

---

## **Votez pour moi ! Comment la « Méthode Zemmour » a transformé la campagne présidentielle française de 2022**

**Auteur** : Charlier, Clarisse

**Promoteur(s)** : Defays, Jean-Marc; Herbillon, Marie

**Faculté** : Faculté de Philosophie et Lettres

**Diplôme** : Master en communication multilingue, à finalité spécialisée en communication interculturelle et des organisations internationales

**Année académique** : 2022-2023

**URI/URL** : <http://hdl.handle.net/2268.2/19043>

---

*Avertissement à l'attention des usagers :*

*Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.*

*Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.*

---

Université de Liège  
Faculté de Philosophie et Lettres  
Département de Médias, Culture et Communication

Votez pour moi ! Comment la « Méthode Zemmour » a transformé la  
campagne à la présidentielle française de 2022

Sous la direction des professeurs Marie Herbillon et Jean-Marc Defays

Mémoire présenté par Clarisse Charlier  
en vue de l'obtention du grade de Master en communication multilingue

Année académique 2022 – 2023



## **REMERCIEMENTS**

Je tiens à exprimer toute ma reconnaissance à ceux sans qui la rédaction de ce mémoire n'aurait pas été possible. En premier lieu, je tiens à remercier sincèrement Madame Herbillon et Monsieur Defays, sans qui ce travail n'aurait pu voir le jour. Je voudrais leur manifester toute ma gratitude pour leur patience et leur accompagnement fructueux durant cette année.

En outre, j'aimerais adresser mes remerciements à Madame Van Linden et à Monsieur Echitchi pour leurs précieux conseils qui ont permis l'aboutissement de ce travail de fin d'études.

Enfin, je souhaiterais remercier mes proches pour le soutien et la vision critique qu'ils ont pu apporter à chaque stade de la rédaction de ce travail, mais aussi pour leur encouragement durant ces trois dernières années.



# TABLE DES MATIÈRES

<b>1. Introduction</b> .....	8
1.1. Formulation de la problématique et hypothèses de recherche.....	10
<b>2. Contextualisation</b> .....	11
2.1. Présentation du contexte spatio-temporel.....	12
2.2. Présentation des candidats .....	13
2.2.1. <i>Éric Zemmour</i> .....	13
2.2.2. <i>Marine Le Pen</i> .....	15
2.2.3. <i>Emmanuel Macron</i> .....	15
2.2.4. <i>Jean-Luc Mélenchon</i> .....	16
<b>3. Revue de la littérature</b> .....	17
3.1. Tradition de l'analyse du discours politique en France.....	18
3.2. Triangle rhétorique aristotélicien.....	20
3.2.1. <i>Le logos</i> .....	20
3.2.2. <i>L'éthos</i> .....	21
3.2.3. <i>Le pathos</i> .....	23
3.3. Conclusions de la revue de la littérature.....	24
<b>4. Méthodologie</b> .....	25
4.1. Description de la méthodologie.....	25
4.2. Délimitation du corpus .....	26
4.3. Méthodes d'analyse et d'exploitation des résultats .....	28
4.4. Intérêt de l'analyse.....	29
<b>5. Analyse comparative des discours des candidats</b> .....	30
<b>I. PARTIE 1 : LOGOS</b> .....	30
1.1. Analyse argumentative et stylistique.....	30
1.1.1. <i>Structure du discours</i> .....	30
1.1.2. <i>Thématiques</i> .....	35
1.1.3. <i>Effets de modalisation</i> .....	43
1.1.4. <i>Construction argumentative</i> .....	47
1.1.4.1. Principaux arguments .....	47
1.1.4.2. Figures de style.....	54
1.2. Conclusions de l'analyse du <i>logos</i> .....	58

<b>II. PARTIE 2 : ÉTHOS</b> .....	60
2.1. Analyse des postures et représentations .....	60
2.1.1. <i>Pronoms personnels et formes verbales</i> .....	60
2.1.2. <i>Références</i> .....	68
2.1.3. <i>Image(s) des locuteurs</i> .....	72
2.1.4. <i>Image(s) des destinataires</i> .....	77
2.2. Analyses non verbale et paraverbale .....	81
2.2.1. <i>Analyse paraverbale</i> .....	82
2.2.2. <i>Analyse non verbale</i> .....	85
2.2.2.1. Scénographie .....	85
2.2.2.2. Postures, gestuelle, mimiques .....	89
2.3. Conclusions de l'analyse de l' <i>éthos</i> .....	94
<b>III. PARTIE 3 : PATHOS</b> .....	96
3.1. Analyse des stratégies émouvantes .....	96
3.1.1. <i>Invocation des émotions</i> .....	96
3.1.1.1. La description .....	96
3.1.1.2. La matérialisation .....	101
3.1.1.3. L'amplification .....	102
3.1.1.4. La métaphorisation .....	106
3.1.2. <i>Appels à l'action</i> .....	108
3.1.3. <i>Lexique émotionné</i> .....	112
3.2. Conclusions de l'analyse du <i>pathos</i> .....	116
<b>6. Conclusions de l'analyse comparative des discours de candidats</b> .....	117
<b>7. Conclusion générale</b> .....	120
<b>8. Bibliographie</b> .....	123





## 1. Introduction

On ne compte plus les épisodes médiatiques et politiques où Éric Zemmour s'est trouvé au cœur de la tourmente. S'il agite tant le débat public grâce à sa casquette de polémiste, c'est surtout parce que la provocation semble le servir plutôt que de lui mettre des bâtons dans les roues, comme le montre la rhétorique qu'il a employée tout au long de sa campagne à l'élection présidentielle. Que ce soit par ses gestes, par son attitude, par son vocabulaire ou par ses propos-chocs, le Z, comme le public le surnomme, est parvenu à se démarquer durant la campagne présidentielle afin de réaliser un score historique pour un néophyte du métier de politique. Tantôt acclamée, tantôt honnie par le public et les médias, sa « Méthode Zemmour » sera clairement parvenue à se frayer un chemin sur la scène politique française, notamment grâce à des discours de campagne percutants. Face à cette configuration exceptionnelle, surtout lorsque l'on considère la difficulté latente, pour les candidats, de se faire un nom dans la sphère politique française, beaucoup ont été surpris de voir Zemmour gravir les marches du podium à une allure si fulgurante et à imposer « ses thèmes, son rythme, sa tonalité et même le positionnement des uns et des autres » (Llorca, 2022, p. 14) sur la scène électorale française.

Dans un processus d'« événementialisation » (Goepfert, 2017, pp. 17-30) de sa personne et de ses idées, Éric Zemmour aura su affecter durablement les codes des présidentielles françaises et ce, malgré un effritement progressif de sa campagne (Llorca, 2022, p. 16). Cette attention portée à la rhétorique zemmourienne s'est notamment donnée à voir dans la myriade de décryptages des productions discursives électorales qui ont pullulé dans les médias et sur Internet. Comment expliquer, au regard de ses adversaires politiques, que le candidat soit parvenu à déstabiliser les logiques politiques et symboliques de ces présidentielles ? Dès lors, face à cette métamorphose imposée par la « Méthode Zemmour », la nécessité d'en considérer les caractéristiques et les effets nous est apparue de plus en plus pressante. Dans cette configuration, l'adoption d'une posture comparative appuyée sur le triangle rhétorique de l'*éthos*, du *pathos* et du *logos*, conceptualisé par Aristote dans son ouvrage *Rhétorique*, permettra d'identifier précisément les marqueurs discursifs et les mécanismes rhétoriques pouvant démystifier la montée en puissance du candidat. En effet, selon Aristote, tout orateur qui souhaite convaincre doit mettre en scène une série de paramètres : le *logos*, qui constitue l'art oratoire et la logique qui le sous-tendent, le *pathos*, qui correspond à l'orchestration des affects et des passions au sein du discours et enfin, l'*éthos*, qui comprend l'ensemble de statures sous lesquelles le locuteur se présente.

Par conséquent, comparer les prises de parole réalisées par les candidats sur cette base permettra d'objectiver une série d'éléments discursifs propres au discours électoral français et plus précisément, les dissonances entre Éric Zemmour et ses concurrents. En outre, l'intérêt pour les discours de campagne régulièrement réitéré à l'approche du terme du quinquennat atteste, une fois de plus, de la pertinence sociétale et scientifique du rôle de la parole politique. Dès lors, en apposant l'angle de l'analyse de discours, nous serons en mesure d'évaluer l'impact de cette grille d'analyse *éthos/pathos/logos* sur les manifestations concrètes des stratégies rhétoriques des candidats et leur capacité à influencer sur la réception de leurs messages. Il semble opportun de rappeler que l'analyse de ces discours offre la possibilité d'identifier et de révéler les processus persuasifs mis en œuvre par chaque candidat dans l'optique de séduire un maximum d'électeurs. Cette étude vise à mettre en exergue la façon dont l'application de cette triade persuasive au corpus de discours sélectionnés permet d'examiner l'ascension politique d'Éric Zemmour lors des élections de 2022, face aux autres orateurs en compétition. L'intérêt de notre contribution réside dans la prospection systématique du corpus d'analyse constitué : il s'agira d'y repérer les mécanismes rhétoriques caractérisant chaque prétendant au titre de Président de la République, mais aussi d'inventorier les marqueurs discursifs concrets ayant permis à Zemmour de mener à bien sa conquête politique.

Pour ce faire, cette étude se déroulera en cinq parties distinctes explicitant chacune des thématiques préalablement décrites. Pour commencer, nous nous pencherons sur le contexte qui englobe les meetings de campagne analysés. Dans un second temps, nous réaliserons une revue de la littérature présentant les concepts clefs qui seront développés dans ce travail, tels que les grands principes fondateurs de la rhétorique et de l'analyse du discours, en nous focalisant plus spécifiquement sur les branches essentielles que sont l'*éthos*, le *pathos* et le *logos*. Ensuite, nous effectuerons l'analyse comparative complète du corpus de discours de campagne présélectionné sous l'angle du *logos*, du *pathos* et de l'*éthos* afin de pouvoir évaluer pleinement les éléments rhétoriques objectivables qui rassemblent ou dissocient cet ensemble de textes. Enfin, nous reviendrons sur les éléments saillants au fil de la construction de cette analyse comparative de discours et nous tenterons d'apporter des pistes de réponses aux hypothèses de départ. En guise de conclusion, nous synthétiserons également les éléments les plus probants de cette étude.

## 1.1. Formulation de la problématique et hypothèses de recherche

Nous l'aurons compris, la figure d'Éric Zemmour s'est imposée comme un véritable « game-changer » au cours de ces élections françaises de 2022. Comment un ancien journaliste et polémiste des plus clivants est-il parvenu, dans un laps de temps restreint, à se construire une légitimité et une rhétorique politique et médiatique acceptées par une fraction grandissante des citoyens de l'Hexagone, quitte à faire tressaillir certaines figures de proue de la scène électorale française ? En d'autres termes, cette étude sera dédiée à l'identification des éléments constitutifs de cette « Méthode Zemmour » ayant permis au visage de *Reconquête !* de se détacher d'un panel de candidats finement rodés aux meetings de campagne, tels que Marine Le Pen, Jean-Luc Mélenchon ou encore l'actuel président, Emmanuel Macron.

En étudiant la rhétorique de l'ex-polémiste et en la confrontant aux tactiques de ses trois principaux rivaux politiques, nous envisagerons les diverses stratégies argumentatives qui peuvent expliquer cette ascension. Grâce à une analyse comparée des discours de campagne sélectionnés, nous évaluerons en détail comment l'emploi d'une certaine combinaison entre le *logos*, le *pathos* et l'*éthos* a pu influencer les résultats des élections françaises de 2022. En outre, nous examinerons en quoi le *pathos*, le *logos* et l'*éthos* d'Éric Zemmour peuvent se différencier de ceux des autres candidats et en quoi cette combinaison distinctive lui a permis de se singulariser au sein du paysage politique.

En adoptant l'angle de l'analyse comparative des discours, nous déterminerons plus précisément l'impact des stratégies argumentatives, émotionnantes et de travail d'image qui auront pu jouer en faveur de Zemmour face à ses homologues. Dès lors, l'objectif de notre recherche sera de déterminer comment la « Méthode Zemmour » a transformé les élections présidentielles françaises en 2022. Cette étude se concentrera sur l'identification des paramètres rhétoriques ayant contribué à la distinction entre la droite traditionnelle du parti *Les Républicains* et l'extrême droite du *Rassemblement national*. Enfin, nous décrypterons avec plus de recul la période qui a suivi les élections afin de déterminer en quoi la perception des discours de campagne d'Éric Zemmour a pu influencer les résultats obtenus. En outre, nous examinerons rétrospectivement comment ces prises de parole ont pu être interprétées en comparaison avec celles des autres candidats et du président sortant de sorte à envisager les raisons de la viralité de la « Méthode Zemmour » durant cette campagne de 2022 (Johannès, 2021).

Pour ce faire, il semble opportun de présenter les diverses hypothèses qui traverseront l'ensemble de cette analyse comparative afin de structurer davantage la compréhension du lecteur. Notre premier postulat est qu'il serait effectivement possible de repérer des éléments tangibles et objectivables dans le discours d'Éric Zemmour qui permettraient de définir une « Méthode Zemmour » le distinguant du panel de candidats en compétition. Ensuite, nous envisageons qu'au terme de l'analyse comparative du corpus de discours de campagne, il est probable que nous puissions relever des variations significatives dans l'utilisation du *logos*, du *pathos* et de l'*éthos* d'Éric Zemmour qui pourront expliquer pourquoi le candidat a su se démarquer des trois autres premiers candidats. En parallèle à cette seconde hypothèse, nous pensons également que certaines catégories de termes, d'expressions ou de formulations pourront être reliées spécifiquement à la stratégie rhétorique et discursive d'Éric Zemmour et viendront conforter l'idée d'une différenciation par rapport aux trois premiers candidats.

## 2. Contextualisation

Dans cette section, nous ne considérerons pas simplement le sens du mot « contexte » comme une sorte d'environnement ou de décor statique dans lequel se déroulerait et se construirait le discours, mais plutôt comme l'ensemble des éléments en dehors de la linguistique elle-même, tels que décrits par Dominique Maingueneau (Maingueneau, 2014, pp. 19-25). Pour pouvoir être étudiés fidèlement, les discours sélectionnés se doivent d'être replacés dans un cadre interactionnel plus large ainsi que dans leurs objectifs d'action afin de déterminer les dynamiques extérieures qui peuvent les traverser. Délimiter les caractéristiques d'un espace dans lequel se mettent en scène les discours politiques offre la possibilité de concevoir les tenants et aboutissants stratégiques, voire symboliques, de ces discours. Réintégrer ces productions dans leur contexte donne lieu à l'établissement d'une « géographie de la rhétorique politique » qui permet de comprendre comment cette dernière les influence ou les contraint de diverses manières (Lamizet, 2011, pp. 40-41). En investiguant la scène rhétorique sur laquelle se produisent les orateurs politiques, nous pouvons distinguer plus clairement la dynamique qui sous-tend les productions discursives dans leur temporalité (*Ibid.*, 2011, p. 42). La prise en compte globale de cette géographie se révèle cruciale, car c'est également elle qui modèle la réalité et l'horizon d'attente dans lesquels se projettent les publics concernés. Dès lors, offrir une description de ce contexte temporel et spatial permettra de replacer et d'interpréter les conclusions qui pourraient être tirées d'une analyse comparative de discours.

## 2.1. Présentation du contexte spatio-temporel

Le point commun entre nos différents discours, nous l'aurons compris, reste celui du cadre des meetings électoraux. En ce sens, ces derniers s'inscrivent dans un ensemble de communications persuasives mises en place par des candidats en vue d'influencer le processus décisionnel des électeurs (Maingueneau, 1996, pp. 44-45). Dans cette optique, une série de candidats se retrouvent opposés les uns aux autres et œuvrent à propager leurs projets électoraux afin de séduire un maximum d'électeurs potentiels. Selon les principes des élections démocratiques, les Français concernés sont alors amenés à désigner le candidat qui représentera au mieux leurs engagements et leurs valeurs. Concrètement, le cadre politique électoral s'accompagne d'une succession de pratiques caractéristiques de l'activité politique électorale en fonction du pays en question et de la temporalité en vigueur (Lamizet, 2011, p. 158). En choisissant un représentant, les citoyens désignent le candidat qui serait le plus à même de représenter leurs aspirations citoyennes et idéologiques. Dès lors, les meetings de campagne représentent un enjeu considérable pour les orateurs politiques en vertu de leur pouvoir symbolique d'influencer les rituels d'une partie des citoyens. Durant toute la campagne, les candidats seront investis d'une mission didactique qui visera à réexpliquer le monde à la lumière d'une conception qui leur est propre afin de convaincre. Dans ce type de discours oraux, il s'agit d'offrir aux électeurs des éléments concrets d'interprétation de leur situation et de l'intérêt de leur engagement (*Ibid.*, 2011, pp. 160-161).

En France, les élections de 2022 se seront déroulées dans une scène politique soumise à toute une série de métamorphoses politiques et symboliques (Llorca, 2022, p. 17). Dans l'esprit de nombre d'électeurs résonnent encore la sortie de crise du sanitaire et la dégradation de leur situation économique, toutes deux couplées à un désintéressement général de la question politique au sein de la population. Annoncée comme la campagne de tous les défis compte tenu des prévisions d'abstention frôlant les 50 % chez les 18-34 ans (Vaudano, Sanchez, Imbach, Martino, 2022), le premier tour des présidentielles place les candidats dans un bouillon contextuel complexe auquel ces derniers devront faire face s'ils désirent convaincre. Si, dans un certain sens, chaque campagne électorale demeure atypique, cette nouvelle édition surprend en raison de son offre politique plus hétérogène, rompant encore davantage avec le traditionnel clivage gauche-droite. Entre *Reconquête!* et *La France Insoumise*, de plus en plus de figures antisystème s'ancrent dans la sphère politique française, contraignant les candidats à la présidentielle à moduler et à adapter leurs discours aux spécificités contextuelles, comme nous en serons témoins dans la suite de cette analyse.

## 2.2. Présentation des candidats

Compte tenu de la centralité de l'orateur au sein du discours politique, il semble judicieux d'évoquer la biographie des candidats lorsqu'il s'agit de traiter du *logos*, de l'*éthos* et du *pathos* qui se tissent au fil des différents discours de campagne. Si l'on désire mieux comprendre les tenants et aboutissants de telle ou telle stratégie discursive, positionnement ou réaction du public, nul ne peut ignorer le rôle capital que peut jouer le bagage préalable des candidats dans les stratégies déployées par ces derniers. Dès lors, cette section s'attachera à expliciter les éléments essentiels de leur parcours afin de rendre intelligibles pour tous les raisonnements qui peuvent être à l'œuvre au sein des discours prononcés. En outre, l'évaluation de cet « *éthos* préalable » (Amossy, 2010, pp. 71-92) se révèle essentielle lorsque l'on souhaite appréhender toutes les subtilités que recèlent les allocutions politiques. Comme l'explique Ruth Amossy, comprendre l'*éthos* préalable, c'est « mettre en rapport l'image préexistante de la personne réelle du locuteur, rattachée au contexte extralinguistique [...], et de l'*éthos* construit discursivement par le locuteur » (Amossy, 2010, p. 78). Dès lors, l'étude de l'image préalable d'un candidat peut se révéler cruciale lorsqu'il s'agit de traiter le cadre stratégique de formulation des arguments et du discours en général, mais aussi au niveau de la réception de ces derniers par le public présent. Dans le cas de Zemmour, nous envisagerons également en quoi le décryptage de cet *éthos* préalable demeure déterminant dans la compréhension des discours analysés et pour sa stratégie discursive. Investiguer les représentations et l'imaginaire collectif d'un groupe de spectateurs semble une condition sine qua non pour saisir en détail l'horizon d'attente du public et en quoi les discours réalisés s'efforcent d'être un maximum en adéquation avec ce dernier.

### 2.2.1. *Éric Zemmour*

« Impossible n'est pas français ». Avec ce slogan succinct, le candidat donne déjà le ton de sa campagne. Avec ces quelques mots en tête, il est facile d'envisager l'imaginaire qui entoure la figure d'Éric Zemmour. Clivant, amateur de buzz et de propos-chocs, l'orateur aux multiples casquettes de journaliste, d'écrivain, d'essayiste et de polémiste se présente désormais comme sous le titre de politicien sans langue de bois. S'il était déjà coutume d'associer l'étiquette d'extrémiste à la personnalité d'Éric Zemmour, tant certaines de ses prises de position antérieures ont fait débat, voire créé le buzz, il en a surpris plus d'un en amorçant en grande pompe sa carrière politique. Figure de proue de la (re)-conquête identitaire en France, Zemmour s'est imposé comme un personnage controversé, tangent à

celui de Marine Le Pen pour le *Rassemblement national*. Si Zemmour reste désormais rattaché à l'image d'un politicien incisif, son nom a fait et fait avant tout écho à sa carrière de journaliste de l'excès et de l'impertinence, grand spécialiste dans l'art du clash et aux innombrables séquences virales.

Dans la foulée de l'annonce officielle de sa candidature fin novembre 2021, beaucoup se sont amusés d'une vidéo présentant un homme tiré à quatre épingles, installé au bureau d'une ancienne bibliothèque où trône une version vintage d'un microphone, rappelant inévitablement les codes d'une France gaulliste passée (Le Monde, 2021), le disqualifiant d'office à leurs yeux. Comment un quidam en politique pourrait-il se frayer un chemin dans des élections françaises déjà étroitement cadenassées ? Or, force est de constater qu'au fur et à mesure de la course à la présidentielle, sa « Méthode Zemmour » est parvenue à rassembler un nombre d'adhérents toujours croissant (Rivierre, 2021). Une fois la course aux parrainages clôturée, sa présence, à la fois médiatique et politique, s'est faite de plus en plus prégnante. Figure providentielle et conservatrice, Zemmour a annoncé des thèmes de campagne directs et limpides : l'immigration, l'islam, l'instruction, l'identité et l'industrie, le tout dans un cadre franco-français (Zemmour, 2023, p. 41). Bénéficiant de ses prises de position clivantes et réactionnaires, l'homme politique s'est distingué de ses adversaires politiques (Camus, 2022, p. 154). Personnalité trublionne parfois rapprochée à Jean-Marie Le Pen, Zemmour a également souffert de l'étiquette d'adepte des « discours prémâchés, prêts à l'emploi et prêts à comprendre », tant ils font appel au même schéma rhétorique simpliste (Rivierre, 2021).

Après la publication de « La France n'a pas dit son dernier mot » en 2021, le candidat, déjà soutenu par le collectif Génération Z, se fait plus qu'attendre pour une éventuelle candidature aux prochaines élections. Véritable coqueluche d'internet et des médias, l'ex-chroniqueur habitué des plateaux de télévision se fait attendre, mais beaucoup doutent alors de sa capacité à incarner un candidat et une figure de leader crédible pour siéger à la tête de l'état français. Plus qu'un simple combat d'idées politique, Éric Zemmour a surtout dû mettre à l'épreuve sa rhétorique et sa légitimité d'homme politique ainsi que sa force de proposition, lui qui se décrit avant tout comme un « adepte des formules chocs » (Alduy, 2021, p. 10) afin de convaincre un panel d'électeurs diversifié et raisonnablement dubitatif. En dépit de ceux qui voyaient émerger un candidat mort-né, force est de constater que la « méthode Zemmour » a su se frayer un chemin au sein du théâtre politique français, comme en témoigne le score de 7,07 % des voix obtenu lors des dernières élections.

### 2.2.2. *Marine Le Pen*

Si beaucoup connaissent le nom de Le Pen par la figure imposante du patriarche Jean-Marie Le Pen, fondateur du parti *Front national*, sa fille Marine a également su se faire une place dans l'espace politique français. Engagée en politique dès 1986 au sein du parti traditionnel familial, alors toujours dirigé par son père, Marine Le Pen se fait très rapidement un nom dans la sphère politique française, multipliant les responsabilités et prises de position médiatiques. Par conséquent, beaucoup auraient tendance à dépeindre Marine Le Pen comme la candidate qui serait l'héritière directe et absolue du discours frontiste, pur produit d'une idéologie léguée par son père. Si leurs idéologies peuvent paraître semblables sur un panel de thématiques, personne ne peut nier que la stratégie rhétorique de la candidate du *Rassemblement national* n'est pas qu'un banal copier-coller de la méthode frontiste. Parfois décrit comme l'homme politique français parvenu à « libérer les mots », Jean-Marie Le Pen a amené sur le devant de la scène des thématiques qui relevaient encore du « tabou », là où sa fille, conservant une partie des idéaux de son père, aspire avant tout à les banaliser afin de les rendre plus acceptables (Alduy & Wahnich, 2015, pp. 21-23).

