement à justifier leur légitimité en tant que candidats à la présidence (légitimation) mais aussi à démontrer leur fiabilité (crédibilité), à attirer l'attention du public (captation) et parfois à reconnaître certaines failles ou erreurs (autocritique).

L'objectif de cette étude est donc d'identifier et d'analyser ces stratégies discursives dans le discours politique des deux candidats. Nous chercherons de surcroît à comprendre comment ces mécanismes sont utilisés pour répondre aux attentes des citoyens tout en influençant leurs perceptions. En explorant les énoncés pertinents du corpus, cette analyse mettra en lumière la manière dont le discours politique se construit autour de ces enjeux communicationnels essentiels.

Avant de commencer notre travail analytique, nous allons présenter notre corpus. Pour une bonne compréhension du corpus, nous passerons par l'étude de sa nature à savoir, les locuteurs et le contexte dans lequel leur discours a été produit.

1. Présentation du corpus

Le corpus que nous avons choisi d'analyser est le débat télévisé de l'entre-deux-tours de l'élection présidentielle française de 2022, qui s'est déroulé le **20 avril 2022**. Cet événement politique majeur a réuni les deux candidats finalistes, **Emmanuel Macron**, le

président sortant, et **Marine Le Pen**, candidate du Rassemblement National. Ce débat est un moment clé de la campagne électorale où les deux candidats exposent leurs programmes et confrontent leurs idées sur des sujets essentiels pour l'avenir de la France. Le corpus s'intitule ***Débat télévisé entre Emmanuel Macron et Marine Le Pen, entre-deux-tours de l'élection présidentielle française 2022.*** Il s'agit d'un texte intégral retranscrit du débat, incluant les échanges verbaux entre les candidats ainsi que les interventions des modérateurs Léa Salamé et Gilles Bouleau, deux journalistes chargés de gérer les échanges. Le débat a duré deux heures et trente minutes et s'est déroulé dans le cadre de la campagne officielle pour l'élection présidentielle, un moment crucial pour les candidats afin d'annoncer leurs programmes, de clarifier leurs projets et de convaincre les électeurs.

Le thème sur lequel porte le débat est la présentation des programmes politiques des deux candidats, à travers une discussion structurée autour des grandes préoccupations des Français. Plusieurs idées marquantes jaillissent de cet échange : concernant le pouvoir d'achat, **Marine Le Pen** propose une baisse de la **TVA** sur l'énergie, en revanche **Emmanuel Macron** défend des mesures comme le bouclier énergétique et la création d'emplois. Concernant le rôle dont jouit de la France en Europe et dans le monde entier, les deux candidats exposent des visions divergentes, entre souveraineté nationale et coopération européenne.

Quant à la question de l'environnement, Macron ambitionne de faire de la France une grande puissance écologique alors que Le Pen adopte une approche plus pragmatique. Les sujets de la sécurité et de l'immigration sont également abordés, avec des perspectives différentes : Le Pen insiste sur un contrôle strict des frontières, tandis que Macron prône une gestion équilibrée. Enfin, des thèmes comme l'éducation et la santé sont discutés, avec des propositions visant à améliorer ces secteurs clés.

Ce débat a été diffusé en direct sur plusieurs chaînes de télévision nationales, notamment France 2 et TF1. Il est également disponible sous forme de retranscriptions officielles sur des sites institutionnels comme Vie-publique.fr. Par ailleurs, de nombreux articles de presse ont analysé les échanges dans les jours suivant le débat, et des vidéos sont accessibles sur des plateformes en ligne telles que YouTube ou les sites d'information. Ces différents supports permettent d'étudier le corpus sous plusieurs angles et d'enrichir l'analyse.

Avant de tenter de dévoiler les stratégies discursives utilisées par les deux orateurs ; je vais mettre en lumière une clarification concernant l'intégration du pouvoir dans notre débat.

2. L'intégration du pouvoir des candidats lors du débat

2.1. Marine Le Pen

Dans la première intervention, Marine Le Pen se présente comme une candidate proche du peuple, attentive aux préoccupations des Français. Elle propose une alternative basée sur le respect, le bon sens, et des valeurs comme la sécurité, la souveraineté, et la liberté. Elle s'engage à améliorer le quotidien en renforçant le pouvoir d'achat, l'école et la valeur du travail tout en promouvant la justice, la fraternité nationale et la paix civile.

2.2. Emmanuel Macron

Quant à Emmanuel Macron, il se présente dans sa première intervention, comme un leader expérimenté, mettant en avant son avènement à la tête du pays pendant des crises sans précédent, comme la pandémie et la guerre en Ukraine ainsi que sa capacité à prendre les bonnes décisions dans des moments difficiles. Il se positionne comme un garant de l'indépendance et de la force de la France.

Affirmant sa volonté de renforcer le pays sur les plans économique, culturel et industriel et engagé à améliorer le quotidien des Français, il promet des actions concrètes dans des domaines clés comme l'école et la santé. Visionnaire, il exprime son ambition de faire de la France une grande puissance écologique du XXI^e siècle. Enfin, en tant qu'Européen convaincu, il souligne l'importance de renforcer l'Europe dans le contexte géopolitique actuel.

3. Analyse des stratégies discursives

On commence par la première stratégie :

3.1. Stratégie de légitimation

La stratégie de légitimation consiste en des mécanismes discursifs et communicationnels visant à justifier ou renforcer l'autorité, la crédibilité ou le droit d'agir d'un individu, un groupe ou d'une institution. Son objectif est d'obtenir l'acceptation ou le soutien d'un public.

Elle est une stratégie essentielle dans le discours politique qui est représenté par un ensemble de techniques discursives utilisées par des acteurs politique (candidat,

dirigeant, parti) pour justifier leur position, à exercer le pouvoir, à prendre des décisions ou à défendre une certaine vision de la société. Elle permet aussi d'obtenir le soutien de leur auditoire et à convaincre que cet acteur est compétent, moralement acceptable et digne de confiance. La légitimité définit comme : « *l'état ou la qualité de qui est fondé à agir comme il agit [...]. Elle est ce qui donne droit à exercer un certain pouvoir avec la sanction ou la gratification qui l'accompagne* »⁷⁷

Dans le débat, chaque candidat cherche à exercer son pouvoir. Dans le cadre de mon étude, le pouvoir dans le débat entre Macron et Le Pen se manifeste à travers leur capacité à influencer l'opinion publique, à exprimer leurs visions du monde et à exercer une domination discursive sur l'adversaire et l'auditoire.

3.1.1. Les trois formes de légitimité

On distingue trois types de légitimité :

-la légitimité par filiation

Elle est héritée d'un ordre naturel (être « fils de »), religieux (descendance prophétique), social (appartenance à l'aristocratie) ou encore biologique (possession d'un talent ou d'un don particulier). En résumé, il s'agit d'être « bien né ».

-la légitimité par formation

Elle se base sur un parcours éducatif prestigieux et l'occupation de fonctions importantes au sein d'institutions reconnues. Autrement dit, il s'agit d'être « bien formé ».

-la légitimité par mandatement

C'est celle qui caractérise les systèmes démocratiques : les détenteurs du pouvoir tirent leur autorité du mandat que leur a confié le peuple. Les élus (députés, maires) exercent ainsi leur fonction au nom de ceux qui les ont choisis pour les représenter. À ce sujet, Charaudeau précise que :

*La légitimité populaire doit, à un moment ou à un autre, se transformer en légitimité représentative, car il est difficilement concevable que la totalité d'un peuple gouverne. S'instaure alors un système de délégation du pouvoir qui fait que les représentants issus de ce système de délégation sont comptables de leurs actes devant ceux qui les ont élus : ils sont mandatés.*⁷⁸

⁷⁷ Charaudeau, Patrick., (2005). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Paris, Vuibert, p. 50.

⁷⁸ Charaudeau, Patrick., (2005). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Paris, Vuibert, p. 52

3.1.2. Les procédés de légitimation dans le discours politique :

Ils sont variés et souvent combinés entre eux. Voici les principaux :

-L'appel aux valeurs partagées : Le locuteur invoque des principes ou des valeurs considérées comme universelles ou propres à une communauté : justice, liberté, égalité, sécurité, solidarité, etc.

-La démonstration de compétence (ethos)

Le locuteur cherche à montrer qu'il est légitime à parler ou agir, en mettant en avant son expérience, son savoir, ou sa moralité.

-La désignation d'un ennemi commun : en créant un "nous" contre "eux", le locuteur fédère l'auditoire contre un adversaire perçu comme une menace : un parti, un groupe, une idéologie, etc.

La référence à l'intérêt général : Le discours est légitimé par le fait qu'il vise le bien commun au-delà des intérêts particuliers.

L'appel à la tradition ou à l'histoire : Le locuteur justifie une position en s'appuyant sur des précédents historiques, des pratiques établies ou des figures emblématiques.

La logique argumentative (logos) : Utilisation d'arguments rationnels, de chiffres, de faits pour appuyer son propos

La dramatisation ou l'appel à l'urgence : Le locuteur (candidat) exagère ou met en scène une situation critique pour justifier une action rapide ou radicale.

Nous essayons d'analyser un ensemble de stratégies de légitimation employées par le candidat Marine le Pen dans notre corpus fourni.

Analyse des énoncés

Marine Le Pen :

E 01 : *"Si le peuple français me fait l'honneur de m'apporter sa confiance dimanche prochain, je serai la présidente du régalien [...], mais aussi de la promotion sociale."*

Analyse

Cette phrase montre une marque de respect envers le peuple français : Marine le Pen utilise la condition que lui permet d'exprimer ses engagements sous forme de promesses conditionnées à son élection. Cela donne du poids à ses propositions et montre qu'elle est prête à agir si elle obtient le soutien des électeurs en considérant leur confiance comme un honneur.

Dans le but de montrer la responsabilité d'exercer le pouvoir au nom du peuple. Marine Le Pen **légitime** sa candidature en mettant en avant sa capacité à gérer les fonctions régaliennes de l'État (sécurité, justice, souveraineté) tout en s'engageant à promouvoir la justice sociale.

"Je serai aussi la présidente de l'assimilation républicaine."

En employant ce terme, elle s'inscrit dans une tradition institutionnelle française qui valorise l'intégration des individus dans le cadre des valeurs républicaines. Cela renforce son positionnement en tant que garante des principes fondateurs de la République.

E 02 (page 02) : *"Je serai la présidente de la concorde restaurée entre les Français. Je serai la présidente de la justice. Je serai la présidente de la fraternité nationale. Je serai la présidente de la paix civile."*

Analyse :

Par le biais de cette répétition Marine Le Pen parle avec une certaine confiance, elle insiste sur son engagement à remplir ce rôle unificateur et protecteur. Elle cherche à légitimer sa position en promettant d'apporter l'unité nationale et la paix sociale, des valeurs fondamentales pour les électeurs.

E 03 (page 03) : *Je veux proposer de baisser de manière pérenne [...] la TVA sur l'énergie, l'ensemble de l'énergie de 20 à 5,5 %, parce que je considère que l'énergie est un bien de première nécessité."*

Analyse

Marine Le Pen légitime ses propositions économiques en les présentant comme des mesures concrètes pour alléger les dépenses des Français. Elle insiste sur leur caractère durable pour renforcer leur impact.

E 04 (page 03) : *"Je souhaite exonérer d'impôt sur le revenu les moins de trente ans."*

Analyse

Marine le Pen relie cette mesure à la promotion sociale et à l'accompagnement de la jeunesse, ce qui lui permet de légitimer son programme en démontrant son engagement pour protéger des publics en difficulté.

Marine Le Pen critique les politiques économiques d'Emmanuel Macron pour **légitimer**

ses propres propositions.

E 05 (page 03) : *"Vous avez fait le choix de mettre en place la taxe carbone qui a aggravé le prix de l'essence."*

Analyse :

Dans cet énoncé, le Pen est en train de critiquer la politique économique de l'actuel président Emmanuel macron, elle défend ses propres propositions qu'elle juge plus adaptées aux besoins concrets de la population.

E 06 (page 04) : *"Je fais des choix de faire des économies sur des dépenses qui m'apparaissent dispendieuses ou nocives."*

Analyse :

Elle se positionne dans cet énoncé comme une candidate responsable qui sait prioriser les besoins essentiels. La légitimation de cet énoncé réside dans l'exercice du droit individuel de décision lorsqu'elle dit « *je fais des choix* », la justification rationnelle des choix, la recherche du bien-être personnel et la perception positive de la gestion responsable des ressources.

Emmanuel macron :

E 01 (page 02) : *"Nous avons tous ensemble traversé, vous venez de le rappeler Madame, une période si difficile, des crises sans précédent, une pandémie comme nous n'en avons pas connue depuis un siècle. Et aujourd'hui le retour de la guerre sur le sol européen."*

Analyse :

Emmanuel macron implique dans cet énoncé tous les citoyens pour faire face à des épreuves communes. Ce faisant, il crée un **lien de solidarité** avec son public et légitime sa position en rappelant son expérience à la tête du pays durant des crises majeures (pandémie et guerre). Il se positionne comme un leader capable de gérer des situations complexes.

E 02 (page 02) : *"Et donc j'ai traversé à la tête de notre pays par la confiance donnée cette période en essayant de prendre les bonnes décisions et je veux continuer de le faire parce que je crois d'abord que nous devons et pouvons rendre notre pays plus indépendant et plus fort, par son économie, par le travail, par la recherche, l'innovation, par sa culture."*

Analyse :

Dans cet énoncé, Emmanuel Macron utilise une **stratégie de légitimation** basée sur son expérience passée à la tête du pays. Il mentionne *"j'ai traversé à la tête de notre pays par la confiance donnée cette période"*. En rappelant qu'il a déjà dirigé le pays, il justifie son autorité et sa capacité à gérer des situations complexes. Cela veut dire qu'il a été testé dans des moments difficiles et qu'il est donc légitime de continuer sa mission en tant que Président de la République. De plus, Pour mettre en valeur la confiance accordée par les citoyens, il utilise l'expression : *"par la confiance donnée"*.

Pour justifier, il utilise « *Ces bonnes décisions* ».

Macron construit un narratif à connotation positive autour de son action politique en affirmant que ses choix ont été judicieux. Cette stratégie de communication cherche à installer dans l'opinion publique l'image d'un dirigeant compétent et capable de prendre les bonnes options au bon moment.

En légitimant ainsi son bilan, il ne se contente pas de justifier son passé mais prépare également le terrain pour de futures prises de décision en instaurant un rapport de confiance avec les citoyens. Il renforce et légitime son bilan par une vision ambitieuse pour l'avenir : *"rendre notre pays plus indépendant et plus fort, par son économie, par le travail, par la recherche, l'innovation, par sa culture."* Il légitime sa candidature en montrant qu'il propose une vision claire et ambitieuse pour l'avenir, un projet concret et cohérent pour renforcer la France. Il associe cette vision à des domaines clés (économie, travail, recherche, innovation, culture), ce qui renforce son image de leader capable de transformer le pays. Ce faisant, il emploie des termes valorisants *"indépendant", "fort", "économie", "travail", "recherche", "innovation", "culture"*.

Ces termes à connotations mélioratives renforcent son discours en associant son action à des valeurs et des objectifs largement partagés. Ces dernières lui permettent de se présenter comme un président, de se positionner comme un leader compétent, légitime pour continuer à diriger la France.

E 03 (page 02) : *"Je veux continuer de le faire parce que je crois d'abord que nous devons et pouvons rendre notre pays plus indépendant et plus fort, par son économie, par le travail, par la recherche, l'innovation, par sa culture."*

Analyse :

Macron **légitime** son activité passée et sa candidature. Il **justifie** sa volonté de continuer son activité politique en organisant sa vision autour d'un projet de renforcement national. Il affirme sa conviction de pouvoir accroître l'indépendance et la puissance de la France en s'appuyant sur des outils stratégiques tels que le développement économique, la valorisation du travail, l'investissement dans la recherche et l'innovation, ainsi que la promotion de la culture.

Cette approche vise à légitimer sa candidature en proposant une vision ambitieuse pour le pays fondé sur des valeurs de progrès et de souveraineté.

E 04 (page 05) : *"Pour tous les travailleurs [...] lorsqu'un patron verse du dividende à ses actionnaires, il doit verser ou de l'intéressement/participation [...] pour en faire un gain de pouvoir d'achat."*

Analyse :

Emmanuel Macron renforce sa légitimité en se présentant comme le défenseur des travailleurs et le chantre d'une économie plus juste. Sa proposition de partage obligatoire des profits avec les salariés aborde trois priorités majeures : le pouvoir d'achat, la réduction des écarts entre dirigeants et employés et l'encadrement des dérives du capitalisme. Cette stratégie lui permet d'incarner un homme d'État pragmatique, attentif aux difficultés quotidiennes des citoyens tout en affirmant son rôle de régulateur économique. En mêlant équité sociale et implication des entreprises, il construit l'image d'un dirigeant capable à harmoniser la croissance et la justice sociale, renforçant son assise politique.

Analyse comparative :

L'analyse comparative des discours d'Emmanuel Macron et de Marine Le Pen fait apparaître des stratégies de légitimation différenciées, façonnées par leur positionnement idéologique, leur trajectoire politique et les attentes de leurs électeurs respectifs. Cette étude s'appuie sur les principaux mécanismes discursifs identifiés par Charaudeau. Emmanuel Macron fonde sa légitimité sur l'expérience, la compétence, la rationalité et l'ancrage institutionnel.

Il mise principalement sur le logos et un ethos de compétence, tout en activant le pathos

autour de l'idée d'unité nationale.

Marine Le Pen, quant à elle, construit sa légitimation sur la proximité avec les électeurs, l'identification aux sentiments de désillusion et une forte charge émotionnelle.

Elle valorise un ethos d'identification et mobilise le pathos tout en appuyant son discours sur des arguments concrets pour renforcer la crédibilité de ses propositions. Ainsi, les deux candidats adoptent des stratégies de légitimation différentes mais complémentaires : l'un s'appuie sur la rationalité et la légitimité institutionnelle, l'autre sur l'écoute des frustrations populaires et la revendication d'un changement, chacun visant à instaurer un lien de confiance avec l'électorat.

3.2. Stratégie de crédibilité :

La crédibilité est une **qualité discursive** indispensable pour un homme politique où un candidat qui souhaite faire valoir ses idées. En effet, même les projets les plus pertinents peuvent échouer à convaincre l'électorat si leur porteur manque de crédibilité. Il est donc important pour un politicien de travailler son image, de faire preuve de sa compétence et son intégrité et de communiquer de manière claire et convaincante afin de **renforcer** la confiance du public et d'optimiser l'impact de ses propositions.

Marine le Pen

E 01 (page 02) : *"Le plus grand atout de la France, c'est son peuple. Un peuple volontaire, un peuple solidaire, un peuple créatif. Notre peuple, je le connais bien. Ça fait des années que je vais à sa rencontre et je suis obligée d'être témoin que depuis cinq ans, je l'ai vu souffrir."*

Analyse :

Marine le Pen affirme qu'elle connaît bien le peuple français et se positionne comme une candidate qui est à l'écoute des préoccupations des citoyens. Elle cherche à établir sa crédibilité sa proximité avec le peuple français et sa connaissance de ses préoccupations. Elle déclare qu'elle est « obligée d'être témoin » de la souffrance du peuple français, elle exprime de l'empathie et montre qu'elle est consciente des difficultés rencontrées par les citoyens. Cela **peut renforcer sa crédibilité** en tant que candidate compatissante et soucieuse du bien-être de la population.

E 02 (page 03) : *" Sept Français sur dix considèrent qu'ils ont perdu du pouvoir d'achat depuis cinq ans."*

Analyse :

Marine Le Pen se **crédibilise** ses dires davantage en traitant de manière appropriée les inquiétudes des citoyens tout en proposant des actions pragmatiques pour y faire face. Elle présente ses remèdes aux lacunes des actions gouvernementales en se basant sur un raisonnement économique stable et des preuves réelles. Elle a employé de statistiques ou de témoignages d'expérience. Son discours, qui mélange critique et orientation vers l'action, visé à être en accord avec les défis concrets rencontrés par les Français.

E 03 (page 03) : *Je suis obligée d'être le porte-parole des Français parce que M. Macron, je vous ai entendu avec votre gouvernement vous réjouir d'avoir augmenté le pouvoir d'achat des Français. Moi, je n'ai vu que des Français qui m'ont parlé de leur problème de pouvoir d'achat.*

Analyse :

Marine Le Pen se positionne en protectrice des citoyens, accusant le gouvernement actuel d'être déconnecté des réalités économiques vécues par les Français. Elle conteste les déclarations d'Emmanuel Macron et de son administration sur l'augmentation du pouvoir d'achat, elle constate que celles-ci ne reflètent pas la situation réelle. Elle déclare : "*Je n'ai rencontré que des Français qui m'ont fait part de leurs soucis liés au pouvoir d'achat*", elle s'appuie sur des témoignages concrets pour dénoncer une version officielle qu'elle juge erronée. Cette activité, ancrée dans son expérience de terrain, lui permet de se présenter comme une candidate proche du peuple, comprenant leurs difficultés et prête à défendre leurs intérêts face à un gouvernement qu'elle estime insensible à leurs préoccupations. Par le biais de cet énoncé, Marine le Pen renforce son image d'opposante crédible en critiquant le gouvernement et son président.

Elle reproche à Macron et son équipe de se « réjouir » d'une situation qu'elle considère trompeuse. Elle se présente comme la porte-parole du peuple en confrontant son récit personnel aux chiffres économiques proposés par Emmanuel Macron. Ainsi, elle améliore sa crédibilité auprès des électeurs qui ont le sentiment d'être ignorés.

Emmanuel macron

E 01 (page 04) : *"Le bouclier énergétique bloque les prix sur l'électricité et le gaz [...], c'est deux fois plus efficace que la baisse de la TVA."*

Analyse :

Dans cet énoncé, Macron est en train de comparer et défend sa politique énergétique avec des comparaisons chiffrées, il montre pourquoi ses choix sont plus bénéfiques que ceux proposés par Marine Le Pen. Cette déclaration renforce son image et lui permet d'établir sa crédibilité de dirigeant compétent et rationnel.

E 03 (page 05) : " (...) *Nous avons permis de créer 1,2 million d'emplois. Le chômage a baissé de plus de 2 points, et c'est 1,2 million de Françaises et Français qui ont retrouvé un travail.*"

Analyse :

Le candidat Emmanuel Macron se focalise dans ce discours sur une stratégie qui se présente comme une solution pertinente pour une catégorie de son peuple (les chômeurs) par l'activité de la création d'emplois ; il valorise aussi les succès palpables de sa politique, notamment la baisse du chômage. Macron illustre la pertinence de son tactique antérieure par des chiffres concrets (1,2 million), ce qui renforce sa crédibilité en tant que président sortant qualifié et capable de produire des résultats concrets mesurables.

Analyse comparative

Les deux candidats utilisent efficacement faits, chiffres et expériences personnelles pour renforcer leur crédibilité. Marine Le Pen se concentre sur une critique directe du bilan économique d'Emmanuel Macron tout en proposant des mesures concrètes adaptées aux préoccupations immédiates (pouvoir d'achat).

De son côté, Emmanuel Macron défend son bilan en se basant sur des données (chiffres) officielles tout en présentant une vision stratégique à long terme (transition écologique, emploi).

Ainsi, chacun adapte ses arguments pour répondre aux attentes spécifiques de son électorat cible.

3.3. Stratégie de captation :

La stratégie de captation est définie comme un moyen de persuasion. Pour P. Charaudeau : « *Les stratégies de captation visent à séduire ou persuader le partenaire de l'échange communicatif de telle sorte que celui-ci finisse par entrer dans l'univers de pensée qui sous-tend l'acte de communication, et partage ainsi l'intentionnalité, les valeurs et les émotions*

dont il est porteur »⁷⁹

Elle est également présentée comme une technique discursive visant à séduire ou persuader un public en jouant sur l'émotion, une valeur commune ou le sentiment d'appartenance à un groupe

Nous essayerons d'analyser quelques énoncés pour mieux comprendre cette stratégie.