En ce sens, Marine Le Pen désire modeler l'image préexistante du parti en se posant non plus comme un choix extrémiste, mais comme la véritable « voix du peuple » qu'elle serait la seule à même de professer. Depuis quelques années, la candidate opère de ce fait un double mouvement de modération et de légitimation au travers duquel elle œuvre à diversifier et à multiplier les angles d'attaque, provoquant un « effet de lissage » du discours du parti, quitte à gommer les arguments les plus polarisants (*Ibid.*, 2015, p. 33). En outre, elle désire changer l'image qu'elle renvoie en jouant sur plusieurs terrains parfois presque antagonistes avec, par exemple, la mise en rapport entre une vision maximaliste de la laïcité et le refus de l'immigration (*Ibid.*, 2015, pp. 94-97). Malgré ses échecs de 2012 et 2017 couplés à la déstabilisation engendrée par la candidature de Zemmour, Marine Le Pen représente plus que jamais un espoir pour une frange de la population qui voit dans ses fondements idéologiques une explication de leur situation délétère grandissante et une possibilité de se faire entendre.

### 2.2.3. *Emmanuel Macron*

S'il avait, à l'image de Zemmour, su surprendre en bouleversant le tableau politique français en 2017, Emmanuel Macron a dû faire face à un contexte bien différent de celui qui l'avait amené au sommet grâce à l'envolée de son parti *La République En Marche !*. Là où



elle apparaissait comme une figure réellement novatrice dans l'horizon politique français, le marketing politique de la Macronie s'est vu contraint d'essayer quelques revers. L'année 2022 marquait pour le président sortant une nécessité de se réinventer aux yeux des Français afin d'espérer briguer un second mandat. Son premier quinquennat, marqué par la retentissante crise des gilets jaunes, les difficultés de la pandémie de covid-19 et le début d'une crise économique couplée à un conflit russo-ukrainien déstabilisant l'environnement international, avait eu pour effet de redéfinir l'image lissée et pleine d'espoir instaurée par ce jeune candidat, ex-banquier de l'entreprise Rothschild.

Confronté à une scène politique française reconfigurée, Emmanuel Macron devait repenser ses leviers stratégiques s'il désirait s'imposer face à ses adversaires directs. Dès lors, le discours de la Défense Arena, seul meeting électoral d'ampleur du candidat, se doit de redonner corps à un début de campagne éprouvé par la percée d'Éric Zemmour et de Marine Le Pen dans les premiers sondages (Gautier, 2022). Si les autres candidats avaient davantage misé sur une approche frontale de la conviction, la campagne d'Emmanuel Macron s'était surtout concentrée sur un positionnement le plaçant comme le chef d'orchestre de ces élections, au grand dam de ses concurrents. Désirant incarner une figure symboliquement bienveillante et moderne auprès des Français (Llorca, 2021, p. 23), l'homme d'État s'est gardé de faire tout commentaire au sujet de la personnalité d'Éric Zemmour, optant pour des interventions plus modérées sur des sujets communs tels que l'immigration, le pouvoir d'achat ou encore l'histoire de France.

#### 2.2.4. Jean-Luc Mélenchon

Généralement présenté comme le « tribun-poète » de la sphère politique française ou comme le défenseur des intérêts du peuple français, Jean-Luc Mélenchon s'est manifesté comme le seul candidat crédible de la gauche pour la campagne de 2022. Farouchement opposé à une vision capitaliste, rétrograde et conservatrice de la France, celui qui occupe le poste de président de *La France Insoumise* depuis 2017 n'a pas manqué de convaincre les plus jeunes lors de cette campagne présidentielle (Gautier, 2022). Fin orateur adepte des envolées lyriques et des punchlines, la tortue électorale, comme il aime se surnommer, a réalisé le meilleur score de sa carrière en terminant à la troisième place en remportant 21,95 % des suffrages.

Que faire lorsqu'un concurrent comme Zemmour, qu'il considère d'emblée comme une nuisance du monde politique, vient s'immiscer dans cette ascension vers la présidence ? Clairement opposé à la ligne argumentative du Z, Jean-Luc Mélenchon s'est très vite emparé du cas d'Éric Zemmour. Orateur à l'éloquence révolutionnaire, il est l'un des premiers à se confronter à la figure de Zemmour. Pour l'homme politique de gauche, la figure antagoniste du Z s'est présentée à la fois comme un tremplin électoral profitable et une embuche stratégique inattendue. D'une part, s'imposer face au candidat *Reconquête!* se présente comme une option de choix pour un politicien défenseur de l'humanisme et du multiculturalisme. D'autre part, le politicien d'extrême gauche doit faire face à un homme au verbe affuté à qui il sera difficile de faire perdre la face. Par conséquent, étudier la ligne argumentative des discours de Mélenchon et la comparer à celle de Zemmour semble donc une piste à envisager si l'on désire en apprendre davantage sur les éléments rhétoriques qui ont permis cette percée de l'ancien polémiste dans la sphère politique française.

### **3. Revue de la littérature**

Afin de se saisir au mieux des éléments théoriques qui seront développés tout au long de cette analyse, une présentation de la tradition française de l'analyse du discours avec un cadrage spécifique sur le genre de discours politique sera effectuée. Cette étude se concentrera sur l'analyse du discours telle qu'elle a pu être mise en lumière par le linguiste et spécialiste de l'analyse du discours Dominique Maingueneau, dès lors qu'elle permet de rendre compte de la globalité des processus à l'œuvre au sein des meetings électoraux étudiés. Pour ce faire, nous évoquerons donc les notions théoriques qui sous-tendent le développement de notre analyse comparative de discours politiques. Dans un premier temps, nous évoquerons les fondements qui permettent d'appréhender la tradition rhétorique du discours politique en France, et plus particulièrement ceux s'appliquant aux meetings de campagne ainsi que ceux liés à la triade rhétorique aristotélicienne. À l'issue de cette revue de la littérature, nous reviendrons sur la manière dont ces éléments théoriques s'agencent au sein de la discipline de l'analyse de discours et comment ces éléments pourront se révéler pertinents au sein de notre étude des prises de parole des candidats.

### 3.1. Tradition de l'analyse du discours politique en France

Convaincre ! Tout reposerait sur ce seul mot, qu'il semble bien plus facile de prononcer que de mettre en application. Depuis l'antiquité et l'apparition des premières démocraties, la parole demeure étroitement associée à la capacité de faire adopter sa volonté non pas par la force brute, mais par l'art de manier les mots (Viktorovich, 2021, pp. 27-28). Si les cadres et les personnes pratiquant l'art oratoire ont certes varié au fil du temps, il n'en reste pas moins que cette discipline demeure au cœur de nombre de processus sociétaux actuels. Bien que, de nos jours, l'emploi du mot « rhétorique » dans un contexte politique peut s'apparenter davantage à d'obscurs processus de manipulation ou au fait d'imposer ses intérêts personnels, nous l'entendrons ici dans son sens politique, le définissant comme « ce qui consiste à défendre ou à critiquer des projets et des décisions concernant une collectivité, selon qu'on les estime utiles ou nuisibles à celle-ci » (Buffon, 2002, p. 329).

Il est également courant de décrire la rhétorique comme ce qui permet à la dimension politique de se mettre en scène dans un espace donné afin de convaincre un public spécifique (Lamizet, 2011, p. 40). En effet, pour convaincre, survient la nécessité de « performer » ses idées et son identité dans le sens où les mots seuls ne suffisent pas : il devient nécessaire de les faire advenir au sein d'une réalité reconnaissable par un auditorat (Le Bart, 1998, p. 102). Susciter l'adhésion et la conviction réside à la fois dans la capacité à convertir ses intentions et ses idées en retombées concrètes et efficaces, mais aussi à pouvoir les rendre attractives en les faisant advenir dans un espace communicatif donné et à leur donner écho auprès de l'auditorat ciblé (Maingueneau, 1991, p. 205). Face à cette spectacularisation naît la volonté de tirer au clair les procédés et les effets à l'œuvre derrière la rhétorique politique afin de mieux appréhender leur influence sur la vie en société. Dès lors, la nécessité d'étudier le discours politique tenu par les professionnels de la politique par le biais d'une approche scientifique et systématique revêt une importance significative à l'heure actuelle (Le Bart, 1998, pp. 6-10). Les analystes du discours s'efforcent d'examiner le poids des discours en fonction du système politique au sein duquel ils prennent part, mais également les variations que peuvent engendrer les modes de communication employés par la personnalité politique (*Ibid.*, 1998, p. 19). À l'intérieur du modèle politique, la rhétorique occupe une place de choix en ce qu'elle constitue le fondement de la participation à la perspective républicaine, où la parole sert un gouvernement basé sur la discussion (Huot-Couture, 2020, p. 3).

En ce qui concerne le discours de électoral, nous relevons qu'en France, la tradition d'analyse du discours demeure ancrée dans une pratique de la rhétorique aux dispositions

singulières, accordant un rôle central au genre du discours, et à la place de l'individu au sein de celui-ci (Maingueneau, 2009). Définis comme un genre de discours « plus ancré socialement », « orienté vers l'action » et « sujet à polémique » (Labbé & Monière, 2010, p.69), le discours électoral, et plus particulièrement celui prononcé lors de meetings de campagne, ambitionne un quadruple enjeu qui prétend à la fois rassembler et convaincre autour d'intérêts jugés communs, mobiliser les partisans, renforcer leurs convictions et informer les électeurs sur les spécificités de l'offre de campagne du candidat (*Ibid.*, 2012, pp. 10-12). Véritable démonstration de force où l'orateur se doit de professer sa capacité persuasive de façon à marquer les esprits, le meeting de campagne s'est érigé comme un des matériaux phares de l'étude des discours politiques contemporains (Sécail, 2017). Par conséquent, l'évaluation des logiques de positionnement et des stratégies discursives adoptées par les candidats permet de replacer plus précisément le rôle du locuteur au sein du discours de campagne.

Dans ce sens, un poids tout particulier est attribué aux contenus de ce type de discours politiques, en ce qu'ils permettent de déterminer les structures sous-jacentes à l'énonciation réalisées par les orateurs, comme en témoigne l'approche de l'École française de l'analyse du discours mettant l'accent sur l'identification des structures argumentatives, du style, du vocabulaire, des processus de légitimation de l'énonciataire (Le Bart, 1998, pp. 65-68). Dans le cas présent, le discours politique, pratiqué par des professionnels de la politique en période électorale, est l'un des objets de recherche phare de l'École française d'analyse de discours (Maingueneau, 2014, pp. 12-16). Adopter ce cadre d'analyse permet, entre autres, d'attacher une importance à la manière selon laquelle cette parole politique se présente ainsi qu'aux mécanismes persuasifs caractéristiques traversant les textes politiques. Il permet d'être témoin des variations au sein d'un espace politique et culturel donné et des libertés que certaines prises de parole peuvent prendre par rapport au genre discursif de référence (*Ibid.*, 1998, pp. 110-116). De surcroît, l'adoption d'une telle démarche lors d'une analyse comparative de discours de campagne électorale semble particulièrement judicieuse en ce qu'elle permet d'évoquer non seulement le contexte d'énonciation, le rôle et le statut de l'énonciataire ainsi que les stratégies d'énonciation qui imprègnent les discours étudiés afin de considérer le discours politique comme une stratégie, mais également de voir comment le genre discursif en lui-même le modèle par ses caractéristiques structurelles (*Ibid.*, 1998, pp. 122-124).

## 3.2. Triangle rhétorique aristotélicien

### 3.2.1. *Le logos*

Composante indissociable de la rhétorique, le *logos*, du grec « λόγος », qui signifie à la fois discours, raison ou encore parole, découle directement de l'idée de logique dans son sens originel (Jerphagnon, s.d.). Lorsqu'il est évoqué, le concept de *logos* reste fréquemment réputé comme le poste le plus noble du fait de son attachement initial à la raison. Dans la perspective de l'analyse de discours, le *logos* est ici envisagé comme l'ensemble des éléments logiques œuvrant à l'élaboration d'une stratégie argumentative (Duteil-Mougel, 2005). Si l'on considère le cadre du meeting de campagne, il est aisé de saisir pourquoi l'emploi du *logos* demeure référencé comme le moyen le plus rationnel et authentique de convaincre un électorat. En ayant recours au *logos*, l'orateur tresse brin après brin, une démonstration se voulant persuasive au moyen de divers stratagèmes remplaçant implicitement ou explicitement les points centraux de son programme. Toutefois, Clément Viktorovitch précise que « lorsque nous désirons convaincre, articuler une argumentation ne suffit pas » (Viktorovitch, 2021, p. 166) en ce que le pouvoir de persuasion d'un discours oral ou écrit découle davantage de la manière originale et stratégique selon laquelle l'orateur va façonner son discours. Le candidat en période électorale doit revêtir les qualités d'un vrai sculpteur, capable de modeler une stratégie argumentative depuis leur ligne idéologique initiale.

Pour structurer ses idées, l'orateur doit préalablement passer par la création d'une architecture soutenant son texte. Pour ce faire, ce dernier devra agencer ses idées selon des principes de rédaction et d'organisation plus ou moins classiques (*Ibid.*, 2021, p. 166). Dans le contexte des discours électoraux, il est essentiel de pouvoir capter l'attention de l'auditoire et de le faire adhérer au contenu de discours qui atteignent généralement l'heure de parole. En délimitant les grandes étapes structurantes de son discours, l'orateur se dote d'armes concrètes pour agencer au mieux ses arguments et créer une adhésion du public tout au long de la prestation. En outre, le choix des types d'arguments qui viendront consolider cette toile de fond du discours demeure également partie prenante de l'élaboration du *logos* d'un candidat. Être capable de choisir ses arguments, pouvoir les moduler avec efficacité et habileté reste un atout considérable pour un locuteur qui désirerait convaincre le plus grand nombre d'électeurs.

Ensuite, dans un premier temps, Viktorovitch note qu'il est nécessaire pour l'orateur d'établir ce qui devra être explicitement formulé et ce qui restera le côté immergé de l'iceberg (*Ibid.*, 2021, p. 167-168). Dans le cas des candidats à une élection présidentielle, comparer

leur discours sur le plan de l'implicite permettra de repérer les processus argumentatifs œuvrant dans ce sens et d'en évaluer l'impact sur une audience déterminée. Dans un deuxième temps, l'auteur insiste sur l'importance du choix des mots dans l'élaboration d'une stratégie visant le *logos*. S'intéresser à la connotation, positive ou négative, de certains termes clefs peut en dire long sur les intentions stratégiques d'un candidat. Il en va de même pour l'emploi de certains types de données chiffrées, certains rapports d'échelle, mais surtout sur la précision des valeurs utilisées (*Ibid.*, 2021, pp. 182-186). Troisièmement, Viktorovich évoque l'importance de l'emploi de certains verbes ou pronoms au sein du discours, en ce qu'ils trahissent ce qui doit demeurer passif ou actif selon un orateur. Il faut ensuite souligner l'importance stratégique des effets de modalisation, qui permettent au locuteur de nuancer explicitement ou implicitement ses propos et sont d'excellents indices permettant de jauger le positionnement du locuteur en question. En adoptant l'approche de l'analyse de discours, l'évaluation des effets de ces diverses modalisations sur le discours en lui-même, mais aussi sur l'auditoire réceptionnant le discours semble pertinente. Dans un dernier temps, le *logos* se repose sur les effets de stylistique appliqués au discours. Pour se rendre efficace, le candidat politique se doit d'agencer au mieux les sons, les images, les thématiques ou encore les métaphores pour s'attirer les faveurs de son auditoire (Viktorovich, 2021). De ce fait, si l'orateur désire impacter un public donné, il aura comme leitmotiv principal de pouvoir régler le curseur le plus finement possible afin de convaincre au maximum sa cible. Nous l'aurons compris, le maniement du *logos* va surtout servir à rassembler et à assembler en parallèle une série de procédés argumentatifs plus ou moins efficaces afin de servir les impératifs de conviction du genre politique.

### 3.2.2. *L'éthos*

En rhétorique, si le *logos* apparaît comme fondamentalement indissociable du processus d'adhésion à une thèse, la prise en compte de l'*éthos* du locuteur s'envisage également comme une donnée essentielle de l'équation rhétorique. Afin de présenter les différentes postures d'*éthos* adoptées par les candidats, nous considérerons les principes théoriques élaborés par Ruth Amossy dans l'ouvrage *La présentation de soi. Éthos et identité verbale*. Dans ce livre, l'auteure expose différentes approches du concept originel d'*éthos*. On note qu'elle subdivise son étude en trois catégories distinctes, qui sont l'*éthos* rhétorique selon lequel un orateur emploie la présentation de soi comme un moyen de persuasion afin de convaincre un auditoire (Amossy, 2010, p. 16), l'*éthos* sociologique théorisé par Erving

Goffman (*Ibid.*, 2010, pp. 25-33) et ciblant le comportement social de mise en scène de soi, spécifique à un contexte donné et hors du langage en lui-même (*Ibid.*, 2010, p. 26), et enfin l'*éthos* discursif qui relève de chaque acte énonciatif et non plus seulement d'une visée de persuasion (*Ibid.*, 2010, p. 34). L'*éthos* nous apparaît de ce fait capital pour pouvoir mettre à jour les stratégies rhétoriques déployées par les quatre candidats dans une logique de légitimation. À la manière de Ruth Amossy, nous considérerons l'*éthos* comme une dimension constitutive plurielle du genre discursif et du contexte dans lesquels il est ancré et qui lui apportent ses variations singulières (*Ibid.*, 2010, p. 42).

Lorsque l'on désire déchiffrer les éléments constitutifs de l'image de soi, Amossy précise qu'il est nécessaire de se pencher sur ses fonctions à la fois sociales et politiques qu'elle remplit pour l'orateur en question (*Ibid.*, 2010, p. 63). En effet, Amossy constate que dans le spectre politique, présentation et image de soi riment inexorablement avec légitimité, pouvoir et autorité. L'adoption de certaines postures d'*éthos* par des candidats aux élections présidentielles, par la mobilisation d'un éventail de traits distinctifs ou communs, ouvre la voie à un positionnement, qu'il soit volontaire ou non. Dans ce sens, la construction ou le retravail de l'*éthos* se présente comme essentiel au processus de légitimation d'une personnalité politique au vu de l'importance qu'accorde tout public à la crédibilité et à l'image, individuelle ou collective, d'une personne censée prendre part à la gestion de la vie commune (*Ibid.*, 2010, p. 93). De ce fait, effectuer une distinction significative entre l'*éthos* « dit », l'*éthos* « montré » et l'*éthos* « collectif » apparaît comme particulièrement pertinent dans le cadre de notre analyse de discours électoraux où l'orateur s'inscrit au fondement du discours. Pour les deux premiers types, Amossy reprend les définitions proposées par Dominique Maingueneau, résumant l'*éthos* « dit » comme ce que le locuteur déclare explicitement sur sa personne (Maingueneau, 1993, p. 138) et l'*éthos* montré comme ce que le locuteur prétend être aux yeux du public (*Ibid.*, 1993, p. 138). Cette première distinction de nature individuelle permettra notamment de structurer notre étude des discours des candidats. Pour le dernier type, qui concerne l'*éthos* de nature collective, Amossy le définit comme la projection d'une image qui ne serait pas seulement personnelle, mais aussi celle du groupe auquel l'individu appartient et au nom duquel il prétend ou non s'exprimer (*Ibid.*, 1993, p. 156).

Pour les candidats aux élections françaises, l'appréciation de l'ensemble de ces concrétisations de l'*éthos* permet de souligner la manière dont ils font advenir les images visées au travers de leur énonciation oratoire (Viktorovich, 2021, p. 312). Lors des élections,

la posture de représentant des citoyens et de leurs intérêts oblige généralement la personnalité politique à performer, ou du moins à esquisser ces postures d'*éthos* à la fois individuelles et collectives dans sa mise en scène personnelle afin de convaincre (*Ibid.*, 2021, pp. 315-330). C'est précisément là qu'on repérera le candidat aguerrri qui pourra composer avec ces allers-retours successifs entre les *éthè* qui lui sont attachés et qui pourra les donner à voir fidèlement à son public. Entre exigence de sincérité, de cohérence, de congruence, de constance et de compétence, l'orateur politique se place au centre d'un jeu où silence, intonation, apparence, rythme et idées lui serviront à incarner et à faire valider l'image qu'il tente de construire au fur et à mesure de son discours (Van Leeuwen, 2007). Dans cette optique, considérer les différentes modalités verbales, paraverbales et non verbales (Viktorovich, 2021, p. 312), témoignant de la construction et des transitions de ces *éthè* permettra d'envisager plus sérieusement les éléments qui ont pu jouer un rôle dans la légitimation et la popularisation du discours zemmouriste.

### 3.2.3. *Le pathos*

En grec ancien, le terme « *πάθος* » se rapporte directement à la sphère des émotions, aux affects, à la passion, mais également à la souffrance (Mourlon, s.d.). En matière de persuasion, il faut attendre l'arrivée d'Aristote pour qu'on reconnaisse que l'impact rhétorique du recours, conscient comme inconscient, aux émotions sert véritablement d'instrument de persuasion. Si, dans les domaines scientifique et académique, le recours aux émotions a souvent été rencontré avec une certaine méfiance en raison d'une nature jugée trop évanescence, le *pathos* demeure partie prenante des processus rhétoriques dans leur ensemble, comme en témoigne la réintégration, bien que tardive, des émotions dans le champ des sciences sociales (Ballet, 2016, pp. 37-38). Bien que l'utilisation des émotions dans les stratégies discursives ait régulièrement été pointée du doigt pour sa frontière perméable avec la manipulation, on ne peut nier leur importance dans des procédés de conviction (Lamizet, 2011, p. 75). Ignorer la part émotionnelle qui régit une foule en toile de fond reviendrait à mettre entre parenthèses le partage du spectre du sensible commun aux êtres humains (Defays & Meunier, 2016, pp. 224-225). De ce fait, il n'est pas difficile d'envisager les raisons qui peuvent amener à considérer la dimension émotionnelle comme une réelle arme argumentative en la matière. Au cœur de l'ADN de chaque être humain se loge une part d'émotivité primaire, qu'il est possible de susciter par l'emploi de toute une série de dispositifs rhétoriques, esthétiques ou encore spectaculaires (Lamizet, 2011, p. 74). En ce



sens, Clément Viktorovitch corrobore que « le pathos n'est pas un simple outil, mobilisé de temps à autre par l'orateur pour parvenir à ses fins. Il est, au-delà, une dimension intrinsèque de la conviction » (Viktorovitch, 2021, p. 234).

Dans le champ politique, où la nécessité de persuasion est reine, le *pathos* se présente comme une dimension déterminante du processus argumentatif de fond de l'orateur. Lorsqu'un candidat à des élections opte pour une intégration de dispositifs rhétoriques reposant sur le *pathos* à son argumentaire, c'est avant tout parce que les émotions ont fait leurs preuves en tant que leviers pour susciter une réaction émotionnelle de la part du public (*Ibid.*, 2021, p. 236). En outre, Viktorovich explique qu'émouvoir peut également permettre à un locuteur politique d'accaparer l'attention et la conscience de son auditoire en ce qu'elles augmentent la probabilité d'une mobilisation de l'auditoire. Pour remporter l'adhésion du public, l'orateur politique doit alors faire appel aux émotions en parallèle d'un recours à la raison. En combinant une volonté d'influencer, de faire adhérer et de faire ressentir le public cible (Ballet, 2016, p. 40), le discours politique montre en quoi, par les recours de plus en plus fréquents au *pathos* de la part des acteurs politiques, la dimension émotionnante du discours s'impose comme un appui de choix pour celui ou celle qui désirerait se légitimer, lui et ses propos, aux yeux d'un public donné (*Ibid.*, 2016, p. 40).

Dès lors, investiguer les effets attendus et observés sur un auditoire offre l'opportunité de déceler les procédés de conviction à l'œuvre au sein des discours de campagne présidentiels. Dans une optique comparative, se pencher sur les proportions et les manières selon lesquelles le *pathos* se manifeste lors de meetings électoraux dispense un réel enseignement vis-à-vis des ficelles rhétoriques mobilisées par les orateurs politiques. En procédant de la sorte, il est envisageable de réaliser un examen détaillé des situations et stratégies émotionnantes engendrées par les candidats et par lesquelles ils influent sur la réception faite par l'auditoire. Enfin, repérer les appels aux émotions prenant cours au sein des discours des candidats permettra de souligner les variations d'usage qu'il peut exister, et plus spécifiquement, celles employées par Éric Zemmour.

### 3.3. Conclusions de la revue de la littérature

En l'espace d'une dizaine d'années, la recherche en matière d'analyse de discours aura connu un approfondissement et suscite un intérêt constamment renouvelé. Si l'on considère plus spécifiquement le cas des analyses des discours prononcés lors des meetings de campagne électorale, nous remarquons que la discipline aura suscité un engouement toujours

croissant. La nécessité, aussi bien éthique que scientifique, de pouvoir voir au-delà des mots prononcés lors des meetings aura amené à une étude davantage systématisée des processus de persuasion qui forgent les allocutions électorales servies à l'auditorat français. Cultiver un intérêt pour les constructions rhétoriques des discours électoraux français se présente comme un aspect incontournable dès lors que l'on souhaite saisir toutes les implications implicites et explicites de ces prises de parole. En parallèle, la tradition française de l'analyse de discours s'impose une fois de plus comme un instrument de déchiffrement politique efficace pour capturer les intentions qui sous-tendent certains propos.