Marine le Pen

E 01 (page 02) : *"Je voudrais lui dire qu'un autre choix est possible fondé sur le respect, fondé sur le bon sens."*

Analyse :

Marine Le Pen, en commençant par la formule *"Je voudrais lui dire"* adopte un ton personnel et direct qui simule une conversation intime, suscitant ainsi un sentiment de proximité et d'empathie chez l'auditeur. En déclarant qu'*"un autre choix est possible"*, elle propose une alternative porteuse d'espoir à ceux qui se sentent déçus par la situation actuelle ouvrant ainsi une nouvelle perspective. Enfin, en mettant en avant des principes universels tels que le "respect" et le "bon sens", elle cherche à apparaître comme une figure modérée et respectable en résonance avec les valeurs profondes de son public. Elle cherche encore à construire une image positive d'elle-même loin des stéréotypes qui lui sont souvent associés.

E 02 (page 03) : *"Je suis obligée d'être le porte-parole des Français parce que M. Macron, je vous ai entendu avec votre gouvernement vous réjouir d'avoir augmenté le pouvoir d'achat des Français. Moi, je n'ai vu que des Français qui m'ont parlé de leur problème de pouvoir d'achat."*

Analyse

Marine le Pen entame ce discours par le pronom personnel "je" pour se positionner directement en tant que protectrice ou porte-parole. Elle joue sur l'émotion en se présentant comme la voix des citoyens ignorés par le gouvernement. Elle crée une connexion directe avec les électeurs en prenant en considération leurs difficultés et en critiquant les décalages entre les déclarations gouvernementales et la réalité vécue. Ainsi elle crée un lien direct avec son électorat en soulignant les problèmes économiques réels auxquels font face les Français.

⁷⁹ CHARAUDEAU, P., *Le discours publicitaire, genre discursif*, Mscope, 8, Versailles, CRDP, 1994, pp. 34-35.

En dénonçant l'écart entre le discours officiel qui se félicite d'une augmentation du pouvoir d'achat et la réalité de tous les jours pour les familles, cette contradiction entre la situation réelle et les discours politiques lui offre l'occasion d'améliorer son image de porte-parole du peuple, tout en dégradant la crédibilité d'un pouvoir qu'elle considère comme déconnecté des véritables problèmes des citoyens. Elle opte donc dans sa stratégie pour une rhétorique populiste qui se concentre sur la critique des gouvernants et l'alignement avec les préoccupations des classes populaires et moyennes.

E 03 (Page25) : "(...) *Les infirmières me disent [...] : On n'a pas le temps de s'occuper des patients, c'est presque de la maltraitance.*"

Analyse

Dans cet extrait, l'énoncé « *Les infirmières me disent : "On n'a pas le temps de s'occuper des patients, c'est presque de la maltraitance."* » montre un témoignage fort et émouvant. Macron utilise cette citation pour faire réagir le lecteur en montrant à quel point la situation dans les hôpitaux est grave. Le mot « **maltraitance** » est choquant : il fait comprendre que les soignants souffrent de ne pas pouvoir faire leur travail correctement.

Ce sont les *infirmières elles-mêmes* qui parlent, donc le témoignage semble vrai, crédible et sincère. Cela donne plus de force au message.

En rapportant ces paroles, l'auteure cherche à *provoquer de l'indignation*, c'est-à-dire à faire naître un sentiment d'injustice chez ceux qui lisent. Elle espère ainsi *rassembler les soignants*, leur montrer qu'ils ne sont pas seuls, et les encourager à *s'unir pour se défendre*.

Emmanuel macron

E 01 (page 02) : "*Je pense que c'est un moment important parce que c'est celui qui permet aussi la clarification sur nos projets qui permet de trancher dans quelques jours.*"

Analyse :

Macron souligne que ce débat est un moment clé. Il ne le considère pas comme un simple exercice rhétorique, mais comme une occasion cruciale pour les candidats de clarifier leurs propositions. En faisant cela, il relève l'enjeu du débat et attire l'attention des électeurs sur la nécessité de bien comprendre les choix qui leur sont offerts. Macron rappelle aux auditeurs que la décision finale approche "*qui permet de trancher dans*

quelques jours". Il utilise cette phrase pour créer un sentiment d'urgence et pour souligner que les électeurs doivent utiliser ce débat pour faire un choix éclairé.

E 02 (page 04) : *"J'ai les mêmes retours de mes déplacements sur le terrain. J'en ai fait plus de 600 durant les cinq années."*

Analyse :

Macron insiste sur le fait qu'il a "les mêmes retours" que Marine Le Pen concernant les difficultés rencontrées par les Français. Il ne se contente pas de relayer des statistiques ou des études mais affirme avoir une expérience directe et personnelle de la situation. En précisant qu'il a effectué "*plus de 600*" déplacements durant son mandat, il cherche à donner du poids à son affirmation de proximité. Ce chiffre impressionnant suggère un engagement constant sur le terrain et une volonté de rencontrer et d'écouter les Français. En se présentant comme un président proche du peuple et à l'écoute de ses difficultés, Macron cherche à établir un lien de confiance avec les électeurs. Il veut apparaître comme quelqu'un qui comprend leur réalité et qui est donc le mieux placé pour y apporter des solutions.

E 03 (page 04) : *"Moi je suis fier que tous ensemble nous ayons permis de créer 1,2 million de feuilles de paye."*

Analyse :

Emmanuel Macron met en lumière les réussites de son quinquennat, en particulier la création d'emplois et la baisse du chômage. À travers cette mise en avant, il entend prouver l'efficacité de son action et convaincre qu'il est en mesure de poursuivre l'amélioration des conditions économiques et sociales du pays. Emmanuel Macron cherche à opérer une captation de l'attention et de l'adhésion par ces réussites

E 04 (page 33) : *" (...) Non, Mme Le Pen, votre stratégie ne boucle pas. "*

Analyse :

Dans cet extrait « *Non, Mme Le Pen, votre stratégie ne boucle pas* », Emmanuel Macron adopte un ton à la fois direct, incisif et teinté d'ironie. La négation catégorique « ne boucle pas » traduit une volonté claire de déstabiliser son adversaire, Marine Le Pen. Par cette formule, il remet en question la cohérence et la solidité de ses arguments, tout en

assumant une posture de supériorité intellectuelle. L'expression elle-même, inhabituelle dans un débat politique formel, attire l'attention du public par sa spontanéité et son caractère familier, presque moqueur. Ce choix de ton vise à affaiblir la crédibilité de son opposante tout en renforçant l'image d'un président sûr de lui, capable de reprendre la main dans l'échange. En somme, il s'agit d'une stratégie rhétorique efficace pour marquer les esprits, détourner l'attention des propositions de son adversaire et affirmer son autorité dans le débat.

E 05 (page 40) : *"MARINE LE PEN de l'ouvrir à l'ensemble de la France."*

Analyse :

Macron emploie un langage inclusif pour rassembler les électeurs autour d'une vision partagée. Le terme "**ensemble**" crée une dynamique collective pour donner l'impression que tous sont concernés et valoriser l'unité, renforçant le sentiment d'appartenance et mobilisant les citoyens autour d'un projet commun.

E 06 (page 40) : *"Si nous n'avions pas rouvert l'école grâce à nos enseignants dès le 11 mai 2020, nous n'aurions pas pu fournir un repas par jour à ces enfants et leur permettre d'avoir une année justement des plus correctes. ».*

Analyse :

Emmanuel Macron justifie la réouverture des écoles dès le 11 mai 2020 comme une décision à la fois nécessaire et responsable malgré les controverses qu'elle avait pu susciter à l'époque. Il met en avant les bénéfices sociaux de cette mesure notamment en permettant aux enfants, en particulier les plus vulnérables, de retrouver un cadre scolaire structurant et un accès à un repas quotidien. Il souligne également le rôle fondamental des enseignants, sans qui cette reprise n'aurait pas été possible, valorisant ainsi leur engagement au service de l'intérêt général. À travers cet argumentaire, Macron cherche à montrer que sa décision dépassait la seule dimension éducative et répondait à une urgence sociale renforçant ainsi la légitimité de son action et son image de président attentif au bien-être des enfants.

E 07 (page 52) : *« Nos compatriotes veulent être acteurs des changements qui les touchent, ils ne veulent plus que ça vienne de circulaires de Paris, ils ont plus de bon sens que ces circu-*

laire, à juste titre, c'est comme ça qu'ils le voient. Et donc ce que je veux pouvoir faire c'est une autre méthode de la pratique du pouvoir, c'est avec vous et qui en particulier sur le chantier de l'école ou de la santé va conduire à fixer au niveau de la nation, des grandes orientations, mais à assumer d'avoir des conférences de partis pour agir... »

Analyse :

Dans cette déclaration, Emmanuel Macron emploie une stratégie rhétorique habile pour établir un lien fort avec l'électorat. L'utilisation de "nos compatriotes" et "avec vous" crée un sentiment d'appartenance collective, un "vous" englobant qui transcende les divisions. Il cherche à positionner les citoyens comme acteurs du changement, soulignant que les transformations en cours les concernent directement. En évoquant des sujets concrets comme l'école et la santé, il ancre son discours dans le quotidien des Français suscitant un engagement émotionnel. Cette approche vise à renforcer sa légitimité, à créer un sentiment d'adhésion à ses politiques et à mobiliser l'électorat tout en luttant contre la défiance envers les politiques. Cependant, la sincérité perçue de cet appel à la participation et la mise en œuvre concrète de cette promesse seront déterminantes pour son succès.

3.4. Stratégie d'autocritique

3.4.1. Définition

Selon le dictionnaire Larousse *l'autocritique* est définie comme : *"jugement que porte un militant, un parti politique sur son propre comportement, en référence à l'idéologie dont il se réclame et à sa pratique."*⁸⁰

L'autocritique c'est donc un jugement que vous portez envers vous-même. C'est une auto réflexion qui peut prendre deux formes : Autocritique négative (dépréciative) et autocritique constructive.

3.4.2. Autocritique négative / dépréciative

L'autocritique négative est généralement celle à laquelle on pense en premier quand on entend le mot "*autocritique*" parce que c'est celle qui nous est la plus familière et aussi celle qui nous blesse le plus.

Ce sont ces choses que vous vous reprochez. Ces erreurs du passé que vous ressassez.

L'autocritique négative est tout sauf utile. Elle nourrit vos doutes et affaiblit votre

⁸⁰ Larousse, *Dictionnaire de français*, article « autocritique », définition n°1 :

confiance en vous. Elle crée aussi des blocages. C'est ce qui explique que parfois vous n'osez pas faire les choses ou que vous vous laissez paralyser par certains problèmes.

3.4.3. Autocritique constructive

Si l'autocritique négative n'a rien de bon, l'autocritique constructive, elle, au contraire est bénéfique. Elle est même nécessaire si vous voulez vous améliorer.

Elle consiste à vous questionner sur vous-même, à exercer votre esprit critique et à analyser vos résultats objectivement.

Emmanuel macron

E 01 (page 04) : *"Les chiffres en moyenne ne viennent pas aider à finir le mois quand la vie devient plus chère comme depuis plusieurs mois."*

Analyse : dans ce passage, Emmanuel Macron reconnaît un décalage entre les bons indicateurs économiques et les difficultés quotidiennes des Français notamment dans un contexte d'inflation persistante. Sans formuler une autocritique directe, il admet implicitement que les mesures prises n'ont pas suffi à améliorer concrètement le pouvoir d'achat. Cette déclaration combine empathie et stratégie politique : elle vise à montrer qu'il est conscient des préoccupations des citoyens tout en préparant le terrain à d'éventuelles nouvelles actions.

E 02 (page 08) : *"Il faut pouvoir justement réformer le marché de l'électricité pour qu'il ne dépende plus des petites parts additionnelles de gaz parfois qu'on importe mais de la base installée, en particulier la nôtre qui est beaucoup plus le nucléaire."*

Analyse : Emmanuel Macron reconnaît les limites du marché européen de l'électricité, notamment sa dépendance excessive au gaz même en faible quantité. Cette déclaration révèle une forme d'autocritique constructive, soulignant la nécessité de réformer un système inadapté au mix énergétique français. Il s'agit aussi d'une volonté de renforcer la souveraineté énergétique nationale et d'adapter les règles européennes aux réalités spécifiques de la France.

E 03 (page 51) : *"Et donc j'entends les reproches qui sont faits en disant vous n'avez pas fait de référendum sous ce quinquennat, je noterai que plusieurs de mes prédécesseurs n'ont pas fait de référendum sous leur premier mandat duré d'exercice d'une fonction élective, parfois ils en ont fait dans le second ... c'était difficile alors même qu'on se posait la question de maintenir des*

élections locales, d'aller faire des référendums."

Analyse : Dans cet énoncé, Emmanuel Macron adopte une posture rhétorique d'écoute en affirmant « *j'entends les reproches* », ce qui lui permet de reconnaître implicitement une critique, l'absence de référendum sous son mandat, tout en gardant une certaine distance grâce à l'ambiguïté du verbe « *entendre* ». Il cherche ensuite à relativiser ce reproche en le comparant à l'attitude de ses prédécesseurs soulignant que plusieurs d'entre eux n'ont pas non plus organisé de référendum lors de leur premier mandat, ce qui banalise son propre choix.

Il invoque ensuite le contexte exceptionnel de la pandémie, évoquant les difficultés à maintenir même des élections locales pour justifier son inaction. Cette mise en avant des circonstances extérieures introduit une forme de fatalisme politique où l'action est contrainte par des événements indépendants de la volonté du dirigeant.

Ainsi, tout en reconnaissant indirectement un manquement, Macron l'atténue par une série de justifications stratégiques. Cette déclaration incarne une posture d'équilibriste typique du discours politique : il évite toute reconnaissance explicite de faute, mais montre qu'il est conscient des attentes démocratiques, combinant gestion de l'image, légitimation de l'inaction et atténuation de la critique.

E 04 (page 51) : *"La deuxième chose, c'est qu'il nous faut rénover la vie démocratique, vous avez parfaitement raison, et donc j'ai échoué durant ce quinquennat à faire la révision constitutionnelle que je voulais faire, je n'ai pas eu d'accord."*

Analyse : Dans cet énoncé, Emmanuel Macron fait preuve d'une autocritique rare et explicite en affirmant : « *j'ai échoué durant ce quinquennat à faire la révision constitutionnelle que je voulais faire* ». Contrairement à l'usage habituel dans le discours politique, il assume ici personnellement la responsabilité d'un échec, sans détour ni euphémisation, ce que renforce l'emploi du pronom personnel « *j'* ». Toutefois, cette reconnaissance d'échec s'accompagne d'une valorisation implicite de son intention initiale : en affirmant qu'il souhaitait rénover la vie démocratique, il rappelle qu'il poursuivait un objectif noble, renforcé par l'accord apparent avec son interlocuteur « *vous avez parfaitement raison* ». Il précise ensuite qu'il n'a « *pas eu d'accord* », soulignant les blocages politiques ou institutionnels qui ont entravé sa réforme. Cette précision permet de partager la responsabilité de l'échec avec le système politique lui-même et notamment

avec les équilibres parlementaires défavorables. Ainsi, tout en se montrant lucide et responsable, Macron met aussi en lumière les contraintes du fonctionnement institutionnel, qui peuvent empêcher la mise en œuvre de réformes ambitieuses. Cette déclaration combine donc sincérité personnelle et stratégie politique, en transformant l'aveu d'un échec en démonstration d'engagement et de volonté réformatrice contrariée par les réalités du pouvoir.

Marine le Pen

E 01 (page 12) : *"Si j'ai été obligée de faire un prêt à l'étranger, c'est parce qu'aucune banque française n'a voulu m'accorder de prêt."*

Analyse : L'aveu de Marine Le Pen concernant son recours à un prêt étranger, en raison du refus des banques françaises de la financer, constitue une manœuvre politique habile. En admettant une faiblesse financière apparente, elle parvient à retourner cette vulnérabilité à son avantage en l'inscrivant dans un discours critique plus large contre les élites et le système en place. Elle s'érige ainsi en victime d'un establishment politico-financier qu'elle accuse d'exclusion et de partialité, renforçant son image de candidate du peuple face aux puissants. Cette stratégie nourrit son discours antisystème et mobilise un électorat souvent défiant à l'égard des institutions traditionnelles. En créant un récit dans lequel les banques sont présentées comme les agents d'un système injuste, elle transforme une contrainte personnelle en levier politique, exploitant efficacement le ressentiment populaire.

E 02 (page 29) : *"Vous avez commencé votre mandat en fermant Fessenheim [...] Vous avez arrêté Astrid et puis à la fin de votre mandat, vous dites "je me suis trompé." (Réplique de Marine Le Pen).*

Analyse : Marine Le Pen base son argumentation sur une forme d'autocritique qu'elle prête implicitement à Emmanuel Macron. À ses yeux, les récentes prises de position du président, notamment son retour en faveur de l'énergie nucléaire et l'annonce de nouvelles constructions de centrales, témoignent d'une reconnaissance implicite des erreurs du passé. Elle interprète ce revirement comme un aveu que des décisions antérieures, comme la fermeture de Fessenheim ou l'abandon du projet Astrid, étaient malavisées. Le Pen s'appuie ainsi sur ce changement de cap pour remettre en question la

cohérence et la lucidité de la politique énergétique menée par Macron.

Analyse comparative

Marine Le Pen pratique une autocritique plus directe et visible, assumant ses erreurs et affichant sa volonté de s'améliorer, ce qui peut renforcer son ethos d'authenticité et de proximité.

Emmanuel Macron, quant à lui, adopte une autocritique davantage maîtrisée, limitée à la forme ou à la communication afin de préserver sa légitimité institutionnelle tout en répondant aux attentes d'écoute et d'adaptation.

Les deux stratégies traduisent des conceptions différentes de la légitimité politique et du rapport à l'erreur dans l'espace public.

Conclusion

Dans ce troisième chapitre pratique, nous avons mené une analyse comparative des stratégies de légitimation employées par Emmanuel Macron et Marine Le Pen dans leurs discours politiques à partir du corpus sélectionné. Cette démarche a débuté par l'identification et l'examen d'énoncés représentatifs des deux candidats, illustrant leurs façons de se présenter, de justifier leurs positions et de s'adresser aux citoyens. En nous appuyant sur les travaux de Patrick Charaudeau ainsi que sur la littérature scientifique, nous avons relevé les principaux mécanismes discursifs à l'œuvre.

Conclusion générale

Conclusion générale

Les deux candidats ont utilisé des stratégies discursives adaptées aux attentes de l'électorat et aux enjeux du débat. Emmanuel Macron valorise son expérience, son bilan et son ancrage institutionnel tandis que Marine Le Pen privilégie une stratégie fondée sur l'émotion, la proximité et l'identification avec les citoyens.

Pour répondre à notre problématique qui cherche à identifier les techniques de discours qui font l'efficacité d'un débat politique télévisé, je me suis appuyée sur les travaux de Patrick Charaudeau, j'ai analysé comment les candidats construisent leur persuasion à l'écran où il se révèle la diversité des ressorts rhétoriques mobilisés par chacun pour convaincre les électeurs.

Emmanuel Macron fonde sa légitimité sur un ethos de compétence et d'expérience, appuyé par un discours structuré autour d'arguments rationnels et de données chiffrées. Il affirme sa crédibilité par une posture présidentielle et une maîtrise technique des enjeux tandis qu'il cherche à capter l'adhésion par un langage inclusif et une vision collective. Son autocritique reste mesurée, centrée sur des ajustements de méthode sans remettre en cause le fond de son action.

À l'inverse, Marine Le Pen mise sur une légitimité fondée sur la proximité avec les Français, se positionnant comme la voix des « oubliés ». Son ethos s'appuie sur l'émotion et l'indignation, renforcé par un discours simple, concret et ancré dans le quotidien. Sa captation repose sur un langage accessible et des références directes aux préoccupations populaires. Quant à son autocritique, elle s'exprime par la reconnaissance de certaines failles, mise au service d'une image d'écoute et d'amélioration continue.

Références bibliographiques

Ouvrages et articles

- Amossy, Ruth., (2006). *L'argumentation dans le discours*, Armand Colin, Paris.
- Benveniste, Émile., « De la subjectivité dans le langage », In *Problèmes de linguistique générale*, (1966), Gallimard, Paris.
- Benveniste, E., chapitre V, « L'homme dans la langue », In *Problèmes de linguistique générale I*, (1966), Paris, Gallimard.
- Charaudeau, Patrick et al., (2002), *Dictionnaire d'Analyse du discours*, Seuil, Paris,
- Charaudeau, Patrick., (2005), *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Vuibert. Paris.
- Charaudeau, P., (2005), *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Paris, Vuibert.
- CHARAUDEAU, P., *Le discours publicitaire, genre discursif*, Mscope, 8, Versailles, CRDP, 1994, pp. 34-35.
- Charolles, Michel., (1980). « Les formes directes et indirectes de l'argumentation », *Pratiques*, n°28, p. 32.
- De Saussure, F., (1916), *Cours de linguistique générale*, édition Payot, Suisse.
- Dubois, Jean, et al., *Contribution à l'analyse du discours*, in *Argumentation et Analyse du Discours*, (2012), n°9.
- Lauper, Jean-Roch., (2004) « *l'argumentation en très bref* », Université de Fribourg Suisse.
- Maingueneau, Dominique., (1990). *Pragmatique pour le discours littéraire*, Bordas, Paris.
- Maingueneau, Dominique., (1996), *L'Analyse du discours*, Armand Colin, Paris.
- Maingueneau, Dominique., (1996), *Les termes clés de l'analyse du discours*, Seuil, Paris.
- Maingueneau, Dominique., (1998). *Analyser les textes de communication*, Dunod, Paris.
- Moeschler, Jacques., (1985). *Argumentation et conversation. Éléments pour une analyse pragmatique du discours*. Hatier, Paris.
- Martine, Bracops., (2010) *Introduction à la pragmatique*, 2^e édition de Boeck Duculot, Bruxelles.
- Moeschler, Jacques, Reboul, Anne et al. (1994). *Dictionnaire encyclopédique de pragmatique*, Seuil, Paris.
- Nathalie, Garric., (2014). « Modalité d'énoncé, modalité d'énonciation et modalité de

Références bibliographiques

message », Université de Nantes.

Perelman, Chai., et Olbrechts-Tyteca, L., (1958), *Traité de l'argumentation* : La nouvelle rhétorique, Presses universitaires de France, Paris.

Violène, J.-P., Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (2002). « Mécanismes discursifs et fonctions dans la légitimation », In *Dictionnaire d'analyse du discours*, sous la direction de Charaudeau, P. et Maingueneau, D., Seuil, Paris.

Sitographie

1-

<https://fac.umc.edu.dz/fll/images/cours/Analyse%20de%20discours%20Contenu%20p%C3%A9dagogique%20Dre%20Lilia%20BOUMENDJEL.pdf> consulté le 20/01/2025

2/<https://journals.openedition.org/mots/7263> consulté le 13/02/2025 6:25h

3/<https://fr.scribd.com/document/432389181/L-Argumentation-Dans-Le-Discours-Ruth-Amossy> consulté le 13 /02/2025 7:50h

4/ <https://ds.univ-oran2.dz:8443/handle/123456789/4865> consulté le 13/02/2025 9:25

5/ http://archives.univ-biskra.dz/bitstream/123456789/16333/1/NOUI_ANISSA.pdf consulté le 14/02/2025 9:20h

6/ http://archives.univ-biskra.dz/bitstream/123456789/16333/1/NOUI_ANISSA.pdf

7- <https://doi.org/10.3917/ls.127.0105> consulté le 15/02/2025

8-<http://www.patrick-charaudeau.com/A-quoi-sert-d-analyse-le-discours-politique.html>

9-<https://fac.umc.edu.dz/fll/images/cours-fran%C3%A7ais/L2/L2%20Ling%20Ziada.pdf> consulté le 16/02/2025

10-<http://dspace.lagh-univ.dz/bitstreams/48ea7803-f43a-43a8-8fd9-130ece7fba3f/download> 14/04/2025 14:25 h

11- <http://dspace.lagh-univ.dz/bitstreams/48ea7803-f43a-43a8-8fd9-130ece7fba3f/download> le 12 /03/2025 23:24

12-<https://journals.openedition.org/annuaire-ehess/22010> consulté le 12/03/2025 1:20

13-<https://lib.univ-soukahrass.dz/bib/40393> . Consulté le 20/04/2025 01h45

14-http://archives.univ-biskra.dz/bitstream/123456789/16333/1/NOUI_ANISSA.pdf .