Par ailleurs, nous avons déterminé comment l'éclairage rhétorique sous le prisme aristotélicien du *logos*, du *pathos* et de l'*éthos* offre une compréhension en adéquation aux impératifs du genre et de l'époque politique ici considérée. Comme démontré précédemment, cet angle d'approche permettra de passer au peigne fin les mécanismes rhétoriques qui secondent les diverses logiques de persuasion qui peuvent avoir cours en période électorale. Le cadre théorique développé préalablement nous permettra d'examiner avec exactitude les variations discursives observables dans les productions des quatre candidats faisant l'objet de notre étude. Par ailleurs, l'approfondissement des notions évoquées au préalable aura, une fois de plus, souligné le rôle fondateur qui peut être associé à cette grille d'analyse à trois dimensions qui nous habilitera à évaluer les dispositifs de conviction à l'œuvre dans les textes, à la fois par la composante du *logos*, représenté sous forme d'utilisation de divers procédés argumentatifs, du *pathos*, par l'emploi de stratégies « émotionnalisantes » et enfin par la dimension de l'*éthos*, conçue comme l'ensemble des stratagèmes mis en place par les candidats crédibilisant le discours du candidat.

## **4. Méthodologie**

### 4.1. Description de la méthodologie

Cette section s'attachera à décrire plus précisément la méthodologie mise en place pour mener à bien l'analyse comparée des discours sélectionnés. Ce cadrage sera cependant adapté aux particularités de notre centrage sur le triangle persuasif du *logos*, de l'*éthos* et du *pathos* en le soumettant aux éclairages récents qui ont réactualisé ces notions. En outre, il semble opportun de mentionner que l'adoption de cette grille d'analyse conduit inévitablement, comme nous avons pu l'observer lors de la revue de la littérature concernée, à des enchevêtrements entre ces trois dimensions fondatrices lorsqu'il s'agit de traiter des

matières complexes telles que les productions discursives politiques en raison de l'influence mutuelle qu'il peut survenir entre les différents pôles. Dès lors, dans un souci de clarté, nous tenterons de mettre en exergue les imbrications qui peuvent exister entre le *logos*, l'*éthos* et le *pathos* qui sont, dans le cas présent, distingués très nettement dans un souci méthodologique. Par la suite, nous nous attarderons sur la délimitation et la justification du choix des textes qui constituent le corpus analysé. Les critères de sélection des discours seront également explicités dans cette présentation méthodologique. Enfin, nous décrirons les divers instruments de mesure spécifiques à l'analyse des discours qui ont été employés dans le cadre de ce travail, ainsi que les protocoles mis en place afin d'assurer la reproductibilité et la fiabilité des résultats obtenus.

#### 4.2. Délimitation du corpus

Dès que l'on s'attèle à comparer les discours de campagne des politiques français, il est nécessaire de déterminer les limites constitutives du corpus sur lequel s'appuiera l'analyse de discours envisagée. Pour ce faire, nous avons sélectionné une série de quatre discours électoraux orchestrés par les quatre premiers candidats aux élections présidentielles françaises de 2022 dans une période s'écoulant du 1er janvier 2022, date de début légal des activités de propagande électorale, au 9 avril 2022, date officielle de clôture du premier tour de la campagne. La décision de considérer les productions discursives du trio de tête des élections, en plus de la figure de Zemmour, se justifie par notre intention initiale de contextualisation et de comparaison de la performance oratoire du candidat dans le cadre concurrentiel dans lequel il a été mis en œuvre. De plus, nous avons jugé pertinent de nous concentrer uniquement sur l'analyse discursive de meetings campagne en raison de leur rôle symbolique particulier dans le genre politique (voir le point 3.1). Le choix de considérer uniquement un corpus de quatre meetings électoraux s'est imposé pour deux raisons principales. D'une part, nous nous restreindrons à un seul discours par candidat, car la sélection d'un nombre plus limité de matériaux permet de sonder davantage les spécificités de chaque candidat en fonction du discours sélectionné. D'autre part, bien que l'analyse complète de l'ensemble des discours aurait été la démarche idéale à adopter, en ce qu'elle aurait permis de dégager certaines tendances plus générales concernant le style adopté par les différents politiciens étudiés, les limites de temps et d'espace inhérentes à la rédaction de ce mémoire nous obligent à ne sélectionner qu'un seul discours par candidat afin d'en proposer une analyse plus détaillée.

Par conséquent, dans un souci de représentativité, nous avons sélectionné les discours sur la base du nombre de vues accumulées sur les chaînes YouTube respectives des candidats. Nous considérons que la quantité totale de visionnages sur YouTube, plateforme privilégiée du partage de vidéo (Dixon, 2023), semble être un indicateur fiable de l'impact qu'ont pu avoir certains meetings politiques à l'ère du numérique. De plus, nous notons que l'examen d'un format vidéo apparaît comme particulièrement adéquat dans le cadre d'une analyse de discours politique étant donné qu'une partie de cette étude se concentrera sur le décryptage de deux notions clefs de ce type de méthode, à savoir : la scénographie et le comportement non verbal des orateurs. Les réactions du public seront également prises en considération, mais ne seront pas intégrées au discours des candidats lors de nos analyses lexicométriques afin de ne pas fausser les données quantitatives obtenues.

En ce qui concerne la définition concrète des prises de parole composant notre corpus, les quatre discours sélectionnés sont les suivants : le meeting du 5 février 2022 sur le pouvoir d'achat à Lille pour Éric Zemmour, le discours du 5 février 2022 à Reims de Marine Le Pen, le discours de la Défense Arena de Paris du 2 avril 2022 pour Emmanuel Macron et le meeting immersif du 16 janvier 2022 de Jean-Luc Mélenchon. Afin de proposer une vue d'ensemble du corpus, la répartition du nombre de mots dans le corpus, du nombre de vues accumulées sur la plateforme YouTube, de la durée du discours et d'une série d'autres informations plus générales concernant les discours sélectionnés peut s'effectuer par la consultation d'un tableau récapitulatif placé ci-dessous.

Candidat	Nombre de meetings de campagne	Date et lieu du meeting sélectionné	Durée du discours	Nombre de mots	Nombre de vues sur la chaîne YouTube du candidat
Zemmour	13	Lille, 5 février 2022	1 h 29	8 784	861 000
Le Pen	10	Reims, 5 février 2022	1 h 03	6 082	71 000
Macron	3	Paris, 2 avril 2022	2 h 09	11 272	193 000
Mélenchon	12	Nantes, 16 janvier 2022	1 h 06	9 688	502 000
TOTAL	/	/	/	35 785	1 521 000

*Figure 1 : Tableau de synthèse du corpus de discours*

#### 4.3. Méthodes d'analyse et d'exploitation des résultats

Dans cette section, nous détaillerons les différentes méthodes d'analyse qui structureront cette étude des productions discursives électorales des candidats, mais également les logiciels d'analyse de corpus textuels qui nous permettront de valider statistiquement ou d'invalider une série de constats et d'hypothèses. Dans un premier temps, nous appliquerons la démarche de l'analyse de discours développée par le linguiste Dominique Maingueneau (Maingueneau, 2017) et réactualisée par le politologue Clément Viktorovitch dans son ouvrage *Le pouvoir rhétorique : Apprendre à convaincre et à décrypter les discours* afin de mettre en avant les différentes composantes des productions discursives considérées. Afin d'obtenir des données quantitatives fiables concernant ce corpus, deux outils seront prioritairement mobilisés. Dans un premier temps, nous opterons pour une analyse comparative des textes du corpus reposant sur des lectures approfondies. En parallèle, chaque discours sera consulté dans sa version vidéo afin de pouvoir prendre en compte la scénographie et la dimension non verbale. En choisissant la voie de l'analyse comparative, il nous est possible d'y repérer des éléments distinctifs et pertinents pour chaque candidat, en fonction de la grille d'analyse préalablement définie.

Dans un second temps, nous avons jugé judicieux de recourir à une approche lexicométrique du corpus de texte délimité afin de pouvoir appuyer certaines observations qui pourraient être faites lors de l'exploitation des résultats. Pour ce faire, les discours présélectionnés seront étudiés sur la base d'une version écrite du matériau oral afin de pouvoir y effectuer les analyses statistiques et lexicales souhaitées. Ces transcriptions écrites, consultables en intégralité dans la section des annexes, sont celles présentées par les candidats sur leur site de campagne respectif. Pour correspondre aux exigences requises concernant l'analyse lexicométrique, seul le contenu des interventions des quatre orateurs sera considéré par les différents logiciels afin d'éviter tout biais lié aux retranscriptions pouvant comprendre une série d'éléments de contextualisation complémentaires. L'avantage d'adjoindre une méthode statistique à notre analyse comparative permet de dégager objectivement les tendances propres aux candidats par le repérage de champs sémantiques, de certains mots de vocabulaire, etc. Par conséquent, les méthodes d'analyse statistique qui pourront, dans certains cas, accompagner les arguments élaborés dans cette étude seront précisées et justifiées au fur et à mesure.

D'une part, le logiciel *AntConc.*, développé par le professeur Lawrence Anthony à l'Université de Waseda, sera employé afin d'obtenir une première analyse textuelle. Disponible en accès libre, ce logiciel offre la fonctionnalité préliminaire d'établir les occurrences, les récurrences et les concordances de mots au sein d'un corpus délimité. Ce programme donne également la possibilité de retracer le contexte dans lequel émergent certains mots-clefs et de repérer d'éventuelles récurrences structurelles. *AntConc.* a pour avantage de faire apparaître des résultats synthétiques et globaux de sorte à pouvoir construire une vue d'ensemble des corpus étudiés. D'autre part, *IraMuTeq* sera utilisé afin de produire une série d'introspections impossibles à mener par le biais du premier programme, comme la constitution d'analyses de similitudes entre corpus, de nuages de mots, de matrices sémantiques ou de catégorisations lexicales en dendrogramme, permettant la classification, mais aussi l'illustration hiérarchique et thématique des différents textes du corpus. L'emploi de ce logiciel laisse place à des analyses textuelles et statistiques plus approfondies que celles dispensées par notre premier logiciel. *IraMuTeq* représente dès lors un instrument de recherche permettant une conceptualisation plus visuelle des données exploitées.

#### 4.4. Intérêt de l'analyse

L'engouement pour le discours politique, et plus spécifiquement pour les allocutions présidentielles confirme une fois de plus l'intérêt théorique et pratique que recèle l'étude systématique de ces productions contemporaines. En tant que fidèle traduction linguistique de l'exercice démocratique, l'analyse des discours politiques apporte une compréhension supplémentaire du genre politique et participe de ce fait à la reconnaissance avisée des phénomènes politiques, sociétaux et électoraux ambiants. Dès lors, par l'examen comparatif et lexicométrique des différents meetings de campagne, nous avons pour objectif de dégager les principaux mécanismes rhétoriques ayant permis à Éric Zemmour de se distinguer des autres orateurs et de recevoir ce statut si particulier d'outsider. D'un point de vue scientifique et sociétal, appréhender les processus discursifs qui façonnent le discours extrémiste de Zemmour apparaît comme une nécessité afin de mieux comprendre les enjeux de pouvoir qui traversent réellement le débat politique français contemporain (Llorca, 2022, p. 13-14).

Par ailleurs, l'analyse comparée des discours permettra également de souligner les éléments saillants pouvant mettre en exergue les usages rhétoriques propres à la « Méthode Zemmour ». Apposer un regard à la fois qualitatif et quantitatif sur ces productions discursives concourra au développement d'une compréhension supplémentaire concernant la

rhétorique et le discours politique français ainsi que leurs apports à la discipline de l'analyse et de la typologie du discours (Bensebia & Bambrik, 2017, pp. 174-176). Décomposer ces productions discursives sous l'angle du *logos*, du *pathos* et de l'*éthos* donne à voir les diverses structures et procédés rhétoriques exploités par les locuteurs afin de pressentir au mieux les éléments qui peuvent contribuer ou non au succès d'un acteur politique (Duteil-Mougel, 2005). Notre conduite de cette étude découle de cette volonté de capturer les logiques de positionnement des candidats ainsi que les modes d'influence des résultats des élections afin de saisir les éléments pouvant expliquer la distinction d'Éric Zemmour.

## **5. Analyse comparative des discours des candidats**

### **I. PARTIE 1 : LOGOS**

#### 1.1. Analyse argumentative et stylistique

En vertu des appuis théoriques relatifs à l'usage du *logos* dans les structures rhétoriques des discours politiques, cette section se concentrera sur l'identification des configurations et des marqueurs argumentatifs propres aux candidats, avec une attention particulière apportée à la personnalité d'Éric Zemmour. Nous entamerons notre analyse argumentative en investiguant l'influence que peuvent avoir la *dispositio*, c'est-à-dire la construction de l'argumentation au sein du discours et l'*elocutio*, reprenant l'ensemble des procédés permettant de soutenir stylistiquement l'argumentaire (Viktorovich, 2021, pp. 124-125). Au cours de cette exploration du *logos*, nous examinerons dans le schéma d'organisation rhétorique adopté par les candidats afin d'organiser leur discours, mais aussi les effets de styles résultant de la modalisation ou de l'incorporation de digressions. Nous clôturerons l'étude du *logos* des candidats par l'évaluation des constructions argumentatives en nous focalisant principalement sur les différents types d'arguments et les figures de style employées par les orateurs.

##### *1.1.1. Structure du discours*

Dans la rhétorique antique, Aristote décrivait déjà la prévalence de la structuration du discours, de la *dispositio*, dans le processus de conviction d'une assemblée. Pour convaincre, l'orateur doit pouvoir organiser son allocution et agencer ses idées afin qu'elles soient plus aisément intégrées par l'auditoire (*Ibid.*, 2021, pp. 124-125). Historiquement, l'*exordium*, qui vise à introduire le discours, la *narratio*, durant laquelle l'orateur expose sa thèse, la

*confirmatio*, durant laquelle l'orateur apporte les preuves qui soutiennent sa thèse et la *peroratio*, qui correspond à la conclusion du discours, ont constitué l'architecture du discours persuasif (Billard, 2021). Toutefois, nous le verrons, les candidats ont tendance à remanier ce modèle institué pour des configurations leur permettant une plus grande marge de manœuvre dans le déploiement de leurs arguments. En outre, la considération des organisateurs textuels participant à l'agencement du discours sera évaluée afin de mieux comprendre les pratiques mises en place par les locuteurs pour structurer la progression de leur argumentaire.

### **Zemmour et son discours en cascade**

Prochaine grande étape de Zemmour, le meeting de Lille incarne un tournant dans sa tournée du nord de la France, historiquement plus sensible aux idées de droites en raison de passé industriel du lieu. Bien conscient de l'enjeu que représente ce rassemblement de 6000 militants au Grand Palais, le candidat doit défendre son idéologie et, en particulier, son programme économique pour la France de demain ainsi que ses mesures pour augmenter le pouvoir d'achat. Le discours d'Éric Zemmour se met en place par un exorde contextualisant plutôt classique par lequel le candidat remercie la foule présente et évoque le « plaisir d'être de retour à Lille », en sous-entendant la réception positive qui lui est immuablement accordée. D'emblée, donne l'impression de venir à Lille comme on rendrait visite à une connaissance. Le candidat enchaîne avec une série de remerciements envers les hommes et les femmes qui ont permis la concrétisation de ce rassemblement.

Fin populiste à sa manière, Éric Zemmour complète son intervention par des digressions à visée morale afin de s'autoriser une sortie ou une entrée en matière plus aisée en détournant l'attention première du public. Dès le début de son intervention, la digression, sous forme d'anecdote, est ce qui tient lieu de contextualisation au chemin de croix identitaire et sécuritaire qu'il compte emprunter dans le reste du discours. L'anecdote, dont la prévalence est attestée par son utilisation à plus de huit reprises, permet au Z de « capitaliser sur l'aura de véridicité des faits divers relatés : par extension, le texte entier se teinte des couleurs du vrai, comme validé par la présence d'événements vérifiable alors que règnent pourtant la subjectivité et le parti pris » (Alduy, 2022, p. 32).

Merci de votre accueil aujourd'hui à Lille. *Et avant tout, je voudrais que nous ayons ensemble une pensée pour cette policière de 24 ans, grièvement blessée hier à Lille par un multirécidiviste déjà connu de la police !* Nous lui apportons tout notre soutien ! *Et je veux également remercier toutes les*



*forces de l'ordre qui nous protègent !* Merci, Mesdames et Messieurs, je sais que vous êtes nombreux parmi nous aujourd'hui ! (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 06'55 – 1 h 07'49)

Éric Zemmour enchaîne par une description presque poétique de l'histoire de Lille qu'il veille à contrebalancer par un exposé. Une fois la *narratio* achevée, Zemmour entre dans le cœur du sujet. Il découpe la *confirmatio* en quatre parties distinctes : l'immigration et la criminalité, le dépérissement du système français, les réformes économiques qu'il compte mettre en application et la refonte du système français en général. Tout au long de cet exposé, nous noterons que Zemmour, comme à son habitude, s'appliquera à édicter ces fameuses « vérités définitives destinées à clore tout débat » afin de structurer thématiquement son discours (Alduy, 2022, p. 35). En adoptant cette stratégie, l'ensemble du discours apparaît fluide, comme si tout ce qui était énoncé aux oreilles du public faisait inévitablement sens. En guise de conclusion, le candidat repasse brièvement sur les différents thèmes développés en expliquant une dernière fois pourquoi il est le candidat le plus à même de combler toutes les fissures qui ravagent la France. Le candidat rappelle une dernière fois au public qu'il est investi d'une mission singulière que lui seul peut accomplir par l'intermédiaire d'un vote en faveur d'Éric Zemmour.

### **Le Pen et son discours-démonstration**

Programmé le même jour que l'intervention d'Éric Zemmour, le discours de la convention présidentielle de Reims, organisé devant plus de 3000 personnes, doit trancher et marquer les esprits. Pour gagner le duel avec Zemmour, Marine Le Pen devait performer un discours qui ne serait pas uniquement centré sur des thématiques nationalistes, mais qui resterait suffisamment conforme à sa ligne idéologie pour captiver l'auditoire. La structure de son allocution retranscrit très bien cette double volonté de distinction-identification mise en place par la candidate. En effet, tout comme les autres candidats, la rupture du silence de la candidate s'effectue par quelques brefs remerciements, directement nuancés par une mise en situation semblable à celle effectuée par Éric Zemmour à Lille. En évoquant la dégradation de la situation à Reims dans son *exordium*, la candidate en profite pour amorcer le premier thème de sa campagne visant la préservation de la nation, de la culture française et des valeurs qui lui sont attachées. À la différence d'Éric Zemmour, la progression du discours de Marine Le Pen évolue selon le modèle suivant : (A) introduction du thème, (B) constat d'une situation problématique, (C) description de la situation - *narratio* et (D) identification de la cause du problème. En initiant son discours par l'axe de la nation française, l'oratrice fait le constat

d'une dépossession économique et culturelle du pays dont elle narre la lente agonie. Le schéma se répète alors durant tout le discours, brassant successivement les thèmes de l'insécurité et de l'immigration, de la famille et de la pauvreté et enfin, de l'emploi et du monde du travail.

Dans la dernière partie de son discours, Marine Le Pen innove et décide d'aborder son parcours personnel et professionnel afin de pouvoir se démystifier en tant que femme et d'ajouter une partie plus « humaine » qui manque cruellement à son *éthos*. Marine Le Pen se permet de dévier de son cadrage global, c'est pour retravailler son image individuelle de candidate vraisemblable au poste de Présidente de la République. Si son manque de crédibilité, notamment lors des débats, avait contribué à lui coûter sa place face à son rival, Emmanuel Macron (Bansebia & Bambrik, 2017, p. 194), la candidate sait désormais les aspects qui nécessitent une amélioration substantielle.

Et maintenant, je vais prendre quelques minutes *pour vous parler de moi* parce que je crois que l'élection à la présidence de la République, c'est d'abord *la rencontre entre le peuple et un homme ou une femme... en l'occurrence, une femme*. (Le Pen, Marine, 2022. Discours de Reims, 2 h 43'35 – 2 h 43'56).

Au cours du meeting de Reims, Marine Le Pen s'applique à narrer les sacrifices qu'elle a endurés et la difficulté et les spécificités inhérentes à son parcours qui font d'elle une femme, une avocate qui s'est retrouvée mère célibataire d'une famille nombreuse et à un cheminement personnel semé d'embûches qui la rendent plus acceptable aux yeux du public. En abordant ce point plus intime, l'oratrice peut terminer en crescendo sur sa volonté confirmée de se dévouer totalement aux Français, comme Éric Zemmour peut le faire dans le discours de Lille, mais en évoquant son vécu personnel de manière plus authentique et développée.

### **Macron et le discours solutionniste**

Unique meeting d'envergure d'Emmanuel Macron, le discours de la Défense Arena ne peut manquer l'objectif d'un candidat qui préfère les rencontres dans diverses villes françaises. Pendant plus de deux heures, le président-candidat maximise ses chances de convaincre l'électorat français en présentant une allocution complète, synthèse des points essentiels de ses aspirations idéologiques. En quête d'un second mandat présidentiel, Emmanuel Macron donne à voir cette volition accrue par l'emploi d'une structure qui diverge

sensiblement des autres orateurs. Le candidat qui est désormais à l'heure du bilan propose un discours inscrit dans la temporalité en trois dimensions : le présent pour les constats, le passé pour les regrets et le futur pour les promesses. S'il commence son discours par une série de remerciements et une contextualisation visant la guerre en Ukraine, le candidat poursuit rapidement par un résumé de principaux combats qui l'ont animé pendant ces cinq ans. La première partie de sa *narratio* se présente sous la structure suivante : pour atteindre l'objectif (A), il fallait mener une action (B) et c'est ce qu'il a fait (C). La répétition systématique de ce schéma discursif confère à Emmanuel Macron une certaine force d'accumulation où le public peut constater tout ce qui a été mis en place plutôt que de s'attarder sur ce qui n'a pas été accompli. C'est justement pour parer à cette éventualité que le candidat dédie la partie suivante de sa narration à l'anticipation des critiques en les contrebalançant invariablement par un partage des responsabilités qui ont pu mener à certains échecs. Dans sa *confirmatio*, le candidat nuance en parlant des projets ultérieurs qu'il compte mettre en place. Il commence par résumer globalement ses valeurs et ses engagements en fonction des grandes thématiques qui habitent son discours comme l'éducation, la santé, la sécurité, l'agriculture ou l'Europe. Il conclut alors son discours sur un rappel des objectifs que poursuivent les électeurs et en les incitant à le rejoindre dans ce combat pour une France meilleure.

### **Un discours thématique pour Mélenchon**

Présenté comme une « première mondiale », le meeting immersif de Jean-Luc Mélenchon se voulait être un véritable show transcendantal qui révolutionnerait les codes du discours de campagne. Devant un auditorat de 3000 spectateurs, le tribun « insoumis » aspire à marquer une fois pour toutes la course à la présidentielle, comme en témoigne l'architecture interne de son discours. Après une courte série de remerciements, le candidat entame sans attendre une contextualisation propre aux configurations exceptionnelles de son meeting immersif. En insistant sur les sensations sans pareil que vont pouvoir vivre les électeurs, le candidat établit un lien direct avec sa *narratio* et sa *confirmatio*. En effet, pour chaque thème avancé, le candidat va le replacer dans un cadre de considération plus large afin de pouvoir décrire sa pensée et d'indiquer clairement les actions qu'il désire installer, une fois à la tête de la République. De cette façon, il coordonne habilement son développement argumentatif en fonction des grands sujets qui composent son expérience sensorielle, comme l'incompatibilité entre l'écologie et le capitalisme, la mer et ses enjeux stratégiques, la place de la société civile et sa revalorisation, etc. En outre, le discours de Mélenchon se présente davantage comme une

démonstration basée sur le bon sens que comme un réel exposé des solutions à adopter. Cette démonstration est présentée sous la forme (A) contextualisation, (B) constat, (C) mise en avant du problème, (D) présentation du point de vue à adopter. De ce fait, cette approche particulière de l'*actio* reposant sur un storytelling permanent du discours permet au candidat de tirer parti des réalités sociales observables qu'il met en scène plutôt que de proposer des lois et des décrets concrets. Ponctuellement, Jean-Luc Mélenchon s'autorise quelques digressions afin de faire retomber la pression qui peut parfois résulter de son style emporté, comme nous pouvons le voir dans le cas suivant où un trait humoristique à propos de ses prochains meetings en hologramme permet de détendre l'atmosphère.