Références bibliographiques

Consulté le 20/04/2025 01h45

15- <https://www.studocu.com/row/document/universite-mhamed-bouguerra-de-boumerdes/linguistique-appliquee/patrick-charaudeau-largumentation-nest-peut-etre-pas-ce-que-lon-croit/51348589> le 20/04/2025 15h23

16-https://staff.univ-batna2.dz/sites/default/files/yahia_rafika/files/analyse_du_discours-17-converti.pdf

18-https://www.patrick-charaudeau.com/IMG/pdf/_2008_Pathos_Actes_Brest_.pdf
consulté le 20/04/2025

19-<https://everlaab.com/autocritique-negative-vs-autocritique-constructive/>

20-<https://everlaab.com/autocritique-negative-vs-autocritique-constructive/> consulté le 25/04/2025.

Annexes

Débat télévisé entre M. Emmanuel Macron, président de la République, et Mme Marine Le Pen, députée du Rassemblement National, candidats à l'élection présidentielle, le 20 avril 2022, sur les programmes des deux candidats.

Prononcé le 20 avril 2022

Intervenants :

- Emmanuel Macron - Président de la République,
- Marine Le Pen - Candidate du Rassemblement National à l'élection présidentielle 2022,
- Gilles Bouleau – Journaliste,
- Léa Salamé – Journaliste.

Circonstance : Campagne officielle : débat télévisé de l'entre-deux tours de l'élection présidentielle 2022, le 20 avril 2022

Texte intégral

LÉA SALAMÉ : Bonsoir et bienvenus à tous pour ce grand débat du second tour de l'élection présidentielle, moment très attendu de la vie démocratique de notre pays.
Bonsoir Gilles.

GILLES BOULEAU : Bonsoir Léa, bonsoir à tous, bonsoir Marine Le Pen, bonsoir Emmanuel Macron. Vous avez deux heures trente ce soir pour exposer votre projet, votre vision de la France, ce qui vous sépare mais aussi votre personnalité.

LÉA SALAMÉ : Alors les règles du jeu. Nous sommes là avec Gilles Bouleau pour faire respecter la stricte égalité de vos temps de parole. Et les chronomètres que vous voyez à l'écran feront foi.

GILLES BOULEAU : Nous sommes aussi là pour faire respecter l'impartialité, la clarté, la bonne tenue des échanges. Précisons aussi que vous êtes chacun responsable de vos propos, des chiffres, des faits, des dates que vous donnerez ce soir. Votre adversaire aura bien sûr la possibilité de les contester.

LÉA SALAMÉ : Alors nous évoquerons la place de la France en Europe et dans le monde alors que la guerre en Ukraine fait rage. Nous parlerons aussi de

l'environnement. Un sujet très attendu notamment par les jeunes qui nous regardent ce soir mais aussi la santé, l'hôpital, les retraites.

GILLES BOULEAU : L'attractivité de la France, la sécurité, l'éducation, l'immigration. Nous vous demanderons aussi quel président ou quelle présidente vous serez et comment vous exercerez le pouvoir ?

LÉA SALAMÉ : Et nous commençons par la préoccupation numéro un des Français depuis des mois, le pouvoir d'achat. C'est parti, on y va. Marine Le Pen c'est vous qui avez été tirée au sort pour prendre la parole en premier.

MARINE LE PEN Inaudible (musique du générique)

GILLES BOULEAU : Marine Le Pen, oserais-je alors que le débat a à peine commencé vous interrompre. Juste pour vous rappeler que nous voulions avec Léa vous poser à l'un et à l'autre dans les mêmes termes pour une durée d'une minute trente la question suivante ce qui ne vous empêchera évidemment pas de vous exprimer. Vous avez donc 1 minute 30 l'un et l'autre. Et vous donc d'abord Marine Le Pen. **En quoi seriez-vous une meilleure présidente que votre adversaire Emmanuel Macron ?**

MARINE LE PEN : J'ai démarré avant même que ...

LÉA SALAMÉ : Vous avez démarré sur la musique, vous pouvez reprendre.

GILLES BOULEAU : Ce crédit vous sera redonné.

MARINE LE PEN : J'en suis navrée.

LÉA SALAMÉ : On n'a pas enlevé les secondes.

MARINE LE PEN : J'en suis absolument navrée. J'en étais à dire que « ***le plus grand atout de la France, c'est son peuple. Un peuple volontaire, un peuple solidaire, un peuple créatif. Notre peuple, je le connais bien. Ça fait des années que je vais à sa rencontre et je suis obligée d'être témoin que depuis cinq ans, je l'ai vu souffrir*** »¹, je l'ai vu s'inquiéter, s'inquiéter d'un déclassement, d'une sorte de précarité qu'il ressent généralisée et puis je l'ai vu s'inquiéter aussi de l'avenir et douter. « ***Je voudrais lui dire qu'un autre choix est possible fondé sur le respect, fondé sur le***

¹Énoncé 1 page 2 stratégie de créd M le pen

bon sens »¹. « Si le peuple français me fait l'honneur de m'apporter sa confiance dimanche prochain, je serai la présidente du régalien »² Les fonctions régaliennes de l'État sont liées à la notion de souveraineté : sécurité/défense, diplomatie, justice, fiscalité c'est-à-dire de la renaissance démocratique, des protections collectives, de la liberté, de la souveraineté et puis de sa sécurité. Je serai aussi la présidente du quotidien, de la valeur travail, du pouvoir d'achat, de l'école creuset du savoir-, de la santé partout, pour tous de l'assimilation républicaine mais aussi de la promotion sociale.

Mais surtout **« je serai la présidente de la concorde restaurée entre les Français. Je serai la présidente de la justice. Je serai la présidente de la fraternité nationale. Je serai la présidente de la paix civile »³**. La fraternité nationale, c'est celle qui unit les Français et qui autour d'un projet collectif leur permet de se projeter ensemble dans l'avenir.

LÉA SALAMÉ : Merci Marine Le Pen, Même question pour vous, Emmanuel Macron. Vous avez 1 minute 30 également. Si vous êtes réélu en quoi **seriez-vous un meilleur président que votre adversaire ?**

EMMANUEL MACRON : Bonsoir à tous les deux, bonsoir Madame Le Pen et bonsoir à nos compatriotes qui nous écoutent ce soir. **« Et je pense que c'est un moment important parce que c'est celui qui permet aussi la clarification sur nos projets, qui permet de trancher dans quelques jours⁴ » « Nous avons tous ensemble traversé, vous venez de le rappeler madame, une période si difficile, des crises sans précédent, une pandémie comme nous n'en avons pas connue depuis un siècle. Et aujourd'hui le retour de la guerre sur le sol européen »⁵** Et donc d'évidence nous parlons d'une époque où les peurs, les inquiétudes sont là. **« Et donc j'ai traversé à la tête de notre pays par la confiance donnée cette période en essayant de prendre les bonnes décisions et je veux continuer de le faire parce que je crois d'abord que nous devons et pouvons rendre notre pays plus indépendant et plus fort, par son économie, par le travail, par la recherche, l'innovation, par sa**

¹Énoncé 1 page 2 stratégie de captation M le pen

²Énoncé 1 page 2 M le pen

³ Énoncé 2 page 2 M le pen

⁴Énoncé 1 page 2 captation E macron

⁵Énoncé 1 page 2 E MACRON

culture »¹.

LÉA SALAMÉ : Eh bien, on va commencer si vous le voulez bien l'un et l'autre par le premier thème de ce débat., c'est donc le pouvoir d'achat. Les prix ne cessent d'augmenter et encore plus depuis le début de la guerre en Ukraine. Les Français le ressentent tous les jours au moment de payer leurs courses, au moment de mettre de l'essence dans leur voiture ou de régler la facture du chauffage. Marine Le Pen vous avez la parole en premier. Avec une inflation Augmentation générale et durable des prix qui risque de s'installer dans la durée, **qu'allez-vous faire concrètement pour aider les Français ?**

MARINE LE PEN : D'abord, *« je suis obligée là encore d'être le porte-parole des Français parce que M. Macron je vous ai entendu avec votre gouvernement Organe collégial composé du Premier ministre, des ministres et des secrétaires d'État, chargé de l'exécution des lois et de la direction de la politique nationale vous réjouir d'avoir augmenté le pouvoir d'achat des Français »².* Moi je n'ai vu que des Français qui m'ont parlé de leur problème de pouvoir d'achat. Je n'ai vu que des Français me dire qu'ils n'y arrivaient plus, qu'ils ne s'en sortaient plus, qu'ils n'arrivaient plus à boucler les fins de mois et *« Sept Français sur dix considèrent qu'ils ont perdu du pouvoir d'achat depuis cinq ans »³. « Alors vous avez fait des choix, le choix de mettre en place la taxe carbone qui a aggravé le prix de l'essence. »⁴*

Vous avez fait le choix de baisser des aides qui étaient essentielles pour un certain nombre de nos compatriotes, notamment l'aide au logement de cinq euros. Et moi je veux véritablement faire du pouvoir d'achat la priorité de mon prochain quinquennat si les Français me font confiance. Par l'intermédiaire de trois leviers. D'abord baisser les dépenses contraintes, baisser les dépenses contraintes, c'est baisser aussi la fiscalité.

« Je veux proposer de baisser de manière pérenne, pas des chèques, pas des tickets de rationnement, de manière pérenne la tva sur l'énergie, l'ensemble de l'énergie de 20 à 5,5 %. Pourquoi parce que je considère que l'énergie c'est un

¹Enoncé 2 page 2 E macron

²Enoncé 3page 3 créd M le pen

³Enoncé 2 page 3 créd M le pen

⁴Enoncé 5(page 3) légiti M LE PEN

bien de première nécessité. »¹ C'est-à-dire, je veux la baisser sur le carburant, sur le gaz, sur l'électricité, sur le fioul. C'est 12 milliards que je vais ainsi rendre aux Français. Mais je vais aussi leur rendre du pouvoir d'achat par l'intermédiaire de baisse de la fiscalité. Je vais restituer la demi-part fiscale aux veufs et aux veuves qui en ont été privés. « **Je souhaite exonérer d'impôt sur le revenu les moins de trente ans.** »² Je souhaite accorder aux familles une part pleine fiscale dès le deuxième enfant qui leur permettra de pouvoir augmenter leur pouvoir d'achat de 560 euros par an. Et puis je veux soutenir la valeur travail, c'est mon deuxième levier. La valeur travail, c'est revaloriser un certain nombre de catégories.

Les soignants par exemple et les enseignants qui sont particulièrement maltraités et en dessous de la moyenne européenne. Mais c'est aussi soutenir les apprentis, les alternants, les étudiants qui travaillent par des compléments de revenus de 200 à 300 euros. Et puis la dernière, le dernier secteur sur lequel je veux absolument intervenir, c'est les personnes vulnérables parce que j'ai le sentiment que pendant votre quinquennat elles ont été particulièrement maltraitées. Aider les personnes vulnérables. Revaloriser la politique à destination des personnes vulnérables, c'est doubler comme je le souhaite les aides, les allocations pour les familles monoparentales. C'est individualiser, revaloriser l'allocation adulte handicapé. Quand je dis individualiser, c'est la fameuse déconjugalisation. Pour ceux qui connaissent mal ce système, c'est qu'en réalité vous avez pris la décision de vous opposer au fait de pouvoir accorder l'allocation adulte handicapé quel que soit le revenu du conjoint, en créant en quelque sorte une dépendance sur une dépendance. Et puis il y a le sujet des retraités et l'indexation des retraites qui n'a pas été - c'est le moins que l'on puisse dire - été respecté lors des cinq dernières années. Voilà véritablement une priorité absolue des cinq prochaines années. C'est restituer aux Français leur argent et l'ensemble de ces mesures permettra de leur rendre en moyenne 150 à 200 euros par mois et par foyer. Bien sûr pour faire cela, il faut faire des choix parce que la politique c'est l'art des choix. Et je fais des choix.

« **Je fais des choix de faire des économies sur des dépenses qui m'apparaissent dispendieuses ou qui m'apparaissent nocives** »³ où de l'argent qui en réalité s'enfuit

¹Énoncé 3 page 3 M le pen

²Énoncé 4 page 3 M le pen

³Énoncé 6 page 4 M le pen

sans que jamais personne ne s'y soit attaqué de manière sérieuse.

GILLES BOULEAU : Marine Le Pen vous avez consacré 4 minutes à cette réponse. Emmanuel Macron je vous pose la même question, **qu'allez-vous faire, qu'est-ce que vous engagez à faire pour aider les Français sur ce point particulier qu'est le pouvoir d'achat ?**

EMMANUEL MACRON : D'abord Mme LE PEN a raison de dire que « *les chiffres, en effet, qui ne sont pas les miens, qui sont ceux des organismes indépendants, de l'INSEE ou autres établissent très bien que sous ce quinquennat le pouvoir d'achat, en particulier de tous les Français, mais des Françaises et Français qui travaillent et qui sont les classes moyennes et populaires a augmenté.* »¹ Mais les chiffres en moyenne ne viennent pas aider à finir le mois quand la vie devient plus chère comme depuis plusieurs mois. Et donc c'est une réalité. Et je partage totalement ce que vous avez dit. « *J'ai les mêmes retours de mes déplacements sur le terrain. J'en ai fait plus de 600 durant les cinq années*² » qui viennent de s'écouler, de colères, de caddies qu'on arrive plus à remplir, de fins de mois difficiles. Alors d'abord ce que nous avons fait, ce que j'assume et ce que je veux maintenir c'est face au prix de l'énergie, telle que Madame Le Pen l'a décrit, le bouclier. « *Le bouclier, ça va consister à bloquer les prix sur l'électricité et le gaz. C'est deux fois plus efficace que la baisse de la tva* ».³ Et d'ailleurs c'est pour ça que je me permets de le dire que les Françaises et les Français auront sur leurs factures d plusieurs dizaines voire centaines d'euros par mois si vous deviez être élue parce que vous avez voté contre ce bouclier énergétique. Bon et il est évident que quand on bloque une augmentation qui est de 40, 60, 100 pour cent pour certaines énergies, on se retrouve avec des chiffres qui sont problématiques. Donc, la première chose, maintenir ce bouclier aussi longtemps que la crise est là. Et j'assume totalement que c'est un dispositif de crise, c'est la différence avec vous. La deuxième c'est que c'est plus efficace, deux fois plus que vous. La 2ème différence c'est en effet que ce n'est pas pérenne comme vous l'avez très bien décrit. C'est-à-dire que c'est un dispositif de crise. Quand on reviendra à des prix traditionnels, j'assume de ne pas subventionner le gaz et le pétrole que l'on ne produit pas

¹Enoncé 2 page 5 créd E macron

²Enoncé 2 page 4 captation E macron

³Enoncé 1 page 4 créd E macron

mais plutôt dépenser de l'argent public pour aider les ménages à rénover leur logement ou à changer de véhicule et sortir des énergies fossiles comme on a commencé à le faire et c'est une stratégie sur laquelle je veux avancer. La deuxième chose c'est le travail. Moi je suis fier que tous ensemble « ***nous ayons permis de créer 1,2 million de feuilles de paye. Parce que je regardais votre programme, vos 22 mesures, il n'y a même pas le mot chômage dedans*** ».¹ C'est frappant. Il n'y a pas de problème. Alors c'est une reconnaissance du travail bien fait pour les cinq années qui viennent de s'écouler. Je vous en remercie. Mais la meilleure façon de gagner du pouvoir d'achat c'est de lutter contre le chômage. C'est ce que nous avons fait en baissant de plus de 2 points le chômage et donc c'est 1 million 200 000 Françaises et Français qui ont retrouvé un travail. Je veux qu'on aille plus loin. Le Smic sera augmenté de 34 euros par mois, idem pour les plus petites rémunérations de la fonction publique avant que le point ne sera repris à l'été. Les retraites moyennes seront augmentées d'environ 60 euros par mois pour une retraite de 1400 euros. Ce qui veut dire une revalorisation dès l'été. Pourquoi ? Parce qu'on ne va pas attendre comme l'année dernière le 1^{er} janvier prochain et parce que là on a une inflation d'un peu plus de 4 %. Et puis pour les plus petites pensions je souhaite les porter à 1100 euros pour quelqu'un qui a une carrière complète contrairement à vous qui les laissez à 1000 euros. « ***Et pour tous les travailleurs, il y a un point qui me paraît très important c'est ce que j'appelle le dividende de salarial. C'est que lorsqu'un patron que ce soit d'ailleurs une PME/TPE ou un très grand groupe verse du dividende à ses actionnaires, il doit verser ou de l'intéressement/participation et nous simplifierons dès cet été les règles compte tenu de l'inflation et des problèmes de pouvoir d'achat pour le libérer et permettre d'en faire un gain de pouvoir d'achat*** »² ou de la prime pouvoir d'achat qui sera portée à 6000 euros sans charge pour l'employeur, sans impôt pour le salarié. C'est une prime que nous avons créée il y a trois ans, elle était plafonnée à 1000 elle sera portée à 6000. Mais ce sera maintenant un mécanisme obligatoire qui touchera tous et toutes. Et enfin sur les minimas sociaux, je souhaite pouvoir les revaloriser dès cet été en même temps que de rendre le système beaucoup plus simple c'est-à-dire de permettre un système de solidarité

¹Énoncé 3 page 5 crééd E macron

²Énoncé 4 page 5 E macron

à la source où toutes celles et tous ceux qui y auront droit les toucheront de manière beaucoup simple ce qui permet à la fois de lutter contre la fraude et de la fraude et le non-recours. Voilà les premières mesures de pouvoir d'achat à la fois pour le blocage des prix, plus efficace que la baisse de la tva, et pour revaloriser le travail. D'un mot sur l'allocation adulte handicapé elle a été, conformément à mes engagements, revalorisée pendant ce quinquennat, de 90 euros par mois. Et je suis favorable à ce qu'on puisse en effet corriger cet effet de bord que vous avez très bien décrit qui est que quand une personne qui a l'allocation adulte handicapé se marie avec quelqu'un qui a beaucoup plus d'argent le perd.

C'est vrai que le gouvernement Organe collégial composé du Premier ministre, des ministres et des secrétaires d'État, chargé de l'exécution des lois et de la direction de la politique nationale n'a pas soutenu cette mesure. Vous-même d'ailleurs vous n'étiez pas là au moment des débats et donc vous ne vous êtes pas opposée à celle-ci. Donc l'un et l'autre on pourra avancer.

LÉA SALAMÉ : Justement Marine Le Pen, on voulait vous faire réagir sur le smic et les salaires puisque vous avez parlé du travail l'un et l'autre. **Mais je vois que vous avez envie de répondre à Emmanuel macron. Est-ce que vous voulez lui répondre ?**

MARINE LE PEN : Oui, j'ai envie de répondre. D'abord pour rappeler, mais vous l'avez dit mais je veux le rappeler que la mesure de blocage. Je ne suis pas du tout opposée, mais moi je suis opposée à un changement de système pérenne. C'est-à-dire je veux sortir du marché européen de l'électricité qui en fait nous oblige à voir les prix de l'ensemble de l'énergie augmentés dans des proportions qui sont spectaculaires

EMMANUEL MACRON : Il faut le réformer, il ne faut pas en sortir. Mme Le Pen

MARINE LE PEN : Moi je veux quelque chose de pérenne et pas quelque chose de provisoire comme vous le faites.

EMMANUEL MACRON

D'abord, je me félicite que malgré un vote négatif en tant que députée de la République quand il s'est agi de mettre en place le bouclier qui est une mesure immédiate, vous soyez pour le garder. C'est une bonne chose. Au moins c'est une correction de jugement. Pourquoi parce que la réforme du marché européen ne se fait pas en un mois, Mme Le Pen. Et c'est ce que nous avons lancé. Il y a une différence entre vous et moi. Vous ce que vous avez déclaré c'est vouloir sortir du marché européen de l'énergie. Et c'est une immense erreur parce que nous sommes interconnectés, parce que nous avons des moments où nous importons l'énergie que nous ne produisons pas sur le sol français et comme nous sommes interconnectés nous avons besoin du marché européen. Simplement il faut, c'est ce que la France a entrepris, sous sa présidence, c'est pour cela qu'il faut réformer l'Europe, il ne faut pas en sortir. Et bien c'est ce que j'ai lancé. **« Il faut pouvoir justement réformer le marché de l'électricité pour qu'il ne dépende plus des petites parts additionnelles de gaz parfois qu'on importe mais de la base installée, en particulier la nôtre qui est beaucoup plus le nucléaire. »**¹ C'est ce que nous avons engagés qui permettra de baisser les prix. Seulement il faut faire quelques mois. Et donc même quand on lance cette réforme, ce que la France a fait et que j'assume, on doit faire le bouclier. C'est pour ça qu'on l'a fait et je regrette que vous ayez voté contre. Ensuite sur la tva sur les produits alimentaires, moi je propose le chèque alimentaire. Chèque alimentaire que je voudrais comme le chèque inflation qui touche les étudiants précaires, les modestes, les ménages qui en ont le plus besoin, qui sont à l'euro Monnaie unique de plusieurs États membres de l'Union européenne qui forment la zone euro près. Je pense que c'est à la fois plus efficace et plus juste. Pourquoi ? Parce que la tva à 0 % sur les produits alimentaires que vous proposez ce n'est pas une mesure efficace parce qu'elle est très peu répercutée. Plusieurs instituts indépendants ont d'ailleurs dit. Ça fera 13 euros par an. Enfin des chiffres très bas. Je ne me risquerai même pas sur ces chiffres. Quand on a baissé la tva pour nos restaurateurs. Il fallait le faire c'était une très bonne mesure, le président Sarkozy avait raison mais c'était pour quoi ? On en a vu une partie sur les prix, marginale. C'était pour aider nos restaurateurs à embaucher, à repartir. Là, votre baisse de la tva, elle va aller aux grands distributeurs beaucoup plus qu'aux

¹Enocé 2 page 8 autocritique E macron

consommateurs, Mme Le Pen. Et en plus, elle est injuste cette mesure. Elle est injuste parce que vous et moi, on n'a pas besoin de payer 0 % de tva sur ces biens. On veut que les ménages qui en ont le plus besoin qui sont à l'euro près qui n'arrive pas à finir de compléter le caddie puisse toucher quelque chose. Le chèque est plus adapté que la baisse de tva qui elle n'est pas ciblée. Donc ça va nous coûter des milliards alors que ça va profiter à des gens comme nous quatre qui n'en avons pas besoin. C'est ça la différence. J'ajoute à ça que quand je regarde les chiffres de la banque de France, le taux d'inflation 2022 moyenne annuelle est de 3,7 %, le taux de croissance de 3,4 %. Il n'y a pas un point de différence. Il en est de même des chiffres du FMI. Quand je regarde les chiffres réalisés, vous avez parlé de 4,5 % d'inflation pour prendre les chiffres trimestriels de croissance ils sont de 5,4. Parce que c'est de trimestre à trimestre. Donc j'ai regardé les chiffres parce que ça m'intéressait de voir comment les choses...

MARINE LE PEN : Donc il y a un point de différence, et donc ça s'appliquera. M. Macron

EMMANUEL MACRON : Non il y a 0,9 % dans l'autre sens. La croissance. Donc ça veut dire que dans aucun cas je n'ai trouvé que votre dispositif pouvait s'appliquer aujourd'hui.

GILLES BOULEAU : En quelques secondes Mme Le Pen pour répondre à monsieur Macron.

EMMANUEL MACRON : Ça ne va pas s'appliquer votre tva.

LÉA SALAMÉ : Alors peut-être que Madame Le Pen...