Déjà si vous aimez les choses qui sont un peu surprenantes, le 5 avril, je vous redonne rendez-vous dans 6 villes à la fois parce que ça sera le retour de l'hologramme. *Mais avant ça... je ne sais pas comment je vais m'habiller pour le prochain hologramme*, faut avoir une tenue claire, moi je trouve que ça habille moins chic la tenue claire. *C'est peut-être parce que... il rigole là, il va mourir de rire. Hé, je ne sais pas, peut-être que c'est parce que je suis gourmand que j'ai un doute sur la tenue claire, qu'est-ce que vous en pensez ? Mais vous êtes en clair, vous. Ouais ben ça vous va, vous. Ah bien vous profitez moins que moi, voilà, c'est tout.* Alors, ça m'a éloigné du sujet, hein. (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Discours immersif de Nantes, 1 h 47'43 – 1 h 48'31)

### 1.1.2. Thématiques

Enjeu central durant la période électorale, la prévalence de certaines thématiques au sein du débat politique suscite un intérêt croissant en raison de son influence sur les productions discursives des candidats (Bensebia & Bambrik, 2022, p. 173). Dès lors, le défi principal de l'orateur consiste à savoir se positionner habilement sur une série de sujets auxquels un électorat cible sera sensible. En analysant les contenus des discours sous le prisme des thèmes de campagne, nous pourrions saisir plus précisément les différents terrains investis par les orateurs ainsi que les positionnements stratégiques adoptés par chaque candidat. Pour effectuer un examen avancé et rigoureux de ces thématiques, nous nous fierons aux analyses issues du logiciel lexicométrique IraMuTeq. Chaque figure sera accompagnée d'une interprétation des données statistiques présentant le nombre d'occurrences, la fréquence d'apparition de certains vocables afin resituer comparativement les comportements des orateurs. En parallèle, nous proposerons l'analyse des fréquences normalisées sur la base d'un corpus moyen de 5000 mots afin de pouvoir comparer les schémas d'apparition de certains éléments linguistiques.

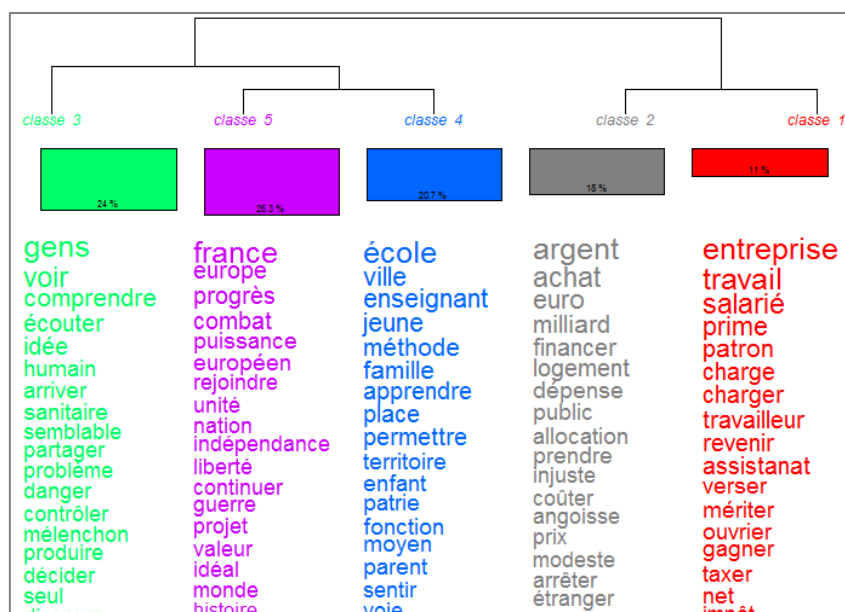


Figure 2 : Dendrogramme de classification descendante hiérarchique réalisée sur le corpus avec IraMuTeq

Après consultation du dendrogramme, nous comprenons que le corpus est formé de cinq classes thématiques principales. Dans un premier temps, nous notons que la classe 1, correspondant aux thématiques du monde de l'emploi et du travail, est établie comme la catégorie lexicale la moins employée dans le corpus avec une correspondance de seulement 11 %. Nous remarquons que ce premier thème est directement relié à la classe 2, représentée en gris, qui compose 18 % du corpus analysé et qui s'apparente à l'aspect économique et financier évoqué lors des discours. L'analyse du graphique nous indique qu'en plus d'être statistiquement moins employées dans le corpus général, ces classes parentes sont thématiquement groupées dans une même famille d'usage en raison de leur séparation des autres classes présentes dans le corpus.

Dans un second temps, nous relevons que les classes verte, bleue et mauve forment un ensemble thématique constituant 71 % du contenu du corpus. Dans le cas de la classe 3 identifiée en vert, nous observons qu'elle se rattache aux questions sociales et communautaires, mais tend à se distinguer des thèmes 4 et 5 dans son utilisation au vu de sa séparation sur le graphique. Enfin, les classes mauve et bleue sont étroitement associées en raison de leur proximité thématique et de leur fréquence d'utilisation conjointe. Pour la classe bleue, notée 4, ce sont davantage les dimensions sociétales liées à l'enseignement, la famille et l'éducation qui ressortent avec 20,7 % du corpus. Enfin, en ce qui concerne la classe 5 délimitée en mauve, nous constatons clairement la mise en évidence des aspects

identitaires et nationaux qui occupent 25,3 % du réseau thématique. En complément à cette première catégorisation, nous avons jugé judicieux de la compléter par une analyse factorielle des correspondances (AFC) afin de pouvoir observer la manière dont ces premières thématiques se distribuent en fonction des profils des énonciateurs.

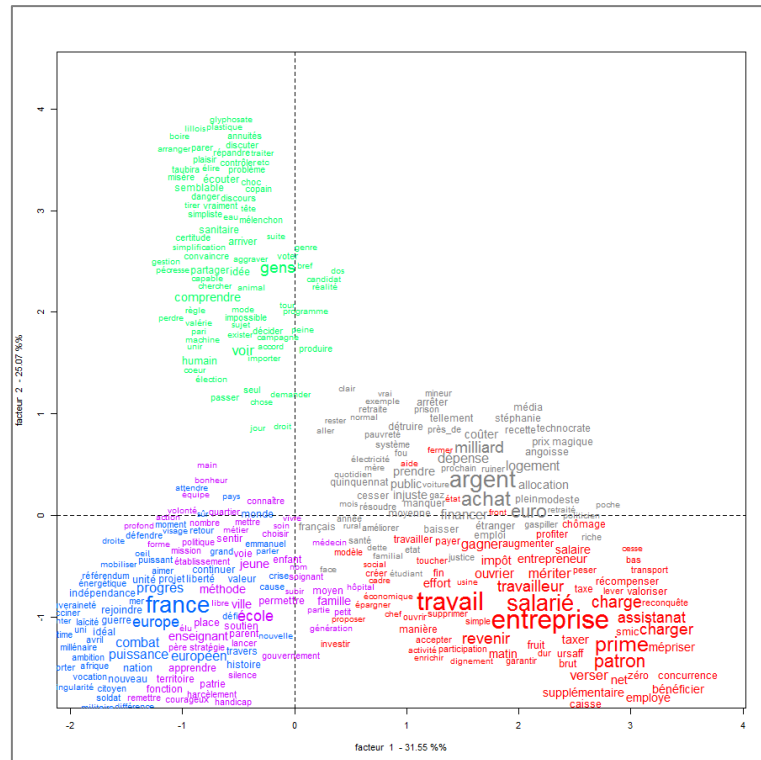


Figure 3 : Analyse factorielle des correspondances du corpus avec IraMuTeq (AFC)

De prime abord, le graphique de l'analyse factorielle des correspondances établit que la thématique sociale et communautaire, identifiée en vert, se détache particulièrement des quatre autres et qu'elle évolue de façon quasi autonome sans effectuer de transfert vers une thématique distincte. Ensuite, nous voyons clairement que la disposition des classes restantes indique une rupture saillante. D'un côté, la classe bleue, reprenant les thématiques identitaires et nationales, s'entrelace distinctement avec la classe mauve représentant l'éducation et la famille. D'un autre côté, nous constatons un enchevêtrement des classes rouge et grise qui correspondent respectivement au monde du travail et à la sphère de l'économie. Il semble cohérent que ces deux thématiques soient fréquemment employées ensemble dans les allocutions des candidats en raison de leur proximité thématique. Ensuite, nous notons un rapprochement entre les classes susmentionnées et les sujets sociétaux et communautaires. Si l'on s'intéresse au point central du graphique, nous relevons que le point de convergence entre

les différents discours se situeraient dans un mixage entre économie, travail, question nationale et sujets de société. Après cette première évaluation du paysage thématique global du corpus, il apparaît judicieux de la recouper avec les discours des candidats de manière plus spécifique.

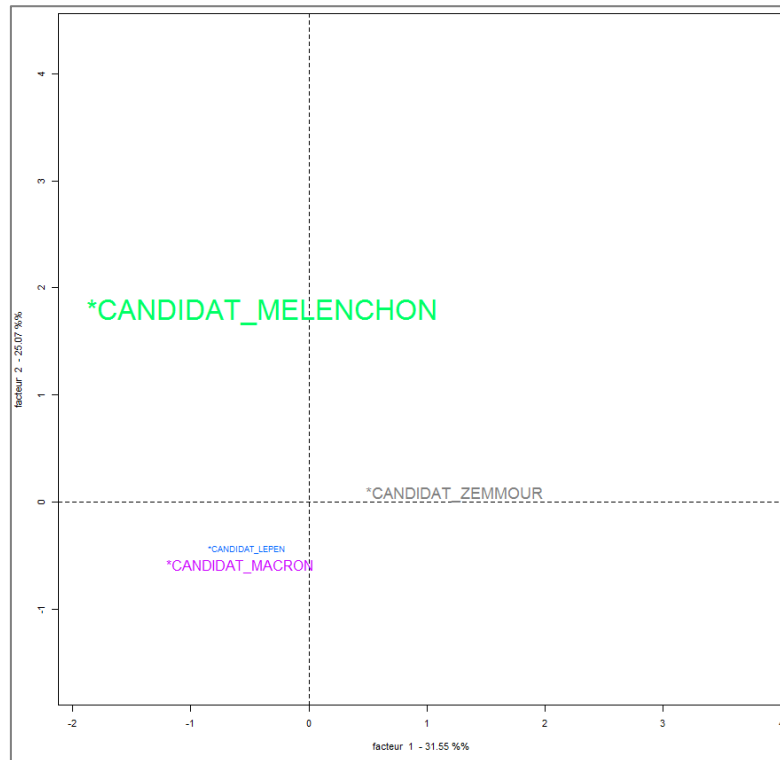


Figure 4 : Analyse factorielle des correspondances du corpus de texte en fonction des candidats avec IraMuTeq

Comme l'indique le graphique, certains candidats tendent à se démarquer thématiquement après comparaison avec les données des figures 2 et 3. Le graphique signale clairement un schisme entre les candidats. Le discours de Lille affiche une focalisation sur les domaines économique et financier de manière plus marquée, sans pour autant délaisser l'immigration et les questions nationales qui restent présentes en filigrane. Ensuite, la figure nous confirme le rapprochement thématique opéré entre Marine Le Pen et Emmanuel Macron. Dominant les chapitres nationaux et sociétaux, les deux candidats s'affrontent sur les mêmes registres conventionnels du genre politique. Notons également que le couple rejoint Éric Zemmour sur la thématique centrale de l'économie. Jean-Luc Mélenchon, quant à lui, se retrouve très éloigné de ses concurrents en proposant un vocabulaire et des thématiques qui apparaissent comme uniques. En effet, le candidat fournit un effort pour évoquer avant tout des thèmes relevant d'un imaginaire social et écologiste, là où les autres candidats ne les abordent pas ou seulement de façon secondaire. Cette analyse préliminaire des thématiques permet de corrél

la lecture approfondie du texte avec les analyses lexicométriques effectuées ci-dessus. Dans la suite de cette étude, nous détaillerons comment ces thématiques contribuent au renforcement des stratégies de *logos*, *pathos* et *éthos* des énonciateurs-candidats.

	Éric Zemmour			Marine Le Pen			Emmanuel Macron			Jean-Luc Mélenchon		
	n	%	%/5000	n	%	%/5000	n	%	%/5000	n	%	%/5000
1	Français (54)	0,0062	31	France (54)	0,0089	44,5	France (51)	0,0045	22,5	Gens (41)	0,0042	21
2	Argent (51)	0,0058	29	Français (50)	0,0082	41	Année (30)	0,0027	13,5	Espace (29)	0,003	15
3	Achat (37)	0,0042	21	Emmanuel Macron (35)	0,0058	29	An (30)	0,0027	13,5	Monde (27)	0,0028	14
4	Travail (36)	0,0041	20,5	Pays (31)	0,0051	25,5	Enfant (27)	0,0024	12	Fois (24)	0,0025	12,5
5	Ami (30)	0,0034	17	Enfant (20)	0,0033	16,5	Europe (26)	0,0023	11,5	Monsieur (21)	0,0022	11
6	Euro (27)	0,0031	15,5	Monde (16)	0,0026	13	Combat (25)	0,0022	11	Besoin (19)	0,002	10
7	France (26)	0,003	15	Famille (15)	0,0025	12,5	Français (24)	0,0021	10,5	Temps (17)	0,0018	9
8	An (24)	0,0027	13,5	Immigration (11)	0,0018	9	Progrès (23)	0,002	10	Français (17)	0,0018	9
9	Entreprise (22)	0,0025	12,5	Nation (11)	0,0018	9	Ami (22)	0,0019	9,5	Droit (17)	0,0018	9
10	Pays (19)	0,0022	11	Moyen (10)	0,0016	8	Puissance (22)	0,0019	9,5	An (14)	0,0014	7

Figure 5 : Tableau de répartition des dix mots les plus employés par les candidats par ordre décroissant obtenus par IraMuTeq

### La primauté identitaire chez Zemmour

Sans surprise, le Z reste plutôt fidèle à ses piliers idéologiques que sont l'immigration, l'islam, l'instruction, l'identité et l'industrie (Zemmour, 2023, p. 41). Loyal à sa stature de personnalité d'extrême droite, l'analyse lexicométrique réalisée sur le discours de Lille corrobore les grandes tendances associées à la figure d'Éric Zemmour. Avec des mots comme « Français » (54), « France » (26) ou « pays » (19), l'identité prend effectivement une place centrale dans le discours du candidat. Accolée à un discours criminalisant l'immigration, la lutte contre l'islamisation occupe une part significative du discours du candidat. Avec la présence timide de mots tels que « étranger.s » (11), « immigration » (4), « immigrationniste » (1), « immigré.s » (5), le candidat désire faire basculer l'attention des spectateurs en ne mentionnant jamais clairement les termes qui fâchent dans ce discours.

En filigrane, la théorie du Grand Remplacement, introduite par l'essayiste français Renaud Camus et consistant en l'idée que les populations originelles d'un territoire sont peu à peu remplacées par des étrangers (Camus, 2015), s'affiche comme le fondement de toutes les questions politiques françaises. Dans une logique de conformité à l'*éthos* de politicien anti-immigrationniste, le candidat préférera attirer l'attention sur les thématiques emblématiques de l'extrême droite en focalisant l'attention sur l'argument socio-économique où l'étranger



représente une menace bien réelle en ce qu'il profite du système économique du pays d'accueil ou qu'il complique le droit au logement pour les natifs (Winock, 2014).

### **Marine Le Pen, un discours « rebrandé »**

Après consultation des thèmes de prédilection de Marine Le Pen en 2022, nous sommes en mesure de corroborer l'hypothèse d'un rapprochement au centre de la candidate (Alduy & Wahnich, 2015, pp. 14-15) dont l'exploitation thématique prend une forme de plus en plus allusive (*Ibid.*, 2015, p. 111). En modernisant le lexique frontiste, l'oratrice permet à son *logos* ne plus être exclusivement dirigé vers des problématiques trop subversives qui la positionnent comme une personnalité extrémiste. Pour Marine Le Pen, la réécriture de l'*éthos* passe avant tout par l'élargissement des résonances de son lexique qui masque peu à peu le côté extrémiste de ses idées (*Ibid.*, 2015, pp. 110-112).

*Dans un monde où l'on veut que tout se monnaie, que tout soit mesuré à l'aune de l'argent-roi, ces Françaises et ces Français qui portent les valeurs de solidarité doivent être remerciés et soutenus. Protéger les Français, c'est aussi mettre fin au pillage de la France en luttant contre la fraude, que dis-je les fraudes. Présidente de la République, je ne laisserai plus les Français être volés par ceux qui, depuis tant d'années, détournent la prospérité collective en toute impunité. [...] (Le Pen, Marine, 2022. Discours de Reims, 2 h 21'28 – 2 h 22'14)*

Lors de son meeting, Le Pen prend soin d'aborder les thématiques fondamentales du *Rassemblement national* que sont de la nation et de l'identité, mais sous un angle plus indirect. Les termes comme « France » (51), « Français.e.s » (50), « pays » (31), « nation » (11), « famille.s » (15) et « enfant.s » (20) sont toujours symboliquement opposés à « immigration » (11), « sécurité » (7) ou « étrangers » (2), mais dans un contexte narratif plus flou mettant avant tout l'accent sur des explications plus populaires qui dépassent la simple cadre de considération nationaliste (*Ibid.*, 2015, p. 113). Marine Le Pen fonde également sa vision de l'économie, de l'instruction et de la société en fonction des préoccupations protectionnistes fermement implantées dans le cadrage d'extrême droite (Winock, 2014). Le Pen continue cependant à réaliser un diagnostic impitoyable de la situation nationale, mais se différencie de l'approche radicale de Zemmour en proposant un modèle explicatif plus consensuel.

## La Macronie, parce que c'est notre projet !

Comme nous avons pu le voir, Emmanuel Macron semble se positionner sur une utilisation qui oscille entre les préoccupations sociétales et les sujets nationaux, notamment européens. Si, de prime abord, le vocabulaire de l'homme politique peut sembler sans ambiguïté, celui-ci est pourtant traversé par deux tendances (Weinstein, 2022, pp. 46-48). D'une part, Macron semble employer des mots empruntés à ce que le sociologue Marc Weinstein appelle le « vocabulaire du défi » (*Ibid.*, 2022, pp. 46) en ce qu'ils se fondent sur la volonté de mener à tout prix un projet. Dans cette logique, nous retrouvons la présence de termes tels que « progrès » (23), « projet.s » (19), « chantier.s » (4), « investissement.s » (6), « puissance » (22), « défi.s » (9) ou « combat.s » (25). En outre, cette approche permet au candidat d'évoquer une série de notions relative à la concrétisation des projets qu'il désire mener à bien comme le démontre l'échantillon de verbes tels que « investir » (12), « financer » (7), « bâtir » (20), « augmenter » (4), « poursuivre » (3) ou « continuer » (33).

[...] Je ne me résoudrai jamais, jamais comme vous, je ne me résoudrai jamais, je me battrai toujours. Oui ! Et comme nous nous sommes battus sans relâche durant ces 5 années je veux, mes amis, que nous continuions à *voir grand*, que nous continuions à tenir cette promesse française de *justice*, de *progrès*, voilà ce que je voulais en quelques mots à la cavalcade vous présenter des *progrès concrets*, que nous avons ensemble à bâtir. (Macron, Emmanuel, 2022. Discours de la Défense Arena, 1 h 20'55 – 1h 21'37)

D'autre part, la seconde tendance du discours d'Emmanuel Macron semble s'apparenter au « vocabulaire de l'adaptation » (*Ibid.*, 2022, pp. 46) par lequel le candidat traduit la nécessité d'adaptation de la population aux défis préalablement évoqués. Au travers du discours de la Défense Arena, cette intention se remarque plus spécifiquement dans le traitement réservé à l'écologie, la santé ou l'éducation dans la perspective macronienne où l'adaptation à une vision techno-économique est visée, bien qu'elle s'applique à une série de thématiques plus large.

Puissance écologique : oui, en rénovant 700 000 logements par an sur le quinquennat qui vient, en proposant à chaque Français, à chaque Française une offre de location de voiture électrique à moins de 100 euros, en investissant sur la *sobriété énergétique*, en relançant la construction de réacteurs nucléaires pour notre indépendance, en planifiant le déploiement de sources d'*énergies renouvelables* sur les vingt années qui viennent pour notre *indépendance* et émettre moins ! Oui, nous deviendrons la première grande Nation à sortir des énergies fossiles. Nous le pouvons ! Nous le ferons ! En accompagnant les *grandes transitions d'usage* vers les produits recyclés et réutilisés, en protégeant nos écosystèmes sur

terre comme en mer, nous pourrions devenir une puissance de l'*économie circulaire* et de la biodiversité.

(Macron, Emmanuel, 2022. Discours de la Défense Arena, 2 h 27'42 – 2 h 29'12)

Comme nous pouvons l'observer, cette prévalence du « vocabulaire de l'adaptation » et du langage techno-économique se caractérise d'une part, par l'importance accordée à la nécessité d'adopter un certain point de vue et d'autre part, par l'utilisation détournée de certaines terminologies telles que « sobriété énergétique », « économie circulaire », « transition ». L'extrait montre effectivement comment la nécessité d'adaptation à cette vision de l'écologie et du monde se traduit par une volonté de conjuguer certains concepts contraires (Weinstein, 2022, pp. 46-48) tout en exigeant du public un effort d'accommodation à ses propositions paradoxales.

### **Mélenchon : entre écologie, socialisme et économie**

Par essence, Jean-Luc Mélenchon rompt thématiquement avec le cadrage traditionnel de la gauche en adaptant le code purement socialo-communiste (Marlière, 2018, pp. 8-9). Les axes thématiques du candidat se subdivisent en deux catégories principales. De toute évidence, Mélenchon investit à sa manière les sujets caractéristiques du socialisme, donnant une place centrale aux termes « besoin.s » (19), « humain.e » (8), « humanité » (3), « pauvres » (10), « aider » (3), « partage des richesses » (2), « inégalité.s » (3), « égalité.s » (4) ou encore « droit » (11). Le candidat vient alors greffer à ce premier champ lexical le domaine de la prise de conscience écologique avec une fréquence d'utilisation sensiblement plus élevée des substantifs « espace » (29), « monde » (27), « temps » (17), « planète » (9), « terre » (9), « mer » (9) et « changement climatique » (2). Les thèmes de l'éducation, de l'économie et de la santé sont également exploités au cours du discours du candidat, mais se présentent plutôt comme des sous-thèmes incorporés ou reliés aux deux nuages thématiques centraux que sont les domaines sociaux et écologiques. En se concentrant principalement sur ces deux aspects, Mélenchon désire inévitablement fusionner son *éthos* personnel à une image de progressiste soucieux des enjeux supérieurs qui préoccupent les Français responsables et conscientisés aux injustices sociales causées par l'épuisement progressif des ressources par le modèle capitaliste.

Enfin, cette *inégalité* inouïe qui a surgit parmi les êtres humains, à rebours de la tendance profonde qui s'observait depuis un demi-siècle, depuis cent ans, soudain la pente s'est renversée, et l'*inégalité* va, se creusant de nouveau, déclenchant à coup sûr, une aggravation de la *crise de civilisation*

dans laquelle nous allons être plongés de ce seul fait. [...] (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Discours de Nantes, 52'15 – 52'43)

### *1.1.3. Effets de modalisation*

Au sein d'un texte, les modalisateurs se présentent comme les éléments discursifs traduisant la manière dont le locuteur envisage son propre énoncé, que ce soit au niveau de la plausibilité, de l'importance et de l'exactitude (Viktorovich, 2021, p. 198). En introduisant un certain degré de doute ou de certitude, l'énonciateur-candidat se donne les moyens d'influencer la réception de son message auprès de son auditoire. Afin d'évaluer l'impact rhétorique de cette modalisation, nous mettrons en évidence les effets que cherchent à provoquer les locuteurs parmi l'assemblée par l'emploi, par exemple, d'adverbes, d'adjectifs ou de certains temps de la conjugaison. Pareillement, nous notons qu'une partie de la dimension paraverbale du discours joue ce rôle modalisateur en ce que l'intonation, le ton et l'attitude de manière générale peuvent également traduire une volonté du locuteur d'apporter un effet à son discours. Dans cette partie, bien qu'il soit difficile de relever exhaustivement l'ensemble des procédés concourant à la modulation des contenus des discours, nous jugerons de manière globale l'importance que prend la modalisation au sein des discours composant notre corpus.

### **Pour Zemmour, pas de place au doute**

« L'absence de doute, c'est précisément ce qui sépare les discours radicaux des discours extrémistes » (Viktorovich, 2019). Très peu modalisé, le discours de Lille s'inscrit dans la continuité de la ligne discursive extrémiste du candidat servant un évangile incontestable (Alduy, 2022, p. 35). Lorsqu'ils sont employés, les verbes d'opinion, les adverbes et les adjectifs d'intensité participent à entériner l'engagement, le dégoût, la colère ou la passion du candidat pour un sujet en particulier, comme nous pouvons le constater dans l'extrait suivant où nous relevons aisément l'impact que peuvent apporter les modalisateurs « jamais » (11), « toujours » (11), « encore » (10), « forcément » (3), qui insistent sur l'intensité et favorisent « l'émotionnalisation » de la situation décrite. Pour parfaire sa politique catastrophiste, Zemmour renforce ses arguments par des artifices textuels visant justement à dissiper toute hésitation éventuelle de la part des récipiendaires du discours. Dans cette logique, le locuteur verbalise son message politique avec une modalisation qui se veut avant tout assertive.

Devançant largement le conditionnel, les verbes assertifs, qu'ils soient conjugués à l'indicatif présent ou futur, effacent toute pondération du discours du candidat.

[...] Selon ces politiciens de gauche, la pauvreté mène *nécessairement* à la délinquance. Si l'on est pauvre, alors, *forcément*, on aurait l'envie de voler, de piller, de détruire, et pourquoi pas de tuer. Cette théorie est affreuse. Elle est une insulte à tous ces gens modestes qui se sont *toujours* fait un devoir de rester honnêtes, de rester droits, *parfois* tellement plus droits que les riches et les puissants ! (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 25'58 – 1 h 26'44)

Dans le discours de Lille, les modalisateurs lui permettent d'apporter un jugement sur un sujet précis, comme lorsqu'il souhaite démontrer l'inadéquation de l'idéologie de gauche en ce qui concerne l'origine de la pauvreté dans le pays. Lorsqu'il évoque le déclin français, la modalisation lui permet d'apporter un jugement de valeur supplémentaire sur le changement sociétal qui serait en train de se produire. Agissant simultanément sur le *logos* et sur le *pathos*, la modalisation de certitude utilisée par Zemmour confère au texte le pouvoir de véhiculer au public l'idée que l'islam, l'immigration ou la gauche sont inévitablement responsables du déclin de la France et qu'il est urgent de réagir afin d'enrayer le phénomène.

### **Le Pen, sans concession**

Si la candidate entame une démarche de réhabilitation sur le plan de l'*éthos*, notamment par l'ajout de certaines thématiques de campagne plus progressistes, il n'en demeure pas moins qu'une partie de son *logos* reste toujours ancrée dans une logique qui laisse peu de place à la concession. Marine Le Pen hésite entre une force de conviction caractéristique des discours politiques extrémistes qui se prête peu aux incertitudes, et un souhait assuré de proposer un discours plus objectif et raisonnable. Comme le démontrent les verbes utilisés au sein du lexique lepéniste, la candidate suit la logique d'assertivité sans entrave qu'elle partage avec Éric Zemmour. Sur la base d'adverbes et d'adjectifs comme « toujours » (6), « jamais » (13), « véritable » (1), « la certitude que, de » (2), « évident » (1), Marine Le Pen consolide ses convictions primaires en évinçant tout doute de ses propositions.

Je préférerai *toujours* les victimes aux délinquants, les policiers aux criminels, la vraie sanction à l'admonestation, la rapidité de la condamnation à l'enlisement judiciaire. Un seul mot d'ordre, une ligne claire, *la certitude* de la peine, le soutien *indéfectible* aux forces de l'ordre et l'augmentation massive des moyens de la justice. *Jamais* ma main ne tremblera lorsqu'il s'agira de défendre les Français et ceux qui les protègent. Ma main ne tremblera *pas plus* lorsqu'il s'agira de protéger les Français contre la submersion migratoire. (Le Pen, Marine, 2022. Discours de Reims, 2 h 03'51 – 2 h 04'38)

En revanche, pour parfaire son rééquilibrage tant du *logos* que de l'*éthos*, la candidate emploie certains marqueurs de nuance comme des verbes au conditionnel, l'adverbe « parfois » (4) ou la proposition « à chaque fois que ce sera possible » (1), la faisant apparaître sous un nouveau jour plus tempéré et prudent sur divers aspects. De plus, la présence accrue de l'indicatif présent ou de l'indicatif futur pour établir ou prédire d'éventuels constats délétères conduit l'électeur à se projeter dans un monde qui, sans une reprise en main du RN, déclinerait inévitablement.

### **Macron et l'art de la nuance**

Néanmoins, chez Emmanuel Macron, le procédé de modalisation est intégré à une panoplie plus riche d'effets sur le spectateur. Chez Emmanuel Macron, la modalisation de manière vient s'insérer en complément d'une majorité de phrases et lui permet de pondérer ses propos. En utilisant des termes tels que « parfois » (22), « jamais » (29), « peut-être » (5), « sans doute » (3) ou « toujours » (9), il parvient à ajouter une palette de nuances supplémentaires à ses arguments, comme le démontre l'extrait suivant où la modalisation lui permet de relativiser ses échecs par la combinaison successive de « sans doute » indiquant la plausibilité relative et le « parfois » qui tempère la fréquence de ses erreurs. Cette modalisation euphémisante lui donne la possibilité de légitimer la poursuite de son combat politique sous couleur d'une nécessité humaniste de mise en œuvre du progrès pour la société française.

Mais associer, ce sera aussi, dans la méthode, entendre davantage la minorité, permettre que la minorité comprenne davantage la majorité, que la majorité prenne en compte les voix de la minorité. C'est infiniment difficile et j'ai *sans doute parfois* échoué, mais ce combat, nous devons à chaque fois l'entreprendre, car une société ne peut pas avancer unie et avancer au fond si nous ne sommes pas nous tous les dépositaires de ce respect, de cette bienveillance, de cette volonté, même comme majoritaires, de travailler, d'œuvrer avec les minoritaires, mais de continuer à avancer et de convaincre les minoritaires qu'un chemin existe. (Macron, Emmanuel, 2022. Discours de la Défense Arena, 2 h 52'02 – 2 h 52'55)

Lorsque le candidat commente son bilan présidentiel, il tend à adoucir les reproches qui pourraient lui être faits sur son mandat et à majorer ses réussites. En procédant de la sorte, Macron s'offre le luxe de pouvoir se présenter comme un candidat qui sait partager les responsabilités et qui, contrairement à Zemmour ou Le Pen, peut faire preuve de modalisation dans son argumentation. De surcroît, en jouant la carte de l'humilité, Emmanuel Macron parvient à rehausser son *éthos* de présidentiable, là où Éric Zemmour, en s'obstinant à ne

phraser qu'une rhétorique extrémiste, peine à transmettre une image de lui-même qui serait en accord avec les caractéristiques d'un président. Si les candidats partagent une série, bien que réduite, de points de convergence, Zemmour ne réussit pas à nuancer l'intensité de son *logos*. Pour les uns, sa construction le fera apparaître comme un candidat totalement dévoué à la protection de sa patrie et, pour d'autres, elle lui donnera une image de raciste extrémiste incapable de se mettre à la place du peuple français.

### **Mélenchon, accorder selon les objectifs**

Quant à Jean-Luc Mélenchon, son discours traduit également cette caractéristique représentative des extrêmes en politique de se raccrocher à des certitudes plutôt qu'à la nuance ou l'hésitation. En effet, la modalisation lui sert avant tout à rendre ses énoncés assertifs en ajoutant des modalisateurs d'intensité tels que « jamais » (4), « toujours » (6), « évidemment » (5), « absolument » (2), « impérativement » (2) ou « inconditionnellement » (2) afin de présenter ses idées comme des évidences aux yeux de son public. Sa propension à utiliser l'indicatif présent conforte également l'auditoire à considérer les propos du candidat comme des vérités absolues.

[...] Ce qui est en cause dans cette affaire, c'est *évidemment* des moyens considérables qui sont mis à la disposition de chacun, de communiquer, de transmettre, d'aider, mais c'est aussi il faut le dire, la possibilité d'une menace, sur notre liberté, et sur notre souveraineté. 90 % du trafic Internet mondial passe par les câbles, alors les Français doivent *absolument* avoir les moyens de poser eux-mêmes les câbles *chaque fois* qu'il en est nécessaire, et, si je suis élu, je poserai le câble qui va de la Guyane au territoire de la métropole, et je ne l'abandonnerai pas à la propriété des Nord-Américains. (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Meeting immersif de Nantes, 1 h 11'23 – 1 h 12'21)

Adeptes des formules du type « c'est une certitude » (2), « ce qui est certain » (2) ou « à coup sûr » (1), Mélenchon désire présenter les faits qu'il avance comme des évidences incontestables que le public doit accepter. Néanmoins, cette approche relativement identique à celle de Zemmour le positionne comme un personnage obtus, réticent à admettre un point de vue dissemblable du sien. Dans son meeting, le choix d'une modalisation assertive entraîne une redéfinition de l'*éthos* du candidat qui se place inévitablement comme un homme politique militant pour un monde meilleur, mais imperméable aux conceptions différentes de la sienne. L'absence de relativisation montre en quoi, à la manière de Zemmour, Mélenchon décrypte la réalité sous une lentille socialiste engagée qui correspond davantage à une traduction de sa vision propre du concept.

### 1.1.4. Construction argumentative

#### 1.1.4.1. Principaux arguments

La capacité d'un orateur à mobiliser un panel varié d'arguments demeure l'une des formes les plus évidentes que peut prendre le *logos* au sein d'un discours de campagne. Véritable soubassement constitutif de la structure argumentative des candidats, le choix éclairé des arguments participe à orienter la répercussion persuasive des orateurs. En fonction des combinaisons, les orateurs peuvent ainsi influencer plus ou moins favorablement la réception qui sera faite de leur allocution. Si, en rhétorique, les typologies de classification des arguments sont légion, nous suivrons essentiellement le cadre théorique explicité par Clément Viktorovich (Viktorovich, 2021, pp. 58-74), fortement inspiré des travaux du psychologue et spécialiste de la communication Philippe Breton (Breton, 2016, p. 77-94). Dans cette section, nous réaliserons un inventaire des principaux arguments définissant le plus fidèlement la ligne argumentative des candidats.

#### **La mécanique événementialiste zemmourienne**

Chez Zemmour, la structure argumentative doit avant tout servir un processus de double légitimation. D'un côté, pour mener sa bataille électorale, Zemmour déploie un modus operandi où l'Histoire devient le matériau de prédilection pour enraciner sa construction du *pathos* et justifier un récit national nostalgique dont il pourra tirer parti. Le *logos* argumentatif de candidat prend alors la forme d'une mise en rapport systématique entre une situation passée idéalisée et une conjoncture française déplorable du fait de son islamisation grandissante.

Dans cette cité ouvrière, on ne trouve plus beaucoup d'usines, mais on trouve beaucoup de *mosquées*. On peine à trouver des cafés, mais on trouve beaucoup de boucheries *hallal*. On n'a plus beaucoup de librairies françaises, mais on tombe sur des librairies *islamiques*. On n'aperçoit plus beaucoup de jupes, mais on voit beaucoup de *niqabs*. On cherche la France, et on ne la trouve plus. (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 22'21 – 1 h 22'45).

Toujours dans cette construction du désastre nationale, le discours de Lille bâtit une unité identitaire autour de la conservation des valeurs d'une collection d'arguments de communauté, reposant sur la tradition, la parole des grands hommes et la liberté. Ce cocktail jouant sur le renforcement d'une logique séparatiste, le candidat délimite une frontière entre ce qui entre dans « l'art de vivre à la française » et ce qui en est exclu. Finalement, Zemmour



entame un mouvement de décrédibilisation de ses adversaires par le biais d'attaques personnelles envers Martine Aubry, maire de Lille (10), Emmanuel Macron (6), Christiane Taubira, représentante du *Parti Radical de Gauche* (1), Jean-Luc Mélenchon (3) ou encore Valérie Pécresse (2), candidate pour *Les Républicains* !

Car à Lille et dans toute la région, l'islamisation se répand, et je n'ai pas beaucoup entendu Martine Aubry sur ce sujet. Madame Aubry, *la grande républicaine* [ad personam], qui n'a rien à dire quand des quartiers entiers de sa ville échappent à la République, dont les lois sont remplacées par la Charia. Martine Aubry, *la grande prêtresse de la laïcité* [ad personam], qui reste muette quand des citées entières de sa métropole lilloise basculent dans l'intégrisme musulman. Martine Aubry, *la féministe* [ad personam], qui ne trouve rien à dire quand des femmes musulmanes exigent et obtiennent des horaires de piscine aménagés dans sa ville et quand on voile des petites filles de 6 ans à Roubaix. (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 19'49 – 1 h 20'52)

En générant l'indignation du public au sujet de l'ingérence supposée de la ville de Lille par Martine Aubry, Éric Zemmour contribue à l'établissement général de son argumentaire d'extrême droite. L'extrait ci-dessus montre comment le candidat parvient à consolider sa posture anti-immigration et anti-islam en affublant ironiquement la maire de Lille de qualités qu'elle ne représenterait donc pas. Dès lors, cette utilisation ironique de l'ad personam donne à Zemmour la possibilité de retravailler la posture morale de son *éthos*, lui qui apparaît alors implicitement comme l'incarnation des valeurs dont il déplore l'absence chez Aubry.

D'un autre côté, le candidat, novice en tant que politicien, doit parvenir à justifier son parti, sa ligne idéologique, ses constats sociétaux et les différents points de son programme électoral en apportant des arguments appuyant une fondation rationnelle. Pour cela, le Z se dote d'un mélange astucieux d'arguments qui tendent à accréditer sa doctrine politique souverainiste. Pour ce faire, Zemmour fait essentiellement appel à des arguments de cadrage, lui permettant d'étayer ses fondements idéologiques sur des observations du réel (Viktorovich, 2021, p. 59). Ce cadrage s'opère essentiellement par le biais d'arguments par la définition grâce auxquels le candidat redessine les contours de la réalité observable en la présentant sous le prisme de ses propres convictions. Dans l'illustration suivante, nous voyons très clairement comment le candidat mobilise par cet argument relevant du *logos* pour en faire également une force « pathos-logisante ». En redéfinissant le terme de pouvoir d'achat, Zemmour se donne la possibilité d'en donner une signification à la lumière de ses convictions idéologiques et de provoquer l'émotion par des explications volontairement révoltantes.

En réalité, personne, dans cette campagne, ne se demande vraiment ce que veut dire « pouvoir d'achat ». Alors, nous allons nous le demander ensemble. *Qu'est-ce que le pouvoir d'achat ?* [question rhétorique] *Le pouvoir d'achat*, c'est l'argent qui vous reste quand l'État arrête de tout vous prendre [argument par la définition] *Le pouvoir d'achat*, c'est ce que vous gardez quand vous avez payé les charges qui pèsent sur votre salaire, la TVA sur tous vos achats, les taxes sur votre plein d'essence, votre impôt sur le revenu, votre redevance télé, vos impôts locaux, votre taxe foncière [...] [argument par la définition]. (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 33'56 – 1 h 33'34)

À ce premier levier de légitimation, Zemmour adjoint des arguments par la donnée statistique afin de corroborer ses appréciations personnelles par des données à la véracité parfois remise en doute (Bensebia & Bambrik, 2022, p. 201). L'exemple présenté ci-dessous, montre comment, grâce à la mobilisation de données concrètes, bien que non sourcées lors de l'allocation, permettent à Zemmour d'apporter à la fois de la crédibilité sur le plan du *logos*, mais également sur le plan de l'*éthos* en ce que ce type d'argument lui octroie une crédibilité supplémentaire auprès des électeurs potentiels qui pensent être confrontés à des données scientifiques qui, par définition, seraient de confiance.

Et je ne vous parle pas du RSA et des allocations en tout genre : actuellement en France, tenez-vous bien, *55 % des étrangers extra-européens en âge de travailler sont tout simplement... inactifs* ! Ce qui leur laisse le temps de faire des enfants visiblement, puisque selon l'INSEE, *les immigrés représentent à eux seuls 30 % de toutes les naissances françaises. Trente pour cent !* [argument par la donnée statistique] (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 58'22 – 1 h 58'58)

En adoptant une ligne argumentative essentiellement fondée sur une dualité de légitimation et de constatation morose. Afin de soutenir son idéologie hantée par le spectre du Grand Remplacement, le *logos* de Zemmour échafaude une structure de pensée où tout concourt à l'« événementialisation » de la déperdition nationale dressée. Dès lors, la démarche hermétique du candidat facilite le rabâchage intensif de sa mécanique persuasive, mais contribue également à le déconsidérer en raison de son modèle d'explication du monde simpliste.

### **L'approche tactique actualisée du *Rassemblement national***

Pour faire face à son échec retentissant de 2017, Marine Le Pen a dû repenser sa structure argumentative. En masquant les aspects les moins reluisants de son idéologie par un « double mouvement de modérations des propos et de diversification des angles d'attaque » (Alduy & Wahnich, 2015, p. 33), la candidate convoite l'apport d'une crédibilité nouvelle à son *éthos* de

présidentiable, maintes fois attaqué pour son manque de rigueur. Pour faire advenir cette double logique narrative, la candidate met au point un argumentaire composite où tout converge vers une reconfiguration du réel. D'une part, elle propose un panel d'arguments plus ancrés dans une logique de démonstration ouverte afin de poursuivre son processus de démocratisation de la vision politique du *Rassemblement national* et d'autre part, elle continue d'inscrire son discours dans la continuité thématique de l'extrême droite. Sur le plan de la légitimation des fondements de son idéologie, Le Pen utilise la donnée statistique, la parole d'experts ou la définition afin de donner plus de crédibilité à la vision du monde qui lui sert de prisme pour lire Marine Le Pen essaie de légitimer son combat contre l'immigration en apportant une donnée chiffrée qui consoliderait l'ancrage factuel de ses constats. Dans la continuité de cette dualité argumentative, Le Pen avalise ses prises de position par la saturation cognitive du public grâce au cadrage apporté par toute une série de questions rhétoriques. L'oratrice fait ainsi adopter sans trop d'effort ses propositions à un auditoire qui se voit contraint de les valider.

Qui peut également nier l'impact de l'immigration sur nos services publics, la saturation de nos hôpitaux, le manque de logements sociaux et l'engorgement de notre système judiciaire ? [\[question rhétorique\]](#) Pensez que **60 % du travail des magistrats administratifs concerne les étrangers** [\[argument par la donnée statistique\]](#). (Le Pen, Marine, 2022. Discours de Reims, 2 h 05'03 – 2 h 05'24)

Enfin, l'argumentaire lepéniste cherche à rejeter le schéma d'explication du monde proposé par ses concurrents et plus spécialement celui entretenu par Emmanuel Macron. Comme pour Zemmour, la décrédibilisation des argumentaires adverses s'opère principalement par l'incorporation d'*ad hominem* et d'*ad personam* au sein du discours. Au cours du discours de Reims, Le Pen s'attaque directement au président sortant en soulignant l'ingérence dont il a fait preuve durant son précédent quinquennat dans l'espoir de redéfinir les logiques de pouvoir durant la campagne. En mettant en exergue les points noirs du mandat d'Emmanuel Macron (18), la candidate veut convaincre une portion hésitante de l'électorat à la choisir elle plutôt qu'un candidat ayant déjà prouvé son incompetence.

Voilà, mes amis, les grandes lignes de mon projet. Il est en totale opposition avec celui d'**Emmanuel Macron** et de son clone [\[ad personam\]](#) **Valérie Pécresse**, quand le premier ruine la France [\[ad personam\]](#), la seconde trompe ses électeurs [\[ad personam\]](#). (Le Pen, Marine, 2022. Discours de Reims, 2 h 39'11 – 2 h 39'40).

Cette troisième participation aux élections présidentielles aura permis à Le Pen de proposer une approche argumentative plus raisonnée et anoblée du discours frontiste originel. Si la candidate ambitionne la propagation d'un récit national cohérent et plus varié thématique, sa structure argumentative une mutation substantielle. Nous l'aurons vu, cette double structure argumentative fondée sur la légitimation raisonnée du discours frontiste aura permis de briser un peu plus l'enfermement politique que le Rassemblement national subissait de plein fouet jusque-là (*Ibid.*, 2015, p. 33).

### **La démarche raisonnée de *La République En Marche* !**

Après ces cinq premières années sous la Macronie, le président sortant fait face à un défi de taille : convaincre un auditoire mitigé quant au bien-fondé de sa réélection. Pour ce faire, le candidat assoit sa démarche de construction du *logos* sur le partage d'arguments variés. Dans un premier temps, Emmanuel Macron enracine son processus argumentatif grâce un ensemble d'éléments de cadrage. En usant essentiellement d'arguments par la définition, par la donnée statistique, par la santé, par la comparaison géographique ou par le précédent, le candidat instaure un cadre de développement favorable à son exposition idéologique. Macron mise surtout sur des arguments par le précédent afin d'assurer les points clefs de son programme lorsqu'il ne peut pas fournir de soutien rationnel par essence à ses idées politiques.

Et d'abord travailler plus longtemps parce que nous vivons plus vieux, eh oui *comme l'ont déjà fait l'Italie, l'Espagne, l'Allemagne, tant de nos voisins*, [argument par la comparaison géographique] il faudra de manière concertée, bien sûr de manière progressive et visible passer l'âge de notre retraite à 65 ans, parce que c'est ainsi d'abord que nous pourrons financer tous les progrès que j'évoquais, que notre nation sera plus forte. Nous le ferons de manière progressive avec des mesures de justice que nous voulons forte, mais c'est la condition et c'est la condition d'abord pour consolider notre modèle de retraite par répartition, cette solidarité entre les générations. (Macron, Emmanuel, 2022. Discours de la Défense Arena, 1 h 47'44 – 1 h 48'34)

Dans un second temps, nous observons une inclination du candidat pour les arguments de communauté en employant principalement des arguments reposant sur la parole donnée et sur la morale. Cette combinaison met en exergue, d'une part, la volonté du candidat de s'appesantir sur ses promesses antérieures et leur accomplissement et, d'autre part, sur ce qu'il sera bon de faire, quitte à faire des sacrifices, pour poursuivre la conduite vertueuse du

pays. Pour Emmanuel Macron, cet assemblage d'arguments lui permet de concrétiser son « plan d'action » et de susciter rationnellement la mobilisation électorale du public.

Oui, comme vous, comme vous mes amis, je ne me résoudrais jamais à ce que des Français qui travaillent voient tous leurs salaires partir en plein d'essence, en factures, en loyers et renoncent finalement à offrir un cadeau à leurs enfants, c'est injuste [argument par la morale]. Alors dès cet été, alors d'abord nous n'avons pas attendu, face à ce défi du pouvoir d'achat, le gouvernement s'est déjà mobilisé depuis des mois, c'est l'équivalent de plus de 20 milliards d'euros par an pour protéger les ménages face aux hausses d'électricité, de gaz et les bloquer. [...] (Macron, Emmanuel, 2022. Discours de la Défense Arena, 1 h 08'54 – 1 h 11'57)

Construit sur une démarche raisonnée, l'argumentaire d'Emmanuel Macron se situe une fois de plus dans les logiques d'« adaptation » et de « progrès » que l'on retrouve dans son vocabulaire et qui lui permettent de redéfinir l'évolution de son argumentaire (Weinstein, 2022, pp. 46-48). À l'inverse de Zemmour qui joue sur la sauvegarde d'un passé national en perte, l'argumentaire du candidat LREM se concentre sur une volonté de redéfinition des valeurs qui font la France afin de l'amener dans une ère nouvelle.

## **L'argumentaire progressiste de LFI**

Pour finir, Jean-Luc Mélenchon se présente comme le candidat maniant le mieux les arguments. Conforme à la ligne argumentative héritée de la gauche révolutionnaire, il se pose comme le plus fin rhétoricien de cette campagne présidentielle. Au lieu de se contenter d'exploiter le même catalogue argumentaire que ses concurrents, Mélenchon tisse une véritable tapisserie argumentative composée d'une variété bien plus diversifiée de preuves logiques. À l'image de ses adversaires, il use d'arguments par la définition ou par la donnée statistique, par la santé ou par la philosophie afin de fonder l'importance de son idéologie dans le contexte actuel.