EMMANUEL MACRON : Et c'est aussi ce qui fait qu'on le voit bien dès qu'il y a des positions courageuses et difficiles à prendre, ni vous, ni vos représentants ne sont là. Ni vous, ni vos représentants. Ça n'est pas un hasard s'il y a cinq ans la Russie était intervenue dans la campagne ce qui a été prouvé, pour me déstabiliser et si vous avez toujours été ambiguë sur le sujet parce que vous n'êtes pas dans une situation de puissance à puissance. Vous ne pouvez pas défendre correctement sur ce sujet les intérêts de la France parce que vos intérêts sont liés à des gens proches du pouvoir russe.

LÉA SALAMÉ : Marine Le Pen vous avez évidemment le pouvoir de répondre à ce que vient de dire Emmanuel Macron.

MARINE LE PEN : Merci, Merci.

LÉA SALAMÉ : Vous dépendez du pouvoir russe, vous dépendez de Vladimir Poutine ?

MARINE LE PEN

D'ailleurs Emmanuel Macron parce qu'il a accès à l'intégralité des informations des services français sait pertinemment que ce qu'il dit est faux. Il sait pertinemment que je suis une femme absolument et totalement libre et que je défends parce que je suis une patriote et que je l'ai démontré toute ma vie, la France et les Français, toujours, en toutes circonstances. Maintenant, ce que vous dites est faux, plusieurs fois. D'abord je vous ai retrouvé un tweet que j'avais fait le 9 novembre 2014. %C2%AB Je soutiens une Ukraine libre qui ne soit soumise ni aux États-Unis ni à l'Union européenne, ni à la Russie %C2%BB. Voilà ma position, c'est la même. C'était la même en Irak en 2003. C'est la même pour l'Ukraine aujourd'hui.

EMMANUEL MACRON Une Ukraine sans la Crimée, Mme Le Pen.

MARINE LE PEN

Mais monsieur...

EMMANUEL MACRON Non, mais pardon.

MARINE LE PEN Nous allons y venir Monsieur Macron. Nous allons y venir. La Crimée n'a pas dû vous poser énormément de problèmes non plus puisque vous avez reçu M. Poutine en grandes pompes à Versailles.

EMMANUEL MACRON : Je l'ai reçu comme un chef d'État.

MARINE LE PEN : Vous l'avez reçu.

EMMANUEL MACRON : Comme un chef d'État pas comme un banquier.

MARINE LE PEN : Vous l'avez reçu en 2017.

EMMANUEL MACRON : Madame Le Pen.

MARINE LE PEN : En 2017, vous avez reçu M. Poutine à Brégançon sur votre lieu de vacances et vous avez d'ailleurs tenu à cette occasion exactement les mêmes propos. Les propos que je tiens. Vous avez dit à cette occasion que la Russie devait être réarrimée à l'Europe. Vous avez dit qu'il fallait faire l'Europe de Lisbonne à Vladivostok. Donc ce que vous faites aujourd'hui c'est être...

EMMANUEL MACRON : Je ne dis pas le contraire.

MARINE LE PEN : Non mais je vais vous dire. C'est d'être dans une posture.

EMMANUEL MACRON : Est-ce que ce que je dis est faux ?

MARINE LE PEN : Je crois que ce n'est pas digne.

EMMANUEL MACRON : Est-ce que ce que je dis est faux ? Ce n'est pas digne Mme Le Pen.

MARINE LE PEN : Maintenant je vais aller sur le fond.

EMMANUEL MACRON : Est-ce que ce que je dis est faux ? Je ne reviens sur aucune de mes déclarations sur la Russie dans le cadre de l'architecture de sécurité européenne. Bien entendu. Et ce que j'ai défendu mais j'ai parlé d'un point précis qui touche le financement de votre parti. Est-ce que j'ai dit est faux, Mme Le Pen ?

MARINE LE PEN : Oui, M. Macron. C'est faux et c'est assez malhonnête, il faut être honnête.

EMMANUEL MACRON : Très bien et tout ça est public donc nos compatriotes pourront se rendre compte.

MARINE LE PEN : Parce que *« si j'ai été obligée de faire un prêt à l'étranger...*

EMMANUEL MACRON : *Donc vous l'avez fait.*

MARINE LE PEN : *...c'est parce que. Mais bien sûr, mais tout le monde le sait, c'est de notoriété publique. C'est parce qu'aucune banque française n'a voulu m'accorder de prêt »¹*. Et vous trouviez ça à l'époque tellement scandaleux que vous avez fait voter une loi sur la banque de la démocratie travailler et vous vouliez à tout prix qu'ils soient vaccinés. Ce n'était pas bien de faire ça. Je les réintégrerai moi, en ce qui me

¹Enoné 1 page 12 autocritique M le pen

concerne et je leur restituerai d'ailleurs les salaires dont ils ont été privés. Mais il a encore une fois fallu attendre la crise. Or, l'effondrement de l'hôpital on le connaissait. Vous étiez déjà depuis 3 ans, 4 ans au pouvoir, 3 ans. Donc vous auriez pu tout de suite considérer que c'était une urgence.

Vous ne l'avez pas fait EMMANUEL MACRON 2018 quand je fais...

MARINE LE PEN : C'est l'effondrement, les infirmières sont en sous effectifs, les déserts médicaux ça date depuis des années. Plus personne n'arrive à trouver de médecins, le numerus clausus vous l'avez supprimé l'année dernière, vous auriez pu le supprimer bien avant.

EMMANUEL MACRON 2018

MARINE LE PEN Au..

EMMANUEL MACRON 2018 Mme Le Pen

MARINE LE PEN Bon bref quoiqu'il en soit,

EMMANUEL MACRON Oui bref.

MARINE LE PEN Moi je crois qu'il faut investir 20 milliards sur cinq ans. 20 milliards sur cinq ans c'est 10 milliards pour la revalorisation du personnel, pour l'embauche aussi de personnels notamment dans les EHPADs pour éviter les drames qui ont été révélés et puis la souffrance des soignants et des patients parce que toutes les infirmières que j'ai rencontrées. J'en ai rencontré des dizaines et partout, y compris en outre-mer. Elles me disent on n'a pas le temps de s'occuper des patients. On n'a pas le temps. On n'est pas assez. On n'a pas assez de moyens. Du coup, « ***elles s'accusaient elles-mêmes, on n'a tellement pas de temps qu'on considère que c'est presque de la maltraitance*** »¹. Et bien à cette urgence là il faut répondre rapidement.

Donc 10 milliards pour la revalorisation salariale qui sera de l'argent public, je le dis, et 10 milliards d'investissement dans l'hôpital pour le matériel. C'est-à-dire un plan scanner IRM et ça se sera financé par le fonds souverain dont j'espère nous aurons l'occasion de parler tout à l'heure, qui est un fonds sur fonds privé et non pas sur fonds public. Moi je crois qu'il faut vraiment développer la télémédecine, il faut à tout prix qu'on mette en place une incitation fiscale pour les médecins pour les inciter à aller s'installer dans les zones sous denses mais ça ne suffira pas. C'est lent. C'est l'ensemble de la politique qu'il

¹Enoncé 4 page 25 captation M LE PEN

faut rééquilibrer entre les médecins des métropoles et la ruralité. Car vous aurez beau donné des incitations financières aux médecins, s'il ne peut pas venir avec sa femme, sa femme ne peut pas trouver d'emploi, qu'il n'y a pas d'écoles pour les enfants, qu'il n'y a pas de transports pour aller à la ville d'à côté. Et bien en réalité on continuera à avoir cette désertification qui est une injustice, qui est ressenti comme une injustice par nos compatriotes. Profonde.

LÉA SALAMÉ : Marine le Pen, Emmanuel Macron vous avez employé tous les deux le mot de la dépendance. C'est un sujet qui a profondément touché les Français après la parution d'un livre choc il y a quelques semaines sur les conditions dans lesquelles nos aînés sont traités dans les EHPADs. La question est simple et elle s'adresse à l'un et à l'autre. Comment faire pour que cela ne se reproduise jamais Marine Le Pen ?

MARINE LE PEN Ben d'abord il faut contrôler. Il faut contrôler, parce qu'il faut contrôler les endroits où les personnes sont vulnérables. Ça, c'est une obligation je le crois. Deuxièmement il faut imposer un nombre de personnels minimum et être exigeant sur ce sujet par rapport au nombre de résidents. Il faut à tout prix que les EHPADs aient un médecin coordinateur. Il y a encore 30 % des EHPADs qui n'ont pas de médecin coordinateur. Il faut imposer qu'il y ait une infirmière 24 heures sur 24, il y a une part encore non négligeable qui n'ont pas d'infirmières 24 heures sur 24. Et puis je crois qu'il faut réfléchir à un modèle mutualiste des EHPADs. Les EHPADs qui font de l'argent sur le dos des résidents avec des prix qui sont parfois juste honteux est un modèle qui bien évidemment choque répondre à ce que vient de dire Emmanuel Macron ?

MARINE LE PEN : Oui, je vais répondre à ce qu'a dit Emmanuel Macron, je ne suis absolument pas climatosceptique, en aucun cas. Mais vous, vous êtes un peu climat hypocrite .

D'ailleurs c'est peut-être pour ça que les gens ne croient pas à votre volonté de régler tous ces problèmes-là. Et je vais vous dire pourquoi ils ont raison. Vous êtes en même temps le pire de l'écologie punitive. Vous avez accompagné des choses qui sont d'une grande violence pour les classes moyennes, pour les classes modestes de nos compatriotes. Toutes les décisions qui ont été prises, qui consistent à expliquer aux gens qu'ils sont coupables parce qu'ils ne s'achètent pas une voiture électrique même s'ils n'ont pas les moyens de le faire parce que le reste à charge...

EMMANUEL MACRON : Mais Bien sûr, c'est pour ça que je propose le leasing.

MARINE LE PEN C'est extrêmement important. Toutes ces mesures que vous voulez prendre en leur disant vous n'aurez plus le droit de réparer votre chaudière à fioul, vous n'aurez plus le droit de la changer alors qu'ils n'ont pas les moyens évidemment de, même avec l'aide de l'État, de faire autrement. Les zones à faible émission, c'est-à-dire l'interdiction qui va être faite et qui est d'ailleurs faite en partie aux gens qui ont des voitures anciennes de pouvoir aller dans les grandes villes, y compris d'ailleurs, s'il y a un hôpital dans cette grande ville, ils ne pourront plus s'y rendre. Tout ça, cette écologie punitive, elle est inutile, elle crée encore une fois des souffrances, elle aggrave des situations qui sont des situations de fragilité d'ores et déjà parce que ça tombe toujours sur les mêmes. C'est toujours sur ceux qui n'ont pas les moyens, vous le savez bien. Ceux qui ont les moyens n'ont pas ce genre de problème. Donc ça, moi je suis profondément en désaccord avec cela. Oui à la transition, bien sûr il faut qu'il y ait une transition mais il faut évidemment qu'elle soit dans le temps. Il faut qu'elle soit beaucoup moins rapide que ce qu'on impose aux Français pour permettre, pour leur permettre de pouvoir y faire face. Ça c'est une évidence. Et puis la deuxième des choses, c'est vos changements de pied quand même. Vous avez sur l'énergie qui est pourtant un élément structurant quand même de l'avenir d'un pays, l'énergie et notamment l'indépendance et le choix d'une énergie décarbonée qu'est le nucléaire. Vous avez complètement changé d'avis. **« Vous avez commencé votre mandat Durée d'exercice d'une fonction élective, en fermant Fessenheim, en fermant Fessenheim alors qu'aucune justification de sécurité ne le permettait. Tout le monde et toutes les structures disaient qu'en termes de sûreté, de sécurité il n'y avait pas de problème avec Fessenheim. Vous l'avez fermée. Vous avez envisagé de fermer 14 réacteurs nucléaires, vous avez arrêté Astrid et puis à la fin de votre mandat, vous dites %C2%AB je me suis trompé %C2%BB ».**¹ Ben oui, vous vous êtes peut-être trompé mais le problème c'est que vous vous étiez aussi trompé aux côtés de François Hollande.