Il faut un partage des richesses, ferme, assumé, déclaré, qui ne se cache pas derrière des demi-expressions, des trois-quarts de mots. *Au moment où les revenus des milliardaires ont augmenté de 30 et de 40 %, nous allons augmenter le salaire minimum dès le premier jour, à 1400 euros net* [argument par la donnée statistique]. (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Meeting immersif de Nantes, 54'55 – 55'22)

Quant aux arguments de communauté, le candidat fait régulièrement appel à la morale, à la sagesse des grands hommes, au principe d'égalité ou à la fraternité entre les êtres humains dans l'optique de sensibiliser l'auditoire aux fondements éthiques derrière les causes

défendues, comme le montre l'exemple suivant où Mélenchon repose ses conclusions sur un socle moral

Et je vais vous dire pourquoi, pas seulement parce que c'est du bonheur de pouvoir à 60 ans avoir la totalité de son temps en temps libre après l'avoir eu toute sa vie en temps contraint, mais aussi parce que c'est une mesure gigantesque d'économie, car lorsqu'on part à la retraite plus tôt, Messieurs les ballots, les benêts qui nous dites qu'il faut travailler plus longtemps parce qu'on vit plus longtemps, mais est-ce que vous êtes capables de comprendre qu'on vit plus longtemps parce qu'on travaille moins longtemps, parce que le travail use le corps, l'esprit, les nerfs, et donc la retraite à 60 ans c'est une gigantesque économie, premièrement sur le budget de l'allocation chômage, *parce que quand vous obligez les gens à travailler jusqu'à 63 ans vous savez aussi bien que moi qu'à partir de 59 ils ne trouvent plus de boulot, et que vous les condamner à se bouffer les ongles pendant quatre ans, au mépris de leurs nerfs, de leur santé... Ensuite, parce que si vous les faites quand même bosser, eh bien ils sont plus fatigués, le corps est plus détruit, l'usure vient, la maladie, et l'on doit évidemment, et c'est normal, la financer inconditionnellement !* Mesdames Messieurs, inconditionnellement ! [argument par la morale] (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Meeting immersif de Nantes, 1 h 18'23 – 1 h 19'46)

L'argumentaire socialiste du candidat se donne également à voir par l'insertion d'une série d'arguments d'autorité sous la forme de témoignages et de rapport aux paroles d'experts afin de renforcer encore davantage la vraisemblance des propos tenus et sa légitimité personnelle. En insistant, par exemple, sur les injustices subies par le peuple français, Mélenchon parvient à argumenter solidement son point de vue, tout en éveillant un sentiment d'indignation dans la population face à la situation présentée, notamment par le biais de statistiques, comme dans le cas présenté ci-dessous.

Voyez, *25 personnes possèdent autant que la moitié des êtres humains sur cette planète. Voyez, 1 % dans ce pays possède davantage que 25 % de la totalité de la population.* Voyez ces inégalités qui se creusent, et qui produisent comme résultat que dans la sixième ou la cinquième puissance du monde il y a neuf millions de pauvres, 300 000 de plus qu'il y en avait en 2017, lorsque Monsieur Macron a été élu. (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Discours immersif de Nantes, 52'45 – 53'17)

Enfin, si Zemmour reste l'homme du buzz par excellence, Mélenchon, quant à lui, incarne sans aucun doute l'homme de la « punchline »<sup>1</sup> aux attaques ad hominem et ad personam les plus immodérées. En ciblant principalement Emmanuel Macron et Marine Le Pen, il entame un processus de décrédibilisation des deux figures, qu'il juge être ses plus sérieux adversaires, tout en mettant en valeur ses propres positions idéologiques. L'attaque qui suit, émise à l'encontre d'Emmanuel, montre bien comment Mélenchon combine tout d'abord un ad

---

<sup>1</sup> Punchline : phrase-choc, formule percutante destinée à marquer les esprits. Le Robert, 2023. « Définition de punchline », sur <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/punchline>. Consulté le 7 mai 2022 à 15 h 54.

personam, décrédibilisant gratuitement son opposant, en le critiquant ensuite sur sa gestion de la crise sanitaire et notamment l'obligation du passeport vaccinal.

Parce que Monsieur Macron, *qui est un danger public* [ad personam], tellement il est obsédé d'une mentalité de règles économiques complètement dépassées qui sont celles du 20e siècle et peut-être du 19e, a trouvé cette idée que les devoirs venaient avant les droits, mélangeant ce qui est du registre de la vie privée avec le registre de la vie politique [ad hominem]. (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Discours immersif de Nantes, 1 h 19'48 – 1 h 20'08)

#### 1.1.4.2. Figures de style

Par l'incorporation de figures de style à leur construction argumentative, les orateurs politiques acquièrent la possibilité de démontrer toute leur éloquence et leur capacité à manier ingénieusement la langue française. Dans une démarche de façonnement stratégique de leur *logos*, les candidats aux élections ne s'expriment plus seulement pour transmettre des idées à la foule ; ils prennent la parole pour parer le langage d'un maquillage idéologique et linguistique leur permettant d'influencer la réception (Viktorovich, 2021, p. 56). En incorporant des figures de style, les énonciateurs-candidats se dotent alors d'une arme argumentative supplémentaire qui agit principalement au niveau du *logos*, mais également sur le plan de l'*éthos* et du *pathos* selon les procédés utilisés. En fonction des objectifs, les candidats enjoliveront leur discours de figures plus séductrices les unes que les autres dans l'optique de convaincre un maximum d'électeurs (Coureault, 2017). Dans ce point, nous aborderons les principales figures exploitées par les locuteurs afin d'en déterminer les effets rhétoriques qui en résultent. Dans un souci de clarté, les procédés relevant de l'accumulation et de la métaphorisation seront abordés dans un point supplémentaire en raison de leur lien étroit avec la dimension du *pathos* (Viktorovich, 2021, p. 272-280).

#### **L'art du « bien parler » selon Zemmour**

Pour Éric Zemmour, l'exercice du meeting de campagne s'est révélé être un premier test à grande échelle de sa rhétorique politique. Pour cela, dans le discours de Lille, Zemmour exploite un répertoire de figures de style de façon à auréoler son argumentaire et à en influencer la réception par le public. Tout d'abord, le candidat, se réclamant d'une France éduquée qui serait le berceau d'une certaine richesse intellectuelle, n'hésite pas à faire usage d'allitérations, de rimes ou d'assonances dans son discours de sorte à conférer une aura

presque poétique à son discours. En multipliant ce type de figures, Éric Zemmour renforce l'établissement de cet *éthos* d'homme instruit qu'il désire tant performer auprès des électeurs. Lorsqu'il évoque la ville de Lille, cité au passé historique remarquable, le candidat tire parti des proximités sonores pour faciliter le rapprochement entre les valeurs qu'il défend : labour, courage et un imaginaire industriel par l'emploi des termes labour, charbon, coron et tissage.

À travers vous, en cette terre de *labour* et de *labeur*, de *charbon* et de *coron*, de *courage* et de *tissage*, je voudrais m'adresser aujourd'hui à la France du travail. (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 8'10 – 1 h 8'21).

Conjointement, l'ex-polémiste laisse place de choix à l'ironie qu'il est réputé employer régulièrement lorsqu'il souhaite engendrer le buzz, le clash ou l'indignation. Le discours de Lille ne faisant pas exception, les interventions sarcastiques reviennent régulièrement, notamment en usant de sa catch-phrase « Ben voyons ! ». Le recours fréquent à cette pratique stylistique donne au candidat la possibilité d'aborder avec ironie le rapport qu'il entretient avec une série d'idées opposées à sa ligne idéologique comme le démontre l'illustration qui suit où le candidat moque les propos relativisant le taux d'insécurité et l'accroissement de l'appauvrissement en France.

Vous savez, ce sont les mêmes qui vous disent qu'il n'y a pas d'insécurité, mais un « sentiment » [ton ironique] d'insécurité ! Et la baisse du pouvoir d'achat, alors, qu'est-ce que c'est ? Un « sentiment d'appauvrissement » [ton ironique] ? Les mêmes politiciens, les mêmes technocrates avaient tenté de nous faire croire que le passage à l'Euro avait amélioré notre pouvoir d'achat ! **Ben voyons !** Les mêmes nous affirment aujourd'hui que l'inflation ne repart pas, que la hausse des prix n'est que provisoire ! **Ben voyons !** (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 39'53 – 1 h 40'38)

Enfin, nous mentionnerons les questions rhétoriques qui structurent de tout en part l'intervention d'Éric Zemmour et qui, elles aussi, jouent sur la captation de l'attention du public en les mobilisant directement dans le processus de conviction. De plus, par le biais de ce procédé stylistique, le candidat consolide son argumentation en ce qu'il permet d'apporter une vérité présentée comme irréfutable. La contradiction exprimée dans l'exemple suivant démontre comment Zemmour tente de redéfinir l'*éthos* de personnage extrémiste et violent qui lui colle encore régulièrement à la peau en s'adressant directement à l'auditoire sur place.

Martine Aubry qui rêve de susciter des violences, pour qu'on nous accuse ensuite d'être responsables de ces violences ! Toujours les mêmes méthodes chez les gauchistes. **Mais sommes-nous violents, mes amis ? Voulons-nous la violence ? Non !!! Nous voulons la paix !** (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 18'47 – 1 h 19'08)



## **Marine Le Pen, ajuster les mots**

Même si un recentrage visible s'opère dans la rhétorique de Marine Le Pen, les fondements idéologiques du Rassemblement demeurent toujours prépondérants dans sa construction argumentative. Principalement focalisée sur les procédés d'accumulation et de métaphorisation qui parcourent son allocution, Marine Le Pen évite les figures de style plus littéraire qui ne seraient pas forcément en adéquation avec le public cible de son discours, à savoir les classes ouvrières (Gautier, 2017). En choisissant une approche directe et sans fioritures stylistiques plus classiques, la candidate souhaite présenter un *logos* direct pouvant immédiatement faire sens auprès du public.

Toutefois, la candidate ne renonce pas à employer des stratagèmes s'appuyant sur l'humour. Contrôlées, les formes d'humour peuvent soutenir le schéma rhétorique global de l'énonciateur-candidat, mais également le faire apparaître sous un jour favorable. Marine Le Pen, qui avait été désignée comme une figure trop peu sérieuse et crédible en comparaison de ses adversaires politiques, évite désormais de s'engouffrer sur cette pente trop glissante, se limitant à quelques jeux de mots et antiphrases dans de son allocution.

Avec Emmanuel macron, on nous avait promis un **crack**, mais le seul crack [sic] que nous avons vu est financier. (Le Pen, Marine, 2022. Discours de Reims, 1 h 54'27 – 1 h 54'34)

En misant sur l'homophonie entre crack au sens d'expert et krach, faisant référence à l'effondrement pour souligner sarcastiquement l'incompétence d'Emmanuel Macron, la candidate parvient à discréditer, par le biais de l'ironie, la capacité à gouverner de son rival. Par ailleurs, lorsque Marine Le Pen désire formuler une critique de ses concurrents, le recours à l'humour lui permet d'éviter une attaque trop directe qui pourrait affecter le rééquilibrage de son *éthos*.

## **Macron, entre sobriété et continuité**

Plus centré sur un argumentaire universaliste et un *logos* structuré, le discours d'Emmanuel Macron se pare de quelques figures de style afin de remporter tout en subtilité l'adhésion de l'auditoire. Sans tomber dans esthétique discursive littéraire, à l'image de Zemmour ou Mélenchon, le président-candidat pourvoit son discours de quelques épisodes plus lyriques afin de démontrer sa capacité à manier l'art du discours de campagne. Il arrive effectivement que le candidat ait recours à des allitérations et assonance afin d'embellir la formulation de certaines propositions symboliques au cours de son allocution.

La *France*, au *fond*, ce sont des *moments de bravoure* et quelques *mots d'amour*. (Macron, Emmanuel, 2022. Discours de la Défense Arena, 2 h 35'18 – 2 h 37'26)

Toujours dans une logique de structuration du *logos*, le candidat se présente comme le candidat utilisant le plus d'euphémismes de manière à atténuer certaines connotations négatives associées à un événement ou un concept donné. Pour rendre acceptable un bilan socialement contesté, le candidat prend le temps d'arrondir les angles grâce à l'emploi d'euphémismes en présentant, par exemple, la crise écologique comme le « défi du climat » ou minimise la portée de certains éléments comme c'est le cas avec l'Europe qui est considéré comme « un petit bout de terre », sans faire mention de sa puissance supranationale remise en question par tout un pan de la politique contemporaine. En outre, comme ses adversaires politiques, Macron utilise les questions rhétoriques afin de mieux appréhender les éventuelles objections qui pourraient lui être formulées ou de donner directement le point de vue qu'il est moralement et logiquement souhaité d'adopter.

Qui, qui mieux que notre Europe, ce petit bout de terre [euphémisme] qui a inventé l'État providence, pour encadrer le capitalisme, lutter contre les inégalités, comme nous avons commencé à le faire en obtenant, en Européens, la mise en place d'un impôt minimal sur les sociétés pour éviter l'évasion fiscale, en Européens ? [question rhétorique] (Macron, Emmanuel, 2022. Discours de la Défense Arena, 2 h 11'15 – 2 h 11'42).

En toute logique, ce positionnement argumentatif explique la réticence du candidat à employer l'humour, de peur de déborder du cadre traditionnel du genre électoral. Conçu comme un bilan rétrospectif et une profession de foi à l'égard des Français, le discours de la Défense Arena se concentre sur l'établissement d'un projet collectif pour un prochain mandat. Placé dans une situation particulière liée à son statut de président sortant, Emmanuel Macron axe son allocution sur ce qu'il a apporté et ce qu'il peut encore apporter à la population en ne cédant pas au climat offensif adopté par ses trois collègues souhaitant briguer un premier mandat.

### **Mélenchon et la poésie argumentative**

Profitant de son expérience de professeur de lettres modernes, Jean-Luc Mélenchon construit son *logos* sur son appétence pour les « Belles Lettres » et les codes littéraires. Outre les figures de métaphorisation et d'accumulation qui seront détaillées dans la suite de cette étude comparative, le candidat consolide sa rhétorique sur sa capacité à maîtriser la langue française en utilisant tout une série de figures de style. Il insère fréquemment des

comparaisons dans l'optique mettre en rapport de façon imagée le lien qu'il peut exister entre deux éléments. Le cas suivant explicite en quoi l'accaparement des richesses par une part restreinte et privilégiée de la population est semblable à des tiques, animaux parasites vampirisant le sang de leurs proies.

Il faut une stricte limitation des frais bancaires qui empêchent que, *telles des tiques*, certains accumulent de la richesse sur les plus pauvres, sur les plus démunis, sur ceux qui sont déjà dans tant de difficultés. (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Discours immersif de Nantes, 54'39 – 54'53)

D'autre part, le candidat entrelace, via un vocabulaire plus léger, des touches d'humour ou d'ironie si caractéristiques du discours de Nantes afin d'accroître sa proximité avec le peuple comme lorsqu'il se joue de son surnom de tortue électorale en établissant un lien avec la morale de la fable de Jean de La Fontaine où la tortue, malgré son apparente lenteur, finit par l'emporter sur le lièvre. Tirant parti de cet *éthos* préalable, Mélenchon parvient à redéfinir à son avantage la réputation de politicien de second plan en désamorçant et en tournant à son avantage les étiquettes qui peuvent lui être accolées.

Écoutez-moi, *faites confiance à une tortue électorale sagace comme moi*. Rien ne sert de courir, il faut partir à point. *Et j'ai déjà épuisé quelques lièvres, hein !* (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Discours immersif de Nantes, 1 h 40'32 – 1h40'52)

Dans le contexte électoral, ce type d'interactions plus légères parvient à susciter le rire dans l'assemblée et, par la même occasion, à créer un sentiment de collectivité profitant à l'*éthos* de présidentiable du candidat. En parallèle, l'ironie sous forme d'antiphrases ou de simples parallélismes se retrouve pareillement dans le discours de Mélenchon, afin de souligner avec malice le ridicule de certains propos ou de certaines thèses qu'il fustige. Ce sarcasme assertif demeure sans doute ce qui caractérise une partie importante du style discursif de Jean-Luc Mélenchon dans cette allocution en ce que le candidat la jalonne régulièrement de formules ironiques.

## 1.2. Conclusions de l'analyse du *logos*

Poursuivant des objectifs et des lignes argumentatives distinctes, les discours des quatre candidats témoignent effectivement d'une utilisation distincte du *logos*. D'une part, chez Zemmour, le *logos*, qui constitue le ciment à la base de la construction du triangle rhétorique du candidat, tend néanmoins à s'effacer pour laisser cours à un *pathos* ostensiblement exacerbé. Épousant la forme prépondérante donnée aux thématiques économiques et

identitaires, la langue de Zemmour se repose avant tout sur une exaltation stratégique et esthétisante du langage qui tend à lui un style certes reconnaissable, mais qui le cadenas inévitablement. Héritier de l'Histoire et de la littérature, le candidat sait manier les lettres et propage un discours qui, certes, pâtit d'un cloisonnement thématique et argumentatif, mais structurellement bien construit. Souffrant du double discours de Le Pen, Zemmour est confronté à un adversaire bénéficiant d'un nouveau souffle. Au sein du discours, l'incorporation d'éléments chiffrés ou historiques, maintes fois contestés sur le plan factuel, aura contribué à l'effritement conjoint du *logos* et de l'*éthos* du candidat. De plus, la récurrence thématique des questions d'immigration et d'insécurité, associées à la théorie du Grand Remplacement omniprésente, a donné à ses opposants une opportunité singulière de le cantonner dans un cordon sanitaire.

D'autre part, les discours solutionnistes de Marine Le Pen et d'Emmanuel Macron auront également concouru à réduire la portée persuasive du porte-voix de *Reconquête* ! De fait, la formule argumentative zemmourienne, modelée sur une exaltation historique, identitaire et nostalgique, aura sabordé la montée en puissance de son locuteur en raison d'une narration descriptive principalement centrée sur le constat. C'est justement en s'opposant au récit historisant du Z que Macron et Mélenchon ont pu convaincre leur auditoire, en proposant une approche plus ancrée dans le présent en adressant des sujets actuels tels que l'écologie ou les crises successives. L'analyse des quatre discours du corpus nous aura également permis de voir en quoi la « Méthode Zemmour », qui semble se reposer sur une approche essentiellement diachronique se basant sur une exploitation du passé, s'est détachée des perspectives plus synchroniques des trois autres candidats, plus enclins à vouloir miser sur éléments contemporains. Si Marine Le Pen s'est trouvée à mi-chemin de cette démarche de synchronisation de sa rhétorique qui lui aura permis d'aborder un ensemble plus large d'électeurs potentiels, Zemmour s'est retrouvé enfermé par sa propre logique restrictive passéiste. Enfin, il convient de noter que l'application de ce schéma argumentatif stéréotypé chez Zemmour aura entaché sa crédibilité d'un point de vue politique et l'aura poussé à endosser malgré lui un statut ambivalent auprès des certains électeurs, ne voyant parfois qu'un agitateur obsédé par l'immigration et l'insécurité.

## II. PARTIE 2 : ÉTHOS

### 2.1. Analyse des postures et représentations

Comme l'explique Ruth Amossy, l'édification de l'*éthos* en politique relève avant tout de la capacité des orateurs à tirer parti d'une tension identitaire permanente où s'affrontent une logique de réappropriation personnelle de modèles d'identification pour les électeurs et la gestion des *éthè* préalables imposés de l'extérieur (Amossy, 1991, pp. 89-90). En période électorale, forger son *éthos*, consiste avant tout à manifester un complexe cohérent de postures en mesure de persuader les électeurs et de faciliter la prise légitime du pouvoir (*Ibid.*, 1991, p. 93). Se pose alors la question de connaître la manière dont certains mécanismes rhétoriques peuvent influencer sur l'établissement et la propagation des différentes postures d'*éthos* que nous avons délimitées en amont. Dans cette section, nous évaluerons donc, sur le plan de la construction de la légitimité, les divers éléments rhétoriques qui se répercutent dans le processus de définition des *éthè* des candidats à travers leur production discursive. Pour ce faire, nous établirons un portrait global des politiciens concernés en tenant compte à la fois de l'*éthos* discursif préalable et de l'*éthos* que les orateurs érigent par le biais de leur discours. Par cela, nous entendons établir, sur la base des discours analysés, les penchants « dit » et « montré » des *éthè* collectifs et individuels des candidats afin de pouvoir déterminer les positionnements des candidats. Dans cette optique, nous évaluerons également les variations de postures transmises par la personnalité politique à l'auditorat et comment les variations de traitement qui existent entre les différents orateurs influent. De surcroît, nous considérerons également la nature et le poids que représentent les interactions orchestrées avec les opposants et les militants présents lors des meetings des candidats.

#### 2.1.1. Pronoms personnels et formes verbales

Au sein des discours électoraux, chaque candidat porte une stratégie rhétorique qui lui permet de se distinguer de ses adversaires tout en suscitant l'adhésion d'électeurs potentiels. Sur le plan de la légitimation, les pronoms personnels et formes verbales représentent un indicateur du degré d'ambiguïté vis-à-vis des personnes qu'ils sont supposés englober ou non. L'importance des pronoms personnels dans la construction de l'*éthos* se donne également à voir dans l'inscription symbolique des rôles simultanés de l'orateur, en ce qu'ils permettent de déterminer le partage interne entre les différentes postures adoptées par le candidat (*Ibid.*, 1991, pp. 103-108). En matière d'analyse de discours politique, considérer les variations que

peuvent prendre les pronoms personnels et les formes verbales permet d'établir et de « répartir les responsabilités au sein du discours » (Viktorovich, 2021, p. 189). Pour saisir l'intégralité des implications de ces prises de parole électorales, ces dernières se doivent d'être replacées dans leur dimension performative. Dès lors, nous nous devons de ne plus considérer les discours politiques performés au cours d'une campagne comme de simples descriptions de la réalité ni comme l'énonciation naïve d'une prise de position, mais bien comme un reflet des enjeux de légitimation et de pouvoir qui les traversent (Le Bart, 1998, p. 103). En étudiant les extensions que peuvent prendre les différents pronoms et formes verbales qui les accompagnent, il nous sera possible de mieux comprendre les relations parfois alambiquées qui s'instaurent entre *éthos* personnel et *éthos* collectif au sein d'un même discours (*Ibid.*, 1991, p. 171).

	Éric Zemmour			Marine Le Pen			Emmanuel Macron			Jean-Luc Mélenchon		
	n	%	%/5000	n	%	%/5000	n	%	%/5000	n	%	%/5000
1	Vous (169)	0,0193	96,5	Je (98)	0,0161	80,5	Nous (344)	0,0305	152,5	Vous (190)	0,0196	98
2	Nous (139)	0,0159	79,5	Nous (76)	0,0125	62,5	Je (134)	0,0119	59,5	Nous (143)	0,0148	74
3	Je (91)	0,0103	51,5	Il (30)	0,005	25	Il (78)	0,007	35	Ils (132)	0,0136	68
4	On (59)	0,0067	33,5	Vous (25)	0,0041	20,5	Vous (70)	0,0062	31	On (129)	0,0133	66,5
5	Ils (59)	0,0067	33,5	On (25)	0,0041	20,5	On (39)	0,0035	17,5	Je (107)	0,011	55

Figure 6 : Tableau de distribution des pronoms personnels dans le corpus selon les candidats

### Zemmour, construire la légitimation par le clivage

Essentiellement descriptif, le discours de Lille souffre d'un manque de concrétisation. Les verbes de constatation foisonnent, là où les verbes d'action font plus généralement défaut en raison de l'approche principalement historique et nostalgique du récit politique offert par le candidat. À l'image de son argumentaire fondé principalement sur un narratif historique, ses constructions verbales empruntent la voie descriptive où l'action se voit reléguée au second plan comme en témoigne l'omniprésence de l'association du « je » (91) à des formes verbales constatatives telles que « voir » (1), « savoir » (3), « connaître » (2) ou encore « vivre » (1) afin d'établir une fois pour toutes l'état des lieux déplorable de la France. Fréquemment associé au

partage d'anecdotes ou de récits personnels, le « je » vient consolider cette recherche constante de légitimité dans ses constats idéologiques fondateurs.

Et on apprend depuis, que les courageux journalistes qui ont tourné ce reportage sont maintenant menacés, eux et leurs familles, de décapitation, de viol. Ils doivent vivre sous protection policière parce qu'ils ont osé montrer la réalité... *Je vis* la même chose, *je sais* ce que c'est. *Je m'y suis habitué* depuis des années. Mais c'est un scandale ! C'est un scandale que les Français s'habituent à vivre ainsi dans leur propre pays ! (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 23'10 - 1 h 23'48)

En faisant usage du « je », l'orateur tend également à renforcer l'ancrage de son *éthos* de politicien crédible en ce que ce pronom permet, entre autres, d'asseoir son autorité personnelle en se présentant comme une figure fiable et dévouée à la cause qu'il défend. Ce désir se traduit également par une association récurrente du pronom « je » avec des verbes à l'indicatif futur exprimant une valeur promissive. À coup de « je veux », « je réserverai », « je mettrai fin » ou « je supprimerai », le candidat donne à voir l'*éthos* d'un homme responsable proposant des solutions à maux qui rongent le pays.

[...] Pendant ce temps, la moitié de la France est un désert médical, où il faut attendre des mois pour avoir un rendez-vous chez un dentiste, où il faut faire des heures de route pour accoucher dans une maternité ! Alors, *je supprimerai* [je + promissif] l'AME et *j'embaucherai* [je + promissif] 1 000 médecins salariés en urgence pour nos départements qui manquent de médecins ! C'est bien la moindre des choses, pour un pays qui prétendait avoir le meilleur système de santé du monde ! (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 57'33 – 1 h 58'17)

Dans un second temps, comme on peut le voir dans la figure 6 placée ci-dessus, le pronom « vous », qui est le plus employé par Éric Zemmour, comporte plusieurs valeurs référentielles. Tout d'abord, l'emploi du « vous » (169) dans sa forme plurielle permet au candidat un façonnage identitaire de son public, participant également au processus personnel de retravail de l'*éthos*. À l'échelle sémantique, le pronom personnel « vous » donne la possibilité de mobiliser le public présent de diverses manières. Premièrement, il donne au candidat la possibilité de placer son auditoire en simple récepteur passif du message qui lui est servi. Deuxièmement, accompagné de verbes comme « voir » ou « savoir », le « vous » place le public dans une posture d'agentivité où ce dernier se voit raconter la façon selon laquelle il contribue à tel ou tel processus vertueux. Enfin, le « vous », en tant que témoin, offre au candidat une prise en otage du public présent qui confirme involontairement les dires du candidat. Par ailleurs, le « vous », lorsqu'il est complété par des verbes à connotation positive, sert principalement à désigner ou à distinguer les potentiels électeurs d'Éric Zemmour, distinguer les Français, ceux qu'il représente, des non-Français qui seraient l'incarnation de

tout ce que le candidat combat comme le montre l'exemple suivant où le « vous » est systématiquement associé à une proposition comportant une connotation positive lui permettant de souligner la supériorité du public qui le soutient.

*Vous*, mes amis, quand vous connaissez ces difficultés, *vous* restez dignes. *Vous* restez honnêtes. *Vous* restez fiers. *Vous* cherchez des solutions. *Vous* ne fraudez pas. *Vous* ne dégradez pas vos logements. *Vous* éduquez correctement vos enfants. *Vous* ne brûlez pas des écoles ni la voiture du voisin. *Vous* ne cassez pas ! Oui, chez vous, on ne casse pas ! (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 30'23 – 1 h 30'48)

Enfin, le pronom « nous » (139) sert de véritable liant dans la démarche de reconnaissance politique du candidat. Compris comme une combinaison à géométrie variable du « je » et du « vous », le « nous » permet à Zemmour de participer à la construction de son *éthos* collectif et de parler au nom de ceux qu'il entend représenter (Amossy, 1991, p. 156). En outre, la présence du « nous » permet au candidat de se placer au sein d'un groupe qui se sent toujours plus angoissé par la menace du Grand Remplacement. L'illustration qui suit montre bien comment, au travers du « nous » supposés représenter l'ensemble des Français, transparaît l'ombre du « je » d'Éric Zemmour qui fait en réalité passer ses propres convictions pour celles de tout un auditoire. Lorsque Zemmour emploie des verbes comme « penser » (8), « devoir » (21), « falloir » (11) ou « vouloir » (21) en association avec le « nous », c'est avant tout dans une démarche d'explication de ses objectifs de campagne et, par la même occasion, pour se présenter comme la solution par excellence au déclassement qui serait à l'œuvre.

Oui, *nous voulons* redonner envie d'y croire à tant de Français qui n'y croient plus, qui en ont assez de voir leur situation personnelle et celle leur pays décliner. Oui, *nous pensons* que demain sera meilleur ! Oui, c'est possible, car impossible n'est pas français ! Oui, *nous sommes* convaincus que la France a un destin, que les Français ont un destin. Son peuple, qui est là depuis mille ans, et qui a envie d'être là encore mille ans. [...] (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 2 h 23'31 – 2 h 24'11)

### **Le Pen, une dialectique « je-nous » renforcée**

En ce qui concerne l'utilisation des pronoms, le même constat ne peut pas être posé chez Marine Le Pen. La candidate surprend en offrant un discours caractérisé par une exploitation réduite des pronoms personnels. Cette diminution substantielle peut s'expliquer par un discours de campagne intrinsèquement plus clos sur lui-même que ceux de ses adversaires, qui cherchent davantage à nouer le dialogue avec le public en place. De fait, en privilégiant un des couples phares du discours politique, à savoir le « je-nous », la candidate



traduit indirectement une interactivité interne au discours objectivement limitée en ce que cette association restreint inévitablement l'agentivité à un « nous » restant surtout un synonyme d'un « je » à la tête d'une collectivité (Amossy, 2010, p. 171). En effet, cela s'explique par la place symbolique et sémantique du « nous » (76) qui traduit la volonté de la candidate et de son parti, le *Rassemblement national*, de concurrencer Emmanuel Macron sur la création d'un projet politique partagé où le « je », dissimulé, serait, l'inspirateur d'une France nouvelle (*Ibid.*, 2010, pp. 171-174). En fonction du contexte, le « nous » peut à la fois représenter un « je + vous » ou à un « je + mes collaborateurs du RN ». En raison de son ambiguïté, ce pronom laisse le choix à la candidate d'intégrer ou non les électeurs dans le processus d'action, jouant parfois de cette ambivalence pour renforcer un sentiment de collectivité auprès de l'auditoire qui se sent intégré à ce groupement patriotique dont Marine Le Pen serait la force motrice. Dans ce sens, la candidate privilégie des formes verbales telles que « faire » (38), « devoir » (27), « vouloir » (12) « aller » (8) ou « permettre » (6) qui transcrivent ce souhait de concrétisation renforcé. Bien que le public n'ait qu'un impact partiel, limité au poids de son vote et à sa capacité à manifester, l'emploi régulier du pronom « nous » laisse croire à celui-ci qu'il est intégré à groupe dont la voix influe durablement le processus décisionnel.

**Nous** devons défendre librement nos intérêts, sortir de la logique belliciste des blocs pour renouer avec la stratégie d'équilibre qui a fait la grandeur de notre pays. C'est pourquoi *nous* sortirons du commandement intégré de l'OTAN afin de ne plus être entraînés dans des conflits qui ne sont pas les nôtres. (Le Pen, Marine, 2022. Discours de Reims, 2 h 23'30 – 2 h 23'52)

Par ailleurs, l'emploi consacré du « je » (98) au sein du discours de Reims lui confère un point d'appui pour accentuer le mythe de femme providentielle qu'elle convoite tant par le biais d'une narration personnelle afin de se légitimer davantage aux yeux de électeurs (Van Leeuwen, 2007). Par l'emploi d'un « je » assumé, Marine Le Pen donne à voir l'*éthos* d'une figure politique forte, mais toujours humaine et abordable afin de consolider l'imaginaire de femme politique qu'elle souhaite associer à sa personne (Alduy & Wahnich, 2015, pp. 53-54). Complétée par une force verbale dirigée sur la dynamique « constat-promesse », Marine Le Pen désire asseoir sa stature de femme providentielle en s'érigant en tant que force motrice de cette campagne par l'emploi successif de constatifs et de promissifs. Associés au « je », ces promissifs permettent également à Marine Le Pen de réaffirmer le pan « dit » de son *éthos* via des formules telles que « je ne serai pas » ou « je serai la présidente de ».

Présidente de la République, *je ne laisserai plus* [promissif] les Français être volés par ceux qui, depuis tant d'années, *détournent* [constatif] la prospérité collective en toute impunité. (Le Pen, Marine, 2022. Discours de Reims, 2 h 22'04 – 2 h 22'14).

En recentrant son discours autour de ce pronom et des promissifs, transparait vraiment la volonté de redéfinition de l'*éthos* que Marine Le Pen met en place depuis les dernières élections où sa posture de cohérence et de crédibilité avait été ébranlée par une multitude de faux pas rhétoriques et politiques (Trippenbach, 2022), l'obligeant à redonner plus d'ancrage à sa stature de présidentiable. Rattaché à l'*éthos* de manière directe (Van Leeuwen, 2007), le « je » donne à la candidate la possibilité d'explicitement les actions qu'elle compte mener et les valeurs qu'elle défend. Toutefois, le contenu du meeting de Reims montre en quoi la candidate continue de professer un certain attachement aux fondements du RN en usant régulièrement de verbes transcrivant le protectionnisme nationaliste si cher au parti. En employant des verbes comme « rendre » (14), « oublier » (11), « combattre » (1) ou « protéger » (10), la candidate entend alors se positionner comme la gardienne de la culture, de la population et des fondements de la nation française.

### **Macron, le triomphe du « nous »**

Pour Emmanuel Macron, l'objectif est tout autre. L'heure du bilan ayant sonné, le candidat doit proposer un discours rassembleur afin de déclencher l'envie du public de poursuivre le projet commun. De fait, le discours d'Emmanuel Macron transcrit un véritable objectif performatif dans la mesure où le candidat désire agir sur l'électorat, mais aussi en ce que les verbes utilisés permettent de caractériser la façon dont il désire être perçu par ses interlocuteurs. En établissant lui-même le constat (« je »), Macron apporte la solution par une promesse collective (« nous ») afin de donner implicitement l'impression au public d'être au cœur du processus démocratique. Grâce à une répartition plus homogène que ses concurrents, le candidat permet d'associer une passivité focalisée sur les constats grâce aux indicatifs présent et passé avec une activité clairement mise en valeur par le biais de l'indicatif futur.

Par conséquent, la prédominance du « nous » (344) permet au candidat de se manifester comme une force unificatrice, lui qui cherche justement à se poser en figure de guide auprès de l'auditoire. Les déclaratifs tels que « faire » (119), « vouloir » (56), « aller » (32), « falloir » (28), « bâtir » (21), « rejoindre » (11), « continuer » (32), « accompagner », « se battre », ou encore « créer » indiquent parfaitement la logique d'initiative mise en œuvre par le candidat. De ce fait, Macron fonde le socle de la crédibilité de son discours sur une

certaine capacité à réveiller le désir de projet commun qui lui avait été si favorable lors de l'édition 2017. Parallèlement, Emmanuel Macron base sa construction argumentative sur la relation constatifs-promissifs, qui permet d'introduire plus facilement son plan d'action auprès du public.

Mes amis, mes amis, le travail au service du progrès, voilà ce qui *nous tient*, voilà ce qui nous fait Nation, c'est pourquoi oui c'est par le travail, par la production que durant ces cinq années qui viennent *nous pourrons augmenter* notre croissance, *créer* plus de richesses et *pouvoir continuer* le progrès, l'humanisme au service du progrès, voilà ce qui *nous unit*, voilà pourquoi *nous nous battons*. [...] (Macron, Emmanuel, 2022. Discours de la Défense Arena, 1 h 51'58 – 1 h 51'28).

Néanmoins, derrière ce « nous » fédérateur, se cache bien souvent l'ombre du pronom « je », symbole par excellent de la réelle volonté d'Emmanuel Macron et de son gouvernement (Amossy, 2010, p. 157), tel qu'illustré par l'extrait suivant où le « nous » incorpore cette valeur individuelle plutôt que collective en ce que les enjeux discutés concernent plutôt Macron seul que la population dans son ensemble. Pour Macron, l'intégration du « je » au « nous » permet au candidat se s'intégrer dans une instance collective qui œuvre un projet commun, tant sociétal que discursif (Charaudeau & Maingueneau, 2002, p. 252). Bien que le candidat opère un travail minutieux de maquillage de ce « je », trop égocentré pour une personnalité qui se voudrait le choix de l'union par excellence, il est possible de le voir transparaître au travers de ce « nous » ou du très ambigu « on ».

*Je suis fier*, avec *vous*, *d'avoir lancé* ce qu'on appelle les « 1000 premiers jours », ce grand projet qui depuis l'extension du congé paternité jusqu'à l'accompagnement des mères vise à donner les mêmes chances à chacun, quelle que soit sa naissance [*constat positif – je + vous = nous*]. Mais il *nous* faut, au-delà de ce que nous avons commencé, aller plus loin, aller plus fort. Il *nous* faut protéger nos enfants des violences qu'ils subissent, des réseaux sociaux, du harcèlement dont ils sont trop souvent victimes [*établissement projet futur = nous*]. (Macron, Emmanuel, 2022. Discours de la Défense Arena, 1 h 24'14 – 1 h 24'55)

Lorsque Macron désire répartir la responsabilité, le « on » ou le « nous » peuvent servir d'équivalents pour désigner un hypothétique locuteur universel incluant supposément le locuteur. Or, force est de constater que ces pronoms dédouanent bien souvent le président sortant de toute responsabilité dans la concrétisation des actions énoncées lors du discours. Cette prévalence du « nous » chez Macron par rapport aux autres orateurs peut également s'expliquer par le partage tout particulier des responsabilités que confère son utilisation lorsqu'il s'agit de prendre des décisions. Par ailleurs, selon le verbe conjugué qui

l'accompagne, le candidat se dote également d'un double levier. D'une part, il rappelle le chemin déjà accompli par l'assemblée et, d'autre part, il insiste sur ce qu'il reste encore à mener à bien.

### **Mélenchon, la domination du « vous/nous »**

Enfin, dans le discours immersif de Jean-Luc Mélenchon, nous constatons que l'utilisation des pronoms corrobore la tradition discursive de la gauche, plaçant l'Homme au centre d'un grand nombre de ses considérations. Au lieu d'utiliser un « je » (109) qui l'investirait instantanément d'un *éthos* trop autocentré de leader providentiel, Mélenchon privilégie le « vous » (190), qui défère aux électeurs l'impression de détenir une place centrale dans le processus démocratique. Lui qui souffre souvent de cette image de populiste démagogue (Marlière, 2018, p. 3), par un revirement sur le « vous », déplace l'attention de l'action sur une volonté qui serait avant tout populaire, plutôt que l'ambition d'un homme politique. Ce constat peut être vérifié dans l'extrait ci-dessous où l'auditoire a presque l'impression d'être au même niveau de responsabilité que Mélenchon dans la conduite de cette campagne, tant le « nous » prend une place active au sein du projet sociétal du candidat.

Il s'agit de mettre en scène, en grand angle, pas seulement ici et là, des mots d'ordre si justes soient-ils et utiles, mais la vision du monde que *nous portons* [agentivité] à travers les mesures que contient le programme l'Avenir en commun, programme de transition de la société dans laquelle nous vivons, vers celle vers laquelle *nous voulons nous diriger* [agentivité] : la société de l'entraide, dont le mot d'ordre n'est pas d'amender le capitalisme, mais d'aller à cette harmonie des êtres humains entre eux et avec la nature. Alors, il faut commencer par dire si *nous voulons faire une campagne* [agentivité] utile à tous ces braves gens qui se désespèrent, ne sachant de quel côté se tourner pour comprendre ce qui leur arrive. (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Discours immersif de Nantes, 48'05 – 49'04)

En parallèle, le « nous », habilite le candidat à se repositionner en digne représentant des intérêts communs de la gauche et du peuple. En témoigne l'exploitation maîtresse du « nous » (143), qui sert avant tout de tremplin au candidat pour exprimer ses prétentions personnelles au travers du rapport construit avec les Français (Amossy, 2010, pp. 171-174). Ce « nous » rassembleur démontre une fois de plus sa capacité à donner vie à tout un imaginaire révolutionnaire où les actions de chacun peuvent faire la différence dans le monde de demain. En outre, ce dialogue permanent entre le « nous » et le « vous » permet à Mélenchon de créer une atmosphère de proximité palpable entre ses partisans et lui-même, consolidant son statut de représentant populiste (Marlière, 2018, pp. 12-13). Calqué sur

l'héritage de la gauche, Mélenchon emploie un ensemble des verbes contribuant à démontrer son implication sociale et éthique, mais également écologique depuis l'importance accordée à cette thématique (Marlière, 2019, pp. 8-10). La récurrence de formes telles que « donner » (20), « aider » (3), « transmettre » (2), « permettre » (17) ou « protéger » (2) permettent à Mélenchon de se donner l'image d'un réformiste radical, prêt à faire avancer les choses et à se débarrasser des idéologies poussiéreuses du « Vieux Monde » pour créer l'harmonie en commun, sans pour autant expliciter la manière dont il parviendrait à ses objectifs initiaux.

### 2.1.2. *Références*

Au sein du discours électoral, les références à des personnalités, notamment politiques, littéraires ou historiques participent au processus général de légitimation du candidat qui les emploie. En faisant référence à certaines personnalités habilement choisies, les orateurs en profitent pour adjoindre à leurs *éthè* l'imaginaire collectif et le prestige associés au personnage en question. En reliant leur discours à des faits, dates, concepts ou personnalités marquants, les candidats s'accordent un moyen supplémentaire pour convaincre un maximum d'électeurs sensibles aux références partagées (Bensebia & Bambrik, 2022, p. 201). Dès lors, afin de saisir les effets que ces références textuelles peuvent avoir sur la construction des postures d'*éthos* des orateurs, nous relèverons les diverses mentions effectuées au sein des allocutions des quatre candidats.

#### **Zemmour, Hérault de l'Histoire**

Dans le discours de Lille, Zemmour fixe ses convictions par le biais de nombreuses références à l'Histoire de France dont il se réclame le représentant politique direct. Nous retrouvons la mention de figures historiques et politiques plutôt à droite de l'échiquier politique et reflétant les caractéristiques contextuelles du discours, à savoir des personnages apparentés au passé industriel du nord, au fleuron politique, militaire et littéraire de la France du XXe siècle si chère au candidat. Du point de vue des références à des personnages historiques, Zemmour fait notamment mention des figures nationales de Charles Péguy (1), poète et penseur catholique engagé pour le socialisme, puis le nationalisme, Sébastien Le Prestre de Vauban, ingénieur, militaire et essayiste incarnant le génie architectural français (1) ou le Général Charles de Gaulle qui fut président de la France de 1959 à 1969 (3).

Souvenons-nous de *Charles Péguy*, célébrant le goût et le soin du travail, et cette même application de la rempailleuse de chaise et du bâtitseur de cathédrale, à des siècles d'écart, trouvant dans le travail à la fois la réalisation d'eux-mêmes et celle de leur ouvrage. (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 13'16 – 1 h 13'34)

Toutes les figures auxquelles il se rapporte sont majoritairement mentionnées dans une perspective de justification de son idéologie nationaliste ou d'identification en se rattachant aux. Par l'évocation de ces figures prestigieuses et de leur contribution à la grandeur française, Zemmour conforte également son argumentaire fondé sur une glorification de ceux qui ont fait l'Histoire et la grandeur française ainsi que de la nécessité d'un retour vers une époque qui conserverait les valeurs d'antan. En apposant une lecture personnelle des faits historiques, le candidat se réapproprie le passé national dont il serait l'héritier spirituel. En illustrant son discours par des références à des personnages historiques volontairement sélectionnés et dont la récupération reste fréquemment contestée, Zemmour tente tant bien que mal de servir sa ligne politique nationaliste. En outre, le candidat mentionne une série de concepts culturels et historiques connexes afin de les appliquer comme base de justification à son argumentaire identitaire.

### **Investir l'imaginaire universaliste selon Marine Le Pen**

Pour parachever sa rhétorique dédramatisée, Marine Le Pen s'applique à insérer dans son argumentaire une série de références (7) historiques, littéraires et politiques pouvant séduire à la fois la base électorale du RN et l'électorat élargi que vise la candidate. Premièrement, pour plaire à ses soutiens de la première heure, sensibles à une France fière de ses racines et de son héritage culturel et historique, l'oratrice tire profit de l'aura traditionaliste du poète Paul Verlaine, du président Charles de Gaulle ou du résistant français Hélié Denoix de Saint-Marc. Deuxièmement, Marine Le Pen se rattache à des figures plus universelles telles que Nelson Mandela, ancien président de la République d'Afrique du Sud et militant contre l'apartheid. En parallèle à ces personnalités illustres, la candidate emboîte le pas à Emmanuel Macron en tirant profit d'une certaine « pathos-logisation » de certaines figures contemporaines comme Samuel Paty, professeur assassiné par un islamiste, Mila, jeune fille harcelée en ligne pour avoir critiqué le coran ou Ophélie Meunier, journaliste ayant subi des menaces après avoir réalisé un reportage sur l'islam radical.

C'est cet islamisme qui conduit à des assassinats atroces comme celui de *Samuel Paty*, des persécutions comme celles subies par *Mila*, ou des menaces infâmes comme celles subies par *Ophélie Meunier*. (Le Pen, Marine, 2022. Discours de Reims, 2 h 6'57 – 2 h 7'10)

### **Macron, maître des références multivoques**

Plus consensuel que ses collègues des extrêmes, le candidat Macron opte pour une stratégie touche-à-tout lui permettant de couvrir l'ensemble du spectre des représentations. Par cela, Emmanuel Macron joue sur plusieurs terrains de représentation idéologique afin de pouvoir trouver des points d'accroche susceptibles de toucher une plus large partie des électeurs français. En effet, nous constatons que le candidat parvient à effleurer toutes les sensibilités et identités en mobilisant un échantillon éclectique de figures référentielles. Lorsqu'il désire évoquer l'identité européenne, il nomme des figures telles que Beaumarchais (1), écrivain et dramaturge révolutionnaire représentant la fin de l'Ancien Régime, Maurice Genevoix, romancier et poète célèbre pour avoir décrit les atrocités de la Grande Guerre (1) ou André Malraux (1), écrivain antifasciste incarnant l'esprit universel chéri par les pro-européens. Avec la considération croissante accordée à la place de la femme dans la société, le candidat fait également mention de figures féminines ayant joué un rôle dans la mise en place européenne telles que Joséphine Baker (1), actrice américaine engagée dans la résistance française et Simone Veil, femme d'État à l'origine du projet de loi pour la dépenalisation de l'avortement (1) sont portées au rang de fiertés de la nation.

[...] Notre France a le visage de *Joséphine BAKER* qui renonça au confort de la vie de vedette pour entrer en Résistance et défier la mort pour des valeurs plus grandes que soi ! Notre France a le visage de *Simone VEIL* qui réchappa des camps d'Auschwitz et trouva malgré tout en elle la force de faire avancer la cause des femmes et consacrer sa vie à la défense de l'idéal européen ! [...] (Macron, Emmanuel, 2022. Discours de la Défense Arena, 2 h 33'42 – 2 h 34'17)

Dans un autre registre, le président candidat cite les noms de citoyens français, tombés pour la France, qui lui permettent de se placer comme le candidat tenant à honorer la mémoire de ceux qui ont tout donné pour leur pays. Dans la partie du discours dédiée aux hommages aux héros de la République, nous voyons comment le candidat, par cette référence à des policiers et soldats morts en défendant la France, parvient à séduire les électeurs qui seraient les plus patriotes de son électorat.

[...] Notre France a le visage d'**Arnaud BELTRAME**, victime de l'hydre islamiste à Trèbes, qui se sacrifia pour sauver ses compatriotes. Notre France a le visage de **Cédric de PIERREPONT** et **Alain BERTONCELLO**, envoyés au combat pour sauver des otages et dont la bravoure dans le sacrifice honora le destin du soldat. (Macron, Emmanuel, 2022. Discours de la Défense Arena, 2 h 34'19 – 2 h 34'49)

La stratégie d'Emmanuel Macron se résume à une volonté d'inclusivité. En célébrant un ensemble diversifié de personnalité, Macron est assuré de répertorier au minimum une référence qui saura ébranler la sensibilité propre d'une foule aux profils diversifiés. En tant que chef d'État, les références et hommages à des personnalités qui ont, d'une façon ou d'une autre, contribué au renforcement à la dimension morale de son *éthos* (Van Leeuwen, 2007).

### **Mélenchon, nouvel héritier de la Révolution**

Pour Jean-Luc Mélenchon, les références sont le moyen d'associer l'*éthos* à un imaginaire typique du populisme de gauche afin d'apposer une réelle aura littéraire, révolutionnaire, multiculturelle à son *éthos* de présidentiable. En suivant la progression de son discours, nous constatons que Mélenchon offre un panel de références correspondant aux grandes parties de son discours en les rapportant systématiquement à une personnalité marquante illustrant ses aspirations. Fidèle à sa famille politique, le candidat mobilise la figure de proue du socialisme français, Jean Jaurès, mais également Louise Michel, militante anarchiste et visage par excellence du mouvement ouvrier. Pour compléter son rapprochement aux personnalités phares de la gauche, Mélenchon souligne également l'importance d'un point de vue scientifico-historique de figures telles que Youri Gagarine, premier cosmonaute soviétique à avoir effectué un vol dans l'espace, Giordano Bruno, philosophe et théologien napolitain, ou encore Gutenberg, inventeur de l'imprimerie. En profitant de la matérialité extraordinaire de son discours, les références effectuées se présentent également comme des preuves jouant sur les connotations émotionnelles qui sont affectées à ces personnalités, mais aussi à ajouter un poids certain à sa composition argumentative. Plus qu'un simple outil de façonnage de l'*éthos*, les références prennent un sens tout particulier pour Jean-Luc Mélenchon qui, comme Zemmour, se place en héritier unique et incontestable du versant social de la politique française.

Ah, c'est une fin dure et terrible que la leur, mais ils n'auront pas souffert pour rien, ils n'auront pas ouvert le chemin pour rien, puisque nous voilà, puisque nous sommes toujours là, que nous sommes leurs enfants, leurs héritiers, nous portons leurs mannes et leurs paroles à cet instant, et c'est pourquoi



j'achève avec *Louise Michel. La communarde, courageuse, ils la jugent !* (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Discours de Nantes, 1 h 51'19 – 1 h 51'51).