Ce qui fait qu'on a perdu 10 ans à déstabiliser une filière nucléaire qui avait besoin d'être renforcée, qui avait besoin d'être soutenue, qui avait besoin de visibilité dans l'avenir pour pouvoir faire de cet outil décarboné et qui nous permet d'être indépendant à nouveau un socle pour notre mix énergétique. C'est extrêmement regrettable, vous avez fait le

¹Enoncé 2 page 29 autocritique M LE PEN

choix par ailleurs de l'éolien, des éoliennes, pardon et du solaire. L'éolien étant le pire, puisqu'il est en même temps une absurdité écologique, une absurdité économique, une gêne fondamentale pour la biodiversité. Un choix qui fait baisser le prix des biens immobiliers qui sont à proximité. Enfin qui est alternatif, donc elles fonctionnent évidemment quand il y a du vent, quand il n'y a pas de vent elles ne fonctionnent pas. Et quand elles ne fonctionnent pas, et bien, elle fait fonctionner des centrales à gaz ou à charbon pour pouvoir compenser.

EMMANUEL MACRON Justement.

MARINE LE PEN Vous n'aviez pas de vision dans ce domaine et « **MACRON C'est que votre stratégie, elle ne boucle pas.** »¹

LÉA SALAMÉ Emmanuel Macron.

MARINE LE PEN Si elle boucle, je vous assure elle boucle.

EMMANUEL MACRON Non elle ne boucle pas.

GILLES BOULEAU Emmanuel, Emmanuel Macron, Marine Le Pen.

MARINE LE PEN Elle boucle et elle est appuyée sur une vision.

GILLES BOULEAU Emmanuel Macron, Marine Le Pen.

EMMANUEL MACRON C'est une vision Mme Le Pen.

GILLES BOULEAU Félicitations vous finissez en partagé.

LÉA SALAMÉ Oui félicitations, regardez les chronomètres.

GILLES BOULEAU À quelques secondes près, vous êtes à parfaite égalité. Léa.

LÉA SALAMÉ Alors on va passer. On va avancer parce qu'il y a encore beaucoup de sujets à traiter ce soir. On voulait notamment parler ce soir de la sécurité, de l'immigration, de la gouvernance, de comment on gouverne notre pays et comment vous voulez changer les choses. Mais, il y a un sujet : l'attractivité de la France, un sujet sur lequel nous sommes en retard sur les nouvelles technologies et notamment l'économie numérique : Amazon, Apple Google sont aujourd'hui Américains, Tiktok est chinois. Comment faire pour avoir demain un Google français, un Steve Jobs français. Vous avez la parole Marine Le Pen.

MARINE LE PEN : Ben, déjà la première des choses qu'on aurait pu faire. Parce que vous voyez autant l'Union européenne se mêle d'absolument tout, y compris de ce qui ne la regarde pas et impose parfois des directives qui sont contraires à nos intérêts vitaux,

¹Énoncé 4 page 33 captation E macron

contraire à notre sécurité, contraire même à nos intérêts économiques, autant là le google européen ça fait des années qu'en réalité il aurait dû être lancé. Ça fait des années qu'on aurait dû avoir une réflexion sur comment est-ce qu'on met en place le moyen de conserver les données sur le territoire européen, sur comment est-ce qu'on arrive à créer, je sais que ce n'est pas non plus donné, ils ont pris beaucoup d'avance sur nous. C'est dommage d'ailleurs parce que nous étions grâce à nos ingénieurs très en avance dans ces domaines-là.

LÉA SALAMÉ : Alors, vos propositions ? Vos propositions pour changer les choses ?

MARINE LE PEN : Moi je pense qu'il faut qu'on crée, au niveau européen, de la même manière qu'on a créé, comment dire, une politique spatiale, on a fait airbus, on a fait Ariane, il faudrait qu'on fasse évidemment un Google européen et qu'au moins on mette en place le moyen de préserver nos données, mais pour l'instant les tentatives, en tout cas, n'ont pas été couronnées de succès.

GILLES BOULEAU : Emmanuel Macron, pourquoi sont-ils Américains, Chinois et pourquoi Steve Jobs était-il américain et pas Français ?

EMMANUEL MACRON : Alors d'abord, je veux défendre la force de la France, de nos entrepreneurs parce que notre pays est celui qui produit le plus de start-ups en Europe, qui en développe le plus. Et ces start-ups croissent. J'ai été élu, il devait y avoir deux licornes qui dépassent le milliard de chiffre d'affaires de valorisation et elles sont aujourd'hui près de 25. Et elles vont continuer à croître, et d'ailleurs elles nous apportent des services de Blablacar à Doctolib. On l'a vécu pendant la crise.

Donc on peut être fier. Et Doctolib a aidé d'ailleurs aux solutions d'ailleurs, y compris en Allemagne, pendant la pandémie. Donc on a des vrais champions. Simplement, la différence qu'il y a entre la Chine, les États-Unis et nous, on en revient à notre vision différente, c'est que la France n'est pas l'Europe. Et que les États-Unis c'est un marché de près de 400 millions de personnes, La Chine c'est un marché d'un milliard, La France c'est un marché de 65 millions d'habitants. Si on veut faire des champions, il faut que le marché domestique tout de suite, ce soit le marché de l'Union européenne. Donc il faut un vrai marché unique du numérique. Il ne faut qu'il y ait de barrières et donc qui n'aime pas l'Europe ne peut pas développer des champions du numérique. C'est clair. Pourquoi ? Parce que ce n'est pas l'Europe qui décide de le faire.

EMMANUEL MACRON : J'espère qu'on pourra parler quand même du financement des projets parce qu'à travers tout ça.

MARINE LE PEN : C'est vrai qu'avec vos 600 milliards d'euros de dette, je suis sûre que vous êtes absolument compétents.

EMMANUEL MACRON : Mme Le Pen les 600 milliards d'euros de dette, on peut se la refaire dix fois

MARINE LE PEN : Oui, oui, on peut...

MARINE LE PEN : Le problème M. Macron c'est que on a l'impression que dans votre vision tout s'arrête en fait aux grandes villes.

EMMANUEL MACRON : Mais pas du tout.

MARINE LE PEN : Notamment les quartiers difficiles d'ailleurs. **EMMANUEL MACRON** Mais pas du tout. **MARINE LE PEN** Tout est toujours fait pour les villes **EMMANUEL MACRON** Et bien non regardez

les choses. **MARINE LE PEN** Par exemple le dédoublement des classes de primaire

vous l'avez réservé pour les quartiers difficiles. **EMMANUEL MACRON** Les taux

d'encadrement de l'école primaire. **MARINE LE PEN** Ce pourrait être éventuellement

une bonne chose. **EMMANUEL MACRON** Les quartiers pauvres Mme Le Pen.

MARINE LE PEN Je propose d'ailleurs... **LÉA SALAMÉ** Justement **EMMANUEL**

MACRON Mme Le Pen, les quartiers pauvres, les quartiers pauvres. « **MARINE LE**

PEN de l'ouvrir à l'ensemble de la France »¹

LÉA SALAMÉ : Emmanuel Macron, Marine Le Pen

MARINE LE PEN : L'ensemble des enfants français pour pouvoir redresser cette école primaire qui effectivement fait qu'elle ne remplit plus son rôle et qu'on s'effondre dans l'intégralité des classements. Là encore, vous avez été confus, vous avez supprimé les mathématiques.

EMMANUEL MACRON : Non.

MARINE LE PEN : Vous les avez rétablis.

EMMANUEL MACRON : Attendez.

MARINE LE PEN : Vous avez fait et défait.

EMMANUEL MACRON : Mme Le Pen.

MARINE LE PEN : Faire c'est toujours travailler d'accord.

¹Énoncé 6 page 40 captation E macron

EMMANUEL MACRON : Mme Le Pen.

MARINE LE PEN Mais ça démontre quand même un problème de vision.

EMMANUEL MACRON Un peu de sérieux...

MARINE LE PEN Sur le principe.

EMMANUEL MACRON ...le dédoublement des CP CE1, vous ne pouvez pas le faire France entière, c'est impossible. Et n'essayez pas d'opposer des villes aux champs. C'est les quartiers les pauvres de la république en REP et REP+ dans lequel nous l'avons fait. Je vous invite à regarder dans nos ruralités auxquelles je tiens tant et pour lesquelles de la fibre à la réouverture des lignes de chemin de fer au retour des services publics nous avons tant fait durant ces dernières années.

MARINE LE PEN : Le meilleur moyen de ...

GILLES BOULEAU : Très rapidement, en 10 secondes Emmanuel Macron

EMMANUEL MACRON : Le 3ème élément, ...

GILLES BOULEAU : Emmanuel Macron ... très rapidement Emmanuel Macron, en dix secondes...

EMMANUEL MACRON ...c'est une politique plus efficace de retour vers le pays d'origine, parce qu'il ne suffit pas de le dire, la loi française et quelque référendum Procédure de vote permettant de consulter directement le peuple sur un projet de texte, qui ne sera adopté qu'en cas de réponse positive que ce soit n'y changeront rien, c'est la coopération des pays d'origine, et pour ça il faut conditionner notre politique de visa à ces retours ... c'est ce que nous avons fait avec plusieurs pays avec des résultats sur plusieurs étrangers qui étaient fichés au FSPRT et avec un résultat qui montre que cette politique est la bonne, mais il faut discuter avec quelqu'un ... parce que même avec un référendum, vous ne raccompagnerez pas des gens dans un pays qui n'est pas le vôtre... donc c'est cette politique qu'il faut changer.

GILLES BOULEAU : Emmanuel Macron, Marine Le Pen, vous avez prononcé tout à l'heure, le mot de référendum Procédure de vote permettant de consulter directement le peuple sur un projet de texte, qui ne sera adopté qu'en cas de réponse positive, que vous vouliez organiser, ça nous emmène à notre dernier thème, il est très important c'est celui des institutions et de la gouvernance, la France connaît - ce n'est pas nouveau - mais ce phénomène s'est semble-t-il aggravé, une vraie crise de défiance, de confiance à l'égard des élus, de la politique et même des institutions. Vous deux, ces derniers jours, ces 10

jours, avez prononcé des mots comme référendum, septennat, proportionnelle. Emmanuel Macron, si vous êtes réélu, allez-vous avoir recours fréquemment ou plus fréquemment au référendum, allez-vous instaurer la proportionnelle et amener le septennat ?

EMMANUEL MACRON : Alors, d'abord, nous venons de vivre un quinquennat un peu particulier, je le dis parce que quasiment la moitié du quinquennat s'est faite sous crise profonde, la pandémie en particulier ... **« et donc j'entends les reproches qui sont fait en disant vous n'avez pas fait de référendum sous ce quinquennat, je noterai que plusieurs de mes prédécesseurs n'ont pas fait de référendum sous leur premier mandat Durée d'exercice d'une fonction élective, parfois ils en ont fait dans le second ... c'était difficile alors même qu'on se posait la question de maintenir des élections locales, d'aller faire des référendums »**¹. Néanmoins, je pense que c'est un élément important qui est dans notre Constitution voulu par le général De Gaulle, donc j'y suis attaché, c'est à la main du président. Et si nous étions emmenés à changer notre organisation, en Europe, parce qu'elle sera à refonder après la guerre, c'est évident, le référendum Pour moi sera l'option retenue. Sur des réformes importantes, je pense que le Référendum doit pouvoir être une option. Par contre, je vais ici le dire très clairement, être élu par le peuple souverain ne donne pas le droit de changer sa Constitution sans respecter celle-ci, parce que la Constitution est le cadre même de notre élection, parce que je pense que ce que vous proposez n'est pas constitutionnel ce qui est à mes yeux un problème.

LÉA SALAMÉ : Alors...

EMMANUEL MACRON : **« La deuxième chose, c'est qu'il nous faut rénover la vie démocratique, vous avez parfaitement raison, et donc j'ai échoué durant ce quinquennat à faire la révision constitutionnelle que je voulais faire, je n'ai pas eu d'accord »**.² Ce que je veux faire c'est dès le début, là, mettre toutes les forces politiques y compris celles qui ne sont pas assez représentées à l'Assemblée, parce que l'Assemblée qui sera élue dans quelques semaines ne sera pas élue à la proportionnelle, puisque je n'ai pas réussi à faire ce changement, je veux, j'y suis favorable pour ma part à titre personnel, on pourra peut-être y revenir, et nous avons discuté et je pense que là-dessus nous avons les mêmes opinions.

¹Énoncé 3 page 51 autocritique E macron

²Énoncé 4 page 51 autocritique E macron