### 2.1.3. *Image(s) des locuteurs*

Si se montrer « présidentiable » apparaît comme un défi de taille pour les candidats aux élections, encore faut-il savoir à qui s'adresser et surtout comment les convaincre. Dans le genre des présidentielles, les orateurs doivent pouvoir endosser une variété de rôles afin de séduire le plus grand nombre d'électeurs en fonction des profils d'électeurs qu'ils jugent le plus à même de séduire ou non. Au travers de leurs discours, les candidats usent alors de ficelles diversifiées afin de pouvoir mobiliser les auditeurs, les fédérer, les différencier (Le Bart, 1998, p. 79) et, finalement, de pouvoir les relier d'une manière ou d'une autre à leurs fondements idéologiques. Dès lors, l'édification d'un *éthos* de campagne persuasif repose sur la capacité du locuteur à pouvoir faire résonner les cordes individuelles et collectives auxquelles les différents destinataires seront les plus sensibles (Amossy, 1991, p. 46). Par l'élaboration d'un réseau de stéréotypage efficace autour de certaines images d'eux-mêmes, mis en opposition avec celle des « autres », les orateurs peuvent alors connecter habilement les électeurs avec leur propre *éthos* et, par la même occasion, renforcer la persuasion au sein du public (*Ibid.*, 1991, pp. 45-47).

#### **Zemmour, défenseur des grands remplacés**

Chez Éric Zemmour, ce premier bain dans les présidentielles s'était annoncé comme un défi rhétorique d'ampleur. Il devait parvenir à se légitimer à la fois individuellement, comme candidat crédible à la présidence de la France, mais également collectivement, en tant que représentant officiel de tous les Français. Du point de vue de la distinction (Le Bart, 1998, p. 79), Éric Zemmour bâtit son *éthos* personnel autour de cette image de personne mécomprise, d'outsider qui dérange et qui se retrouve maltraité par ses opposants et par la presse. Inéluctablement, il trace une ligne nette entre lui-même et ses adversaires. Face au public, il s'érige comme celui que l'on ne peut duper et qui expose au grand jour la corruption qui gangrène le monde politique français. Tout au long de son discours, il veillera d'ailleurs à légitimer cet *éthos* individuel de politicien intègre en opposition systématique aux « grands bourgeois », aux « technocrates », aux « voleurs » et aux « socialistes » en décalage complet avec les revendications des Français. Au cours de son discours, l'*éthos* « dit » du candidat, érigé en opposition avec ses adversaires, est d'ailleurs clairement explicité à plusieurs reprises

dans un objectif de distinction idéologique explicite auprès des spectateurs. Dans le discours de Lille, Zemmour se décrit volontairement comme un personnage authentique et honnête dans un espace politique rongé par des adversaires peu scrupuleux.

Je vous l'ai dit, je ne suis pas [éthos dit] *comme ces politiciens dogmatiques qui défont systématiquement ce que leurs prédécesseurs ont fait* [différenciation]. (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 2 h 19'30 – 2'19'38)

Mais contre quoi lutte-t-il ? Dans le viseur du candidat se trouvent ses fers de lance de toujours : l'immigration et l'islam. Implicitement, le candidat se pose en unique défenseur des valeurs, des droits et du mode de vie des Français, et cela passe évidemment par le rejet d'une France multiculturelle. Son *éthos* collectif mythologique de défenseur des grands remplacés permet à Zemmour de se porter garant de la quiétude et de la sécurité du peuple français face à un islam galopant et des institutions corrompues. Sur le plan collectif, le candidat tente également de s'associer à d'autres séries de postures. Du point de vue de l'intégration (*Ibid.*, 1998, p. 79), il se place effectivement en représentant du peuple. En effet, il ne faudrait pas oublier que, lui aussi, fils d'immigrés, demeure un Français qui a partagé la pauvreté dans laquelle vivent tant de ses compatriotes. En outre, cette posture lui permet de se justifier en tant qu'aspirant au poste de président de la République, car il est la preuve vivante que le travail et l'amour de la patrie peuvent conduire loin et qu'en le suivant la même destinée favorable les attend. En tant que Français, il est le témoin du déclin de ce pays qui lui a tant donné et qui se voit déchiré aux mains des racailles et des extrémistes. En résumé, nous noterons que Zemmour tend à renvoyer cette image de l'homme providentiel, tant prisée par les politiques. Il prend notamment la parole au nom des Français afin de pouvoir, du fait de son rôle d'interprète, porter haut et fort leur voix à tous.

### **Marine Le Pen, la nouvelle figure féminine de l'art de vivre à la française**

Quant à Marine Le Pen, nous constatons qu'elle rejoint Éric Zemmour sur une série de postures d'*éthos*, à la fois individuelles et collectives. Les deux énonciateurs partagent leur rhétorique guerrière et identitaire qui vise à combattre le système d'assistanat, les « francocides » et le déclassé du peuple français de souche, victime de la déchéance organisée. Différence de taille en 2022 : la candidate de la dédramatisation s'offre la possibilité de surfer sur la vague post #MeToo et la tendance à la féminisation de l'extrême droite où la figure de la femme apparaît comme l'antithèse du péril que représentent l'islam et l'immigration (Miller-Idriss & Pilkington, 2019).

Pensez que dans la France de 2022, les pouvoirs publics doivent aujourd'hui, dans notre pays, légiférer contre *l'excision* ou contre *les certificats de virginité*... Mais où va-t-on ? Jamais *la femme que je suis*, née en 1968, aurait pu imaginer que nous en arrivions là. (Le Pen, Marine, 2022. Discours de Reims, 2 h 07'11 – 2 h 07'40)

Cassant les codes d'une extrême droite perçue comme une aile politique majoritairement masculine, Le Pen mise sur un renversement des logiques de pouvoir. Tout comme Zemmour, la candidate fustige l'immigration sous couvert de la protection du droit des femmes et de leur intégrité sur le territoire français. Par conséquent, en couplant son rejet de l'immigration à son parcours personnel de femme politique, Marine Le Pen performe dans un domaine sur lequel Zemmour reste encore malhabile en raison de ses prises de position antérieures jugées misogynes (Alduy & Wahnich, 2015, pp. 53-54).

Sur le plan collectif, Marine Le Pen se tourne également vers une posture de femme providentielle, capable de représenter dignement les intérêts de la nation. En imitant l'approche d'Emmanuel Macron et en axant son *éthos* sur la volonté d'assumer le rôle de porte-voix d'un projet transcendantal, la candidate se détache progressivement de ses entraves passées. En inscrivant son projet politique, non plus dans une logique d'exclusion et de provocation, mais bien dans un processus de projection nationale, la candidate se présente comme une voie crédible pour la gouvernance du pays. En se posant en tant que femme porteuse d'un combat d'idées dans son discours de Reims, Marine Le Pen joue d'un avantage concurrentiel indéniable face à ses homologues masculins. Emboitant le pas à des candidates comme Hillary Clinton, elle souhaite conquérir le secteur de l'électorat féminin et féministe qui pourrait se reconnaître dans une figure indépendante et créer l'événement en devenant la première femme présidente de France (Alduy & Wahnich, 2015, p. 269).

Vous l'avez compris, *mon projet est travaillé, réfléchi, complet*. Il est chiffré et parfaitement équilibré. Il fixe une feuille de route précise, solide, immédiatement applicable. Il dessine un chemin clair de prospérité, de sécurité et de cohésion nationale. *Il n'a pas vocation à être de droite ou de gauche, il s'adresse à tous les Français*, il est un projet pour la France. (Le Pen, Marine, 2022. Discours de Reims, 2 h 41'22 – 2 h 41'47)

Au-delà de ces postures modernisées, Marine Le Pen conserve en arrière-plan sa posture de femme nostalgique de l'Âge d'or de la nation, aujourd'hui torpillée par l'ingérence d'Emmanuel Macron, la pauvreté et l'islamisme radical. Engagée sur le chemin de la dédiablement, Le Pen tente de concilier deux postures paradoxales qui lui donnent une crédibilité nouvelle afin de concurrencer la machine rhétorique macronienne que rien ne semble ébranler.

## Macron, l'homme politique avant le projet

Là où Zemmour a tout à prouver, Emmanuel Macron a tout à justifier. S'il veut être réélu, c'est avant tout un travail de défense de son bilan que le président sortant doit accréditer. Pour ce faire, le candidat doit opérer un double mouvement de légitimation. D'une part, le candidat doit parvenir à gérer les dérèglements d'*éthos* préalable d'« entrepreneur politique » qui l'avait pourtant porté en 2017 (Llorca, 2021, p. 27) ainsi qu'une volonté du public de plus en plus affichée de réaliser un vote de contestation en démontrant le côté humaniste de son personnage. D'autre part, Emmanuel Macron doit consolider une des images phares de sa campagne de 2017, celle d'un homme de projet qui ne vend pas de « poudre de perlimpinpin » au peuple français et qui désire ouvrir une nouvelle voie politique (*Ibid.*, 2021, pp. 84-85). À l'inverse de Zemmour, le candidat s'inscrit dans sur la voie de la légitimation par la rationalisation, en s'appuyant prioritairement sur les objectifs à atteindre (Van Leeuwen, 2007).

Depuis 2017, nous n'avons cessé d'agir pour une France unie et cette tâche est comme sans fin, mais je l'assume. Je me suis souvent demandé, au fond, ce qu'était dans notre pays au plus profond de lui-même être présidé. Ce que ça signifiait. Depuis tout à l'heure je défends tant de projets, tant de progrès que je pourrais et tant de batailles que je pourrais vous dire chacune d'entre elles. C'est d'essayer d'œuvrer, je crois, profondément, pour qu'à chaque instant tous nos compatriotes se souviennent pourquoi ils vivent ensemble et se sont unis. C'est cela, s'il n'y avait qu'une fonction. Alors notre unité, nous la bâtissons en mobilisant nos forces à travers les crises. Nous l'avons vécu, les crises réunissent et je veux que nous puissions dans la durée tenir cette unité. [...] (Macron, Emmanuel, 2022. Discours de la Défense Arena, 2 h 40'07 – 2 h 41'19)

Macron se veut être un président humaniste et bienveillant, chef souverain d'une France moderne débarrassée des reliquats conservateurs freinant le progrès. Sur le plan personnel, l'orateur développe un *éthos* de candidat responsable et dévoué à la modernisation de la nation, foncièrement hostile à toutes les formes de radicalisme et de discrimination. Pour le citoyen, voter Macron, c'est se reconnaître dans la modération, le progrès et le réalisme face aux théories complotistes ou extrémistes véhiculées par ses adversaires. De plus, la fenêtre collective de l'*éthos* macronien vient renforcer ce sentiment en se concentrant sur la volonté de symboliser la continuité du changement et le dévouement entier, mais raisonné, au service de la France. Contrairement à Zemmour, le candidat ne tient pas à présenter un *éthos* qui vise à scinder les Français, mais plutôt à se poser en figure rassembleuse et sensible aux contributions de chacun à la société.

## Mélenchon, le populiste touche-à-tout

Au côté à côté avec Zemmour, Mélenchon tente une fois de plus d'accéder au second tour des présidentielles. Le candidat sait que pour se frayer un chemin au sommet, son marketing politique va devoir proposer un *éthos* individuel rompant avec ses principaux concurrents. En adéquation avec son *éthos* préalable de « figure romantique du chef révolutionnaire prêt à se sacrifier pour sa cause, du leader charismatique prêt à passer la flamme à tout moment » (Alduy, 2017), Mélenchon redouble d'efforts pour apparaître comme l'orateur touché par la foudre de l'éloquence. En rupture avec ses adversaires Le Pen et Zemmour, le tribun poète investit son *éthos* « dit » d'une volonté affichée de s'adjoindre à la mouvance écologiste, très présente dans son argumentaire. Le candidat ne renonce pas pour autant à se repositionner sur des postures qu'il connaît bien. Son attrait révolutionnaire se confirme une fois de plus grâce aux retours fréquents effectués vers des postures sociétales stéréotypées dans lesquelles le public pourra se retrouver. Pour nuancer cette posture individuelle qui peut parfois rebuter l'électeur français, Mélenchon ajoute à son jeu identitaire une facette résolument moderniste et collective. En investissant les thèmes de prédilection de la jeunesse actuelle, l'orateur se forge un *éthos* d'altermondialiste convaincu des bienfaits d'un progrès technique raisonné, d'une gestion saine des ressources naturelles, d'un partage équitable des richesses, d'une pacification globalisée du monde et d'un mixage culturel mondial.

Si vous me donnez cette force comme candidat [image de porte-parole], et que vous la donnez en même temps parce que c'est moi, au programme l'Avenir en Commun, alors vous mettez de l'ordre, alors vous disperserez la confusion, *parce que moi je prends l'engagement* [image de responsabilité], *après avoir consulté mes amis qui en sont tous d'accord*, que si nous arrivons au deuxième tour, nous accueillerons tous ceux qui veulent participer à la mise en œuvre du programme, et nous sommes d'accord pour en discuter de la forme d'application. (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Discours immersif de Nantes, 1 h 44'14 – 1 h 44'44)

En focalisant son *éthos* sur un aspect de passeur idéologique, de membre d'une communauté, Jean-Luc Mélenchon insuffle une vie nouvelle à son image de présidentiable qui souffre d'une approche jugée trop démagogique par certains. Banalisant le discours politique révolutionnaire, le candidat laisse entendre qu'il est seulement l'humble porte-voix d'un programme politique collaboratif. Autrement dit, Mélenchon s'est avant tout présenté comme la figure politique de la modernité, prête à dépoussiérer le système actuel et à renverser les logiques de pouvoir désuètes qui brident encore la société française.

#### 2.1.4. Image(s) des destinataires

Après avoir investigué les *éthè* pluriels que chaque candidat tente de faire transparaître au sein de leur discours, nous avons jugé pertinent de nous intéresser à l'image que ces personnalités politiques renvoient de public présent et de leur électorat en général (Amossy, 1991, p. 46). En étudiant ces images, nous tenterons de délimiter les groupes auxquels les candidats s'adressent et auxquels ils peuvent parfois associer leurs *éthè* collectifs, mais également de dégager les stratégies qui permettent aux candidats de se consolider une base solide de sympathisants. Pour ce faire, nous échantillonnerons les différentes expressions que peuvent prendre ces images attribuées aux publics des candidats.

#### **Zemmour : Divide et impera**

Dans le cas d'Éric Zemmour qui, comme nous avons pu le détailler précédemment, construit principalement sa légitimité sur une image d'homme providentiel, il demeure essentiel que les destinataires détiennent un rôle actif et complémentaire à celui de l'orateur. Pour pouvoir agréger les profils présents, le candidat doit pouvoir unir les déçus du *Rassemblement national* et des *Républicains* en proposant une droite décomplexée focalisée sur le passage à l'action. Par conséquent, les Français de Zemmour incarnent l'espoir patriotique, portant haut une nation laïque, mais ancrée dans une culture judéo-chrétienne. En ce sens, l'identité française est présentée comme un « tout » figé dans lequel chaque spectateur doit pouvoir se reconnaître et pour lequel il est nécessaire de se battre au côté de Zemmour pour conserver une France sûre et débarrassée de toute influence néfaste. À grands coups de renforcement positif, le candidat exalte un sentiment d'enthousiasme unificateur aux manifestants par la mention du passé industriel resplendissant du Nord. Chez Zemmour, les salariés, ouvriers et chefs d'entreprises sont désignés comme les réels pionniers qui se donnent corps et âme pour le rayonnement de la patrie.

L'autre point d'accroche du candidat consiste à échauffer le sentiment de victimisation auprès d'un public qui se sent déjà en péril. Pour ce faire, il exhorte le public à engager un réel combat, tels des soldats s'enrôlant dans l'armée. En complément à ce premier pan patriotique, le Z vient consolider le sentiment de victimisation instillé auprès de son public. Profitant de cet *éthos* victimaire, Zemmour explique que les Français, en s'intégrant dans ce dernier groupe, sont les plus lésés par les ingérences du quinquennat précédent, comme en témoigne leur pouvoir d'achat à la baisse, les agressions répétées, l'appauvrissement des

milieux ruraux ou encore leur Grand Remplacement par des populations immigrées profiteuses. Concrètement, le candidat, en se basant sur le basculement vécu au quotidien par une partie de la société française toujours attachée à certaines valeurs de la société, rappelle à l'auditoire le statut dépréciatif qu'ils sont forcés d'endosser dans le monde qui perd peu à peu son identité propre. Dans l'extrait qui suit, ces deux tendances de victimisation et d'unification autour d'une identité nationale figée montrent en quoi la dynamique zemmourienne parvient à conjuguer ces influx identitaires afin que le public puisse à la fois se reconnaître dans un statut victimaire, mais comblé par suffisamment de valorisation pour créer un sentiment d'unité.

*Vous savez mieux que personne ici quels sont les ravages d'une société où le travail est méprisé, où les travailleurs sont remplacés au nom de la mondialisation heureuse et de l'immigration, où l'assistantat paie mieux que l'artisanat, où les usines ferment quand les parachutes dorés s'ouvrent.*  
(Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 16'12 – 1 h 16'33)

En procédant de la sorte, le candidat attribue aux Français une identité symbolique particulière : ils sont l'avenir de la France et, par conséquent, les seuls à pouvoir légitimement revendiquer droits et privilèges. L'adjectif et le gentilé « français » représentant le terme le plus employé au sein du discours, la foule se rassemble avant tout autour de cette identité et des questions identitaires qui la travaillent. En sortant de la salle, les spectateurs repartent avec le sentiment d'être grand-remplacés au profit des étrangers qu'ils se doivent désormais de combattre au même titre que ceux qui soutiennent la présence de ces derniers.

## **Les francophiles de Le Pen**

L'année 2022 signe un tournant politique pour la candidate du *Rassemblement national* qui désire désormais interpeller et rassembler davantage de Français. Lors des précédentes élections, ses penchants trop immodérés et restrictifs avaient dissuadé et exclu une partie de la population qui aurait effectivement pu se retrouver dans les arguments avancés par la candidate. En laissant à Zemmour le soin de séduire les électeurs les moins tempérés, Marine Le Pen prend le parti de marcher sur certaines plates-bandes attribuées à la droite traditionnelle et au centre. Elle réservait ses propos à une frange limitée de la population intègre désormais une définition plus large de l'identité française, prenant en compte les populations des DOMTOM, immigrés des premières générations et étrangers assimilés. Cette démarche de séduction plus large permet à Marine Le Pen de greffer une note plus inclusive en s'adressant aux « honnêtes gens » et aux extranationaux qui se rendent

dignes de la nationalité française afin d'agrandir la circonférence de sa cible électorale potentielle. En outre, sa phrase « Nous rendrons sa valeur à la nationalité française dont on hérite ou que l'on mérite » (Le Pen, Marine, 2022. Discours de Reims, 2 h 12'52 – 2 h 12'58), témoigne parfaitement du fait que l'appartenance à la nation s'envisage de manière moins restrictive, davantage centrée sur le mérite. Ainsi, cette ambivalence nouvelle offre à la femme politique l'opportunité de décentrer son *éthos* des problématiques concernant exclusivement l'immigration et de se détacher d'une image.

Par ailleurs, cette population qu'elle sollicite, c'est également un peuple victime, tant au niveau national qu'international, qui doit subir les vagues d'immigration illégale, le démantèlement de l'économie française et la démission du gouvernement en matière d'éducation, de sécurité ou d'emploi. La percée lepéniste s'explique également par une volonté de charmer les « compatriotes » (6) subissant la hausse des coûts de la vie, l'accroissement de l'insécurité et le pillage des ressources par des populations refusant l'intégration.

Nous sommes confrontés à deux visions de l'homme et du monde et elles conditionnent l'avenir de nos pays. C'est le sens du clivage, Jordan le rappelait, entre *nationaux* et *mondialistes*, entre *localistes* et *globalistes*, entre nous, *partisans de la protection* et eux [dialectique eux contre nous], *partisans de la déréglementation généralisée*. [...] (Le Pen, Marine, 2022. Discours de Reims, 2 h 14'35 – 2 h 14'58)

Finalement, le discours de Reims montre subtilement en quoi le fil conducteur extrémiste n'est pourtant pas totalement relégué au second plan dans la parole lepéniste. Malgré une volonté de redéfinition perceptible de son *éthos*, les codes au fondement de l'idéologie du Rassemblement national semblent toujours transparaître au sein du discours de la candidate. Comme nous avons pu le voir, Marine Le Pen continue d'ériger un mur infranchissable entre son électorat résolument nationaliste et protectionniste et les « Autres », agrégats de toutes les valeurs auxquelles la candidate s'oppose.

### **Macron, président des Français de l'idéal**

Pour Emmanuel Macron, la ligne de conduite est radicalement différente. Le président sortant converse avant tout avec des amis, des compatriotes et militants français, qu'ils soient métropolitains ou des territoires d'outre-mer. Les Français d'Emmanuel Macron sont avant tout des « compatriotes » (10) de l'idéal : de l'idéal européen qui œuvre à l'avancée de ce projet commun d'envergure, de l'idéal français, attaché au projet du président pour une



France où modernité, écologie et coopération représentent l'idylle. Macron décrit ses auditeurs comme des citoyens respectueux, imperméables aux discours de haine des extrêmes et, par conséquent, sensibles à des discours raisonnés tel que le sien. Les « vrais » citoyens sont des personnes éclairées, réfractaires aux théories complotistes et prêtes à faire des sacrifices pour le bien commun dans l'héritage des Lumières et de la patrie des droits de l'Homme.

Certains aujourd'hui, je le disais, bombardent à quelques heures de Paris. D'autres voudraient nous ramener en France des années en arrière. Et vous êtes là tous, *militants de l'idéal*, nous sommes là dans la plus grande salle d'Europe pour dire que nul ne nous fera reculer. Nous sommes là dans ce moment marqué par la guerre, la gravité pour rappeler que la France a toujours quelque chose à dire au monde. (Macron, Emmanuel, 2022. Discours de la Défense Arena, 55'32 – 56'12)

Par ailleurs, le candidat sait que les crises antérieures ont pu affaiblir son *éthos* présidentiel et qu'il est impératif de pouvoir se légitimer auprès du public. Par conséquent, l'énonciateur-candidat apporte une considération particulière aux familles en situation de précarité, au personnel soignant, aux enseignants, à la jeunesse et aux personnes handicapées. Indirectement, le candidat souligne son attachement aux causes LGBTQIA+ par la mention de son soutien aux différentes identités de genre, mais aussi aux diverses confessions religieuses sur le territoire français. Enfin, impossible de passer à côté de l'identité européenne dans le discours. Le candidat s'adresse à des électeurs se retrouvant dans l'identité européenne et dans la continuité du projet européen pour la France. Concrètement, Macron se veut le candidat du rassemblement autour d'une cause commune : le progrès.

### **Un peuple humaniste, éveillé et diversifié pour Mélenchon**

À l'opposé de cette ligne patriote, Jean-Luc Mélenchon, montre tout au long de son discours le souhait d'exalter l'Homme plutôt que le sentiment d'appartenance national. Il poursuit une ligne directrice inclusive qui désire rassembler toutes les strates des classes populaires, d'origine française ou non, afin de contrer la menace des « petits bourgeois » qui mettent en péril l'équilibre du monde et du pays. Le public de Jean-Luc Mélenchon se veut un grand brassage de diversité réuni sous la bannière du peuple en tant que multitude sans tenir compte du sexe, de l'origine ou de la classe sociale. Le candidat ne s'adresse pas aux Français, mais aux « gens » (36), aux « amis » (3) d'une même planète et qui feraient partie intégrante de la communauté unifiée du genre humain.

Nous revoilà, nous sommes la grande force, *vos visages sont très différents : des hommes des femmes, des jeunes des vieux, toutes les couleurs sont là*. (Mélénchon, Jean-Luc, 2022. Meeting immersif de Nantes, 1 h 50'22 – 1 h 50'31)

De plus, en 2022, nous voyons comment Mélénchon enclenche un effort particulier de séduction de la jeunesse, strate électorale cruciale qu'il serait bon d'avoir à ses côtés. Pour ce faire, il englobe le public dans la mise en marche d'une grande entreprise collective au travers de laquelle les jeunes appelés à participer sont des gens disciplinés, non violents, sensibles à la cause écologique et favorables à la refonte du paysage français, notamment par le biais de la créolisation de la culture, de l'économie et, plus simplement, du peuple français. Ainsi, ce jeu binaire d'identification en miroir permet un repositionnement implicite de sa stature de candidat d'extrême gauche. Pour Jean-Luc Mélénchon, la dimension de l'*éthos* se confectionne en fonction du rôle central attribué à l'« Autre », effigie privilégiée de cette agrégation des identités œuvrant pour un idéal commun et dans lequel Mélénchon se présenterait intuitivement comme figure de guide irrécusable.

## 2.2. Analyses non verbale et paraverbale

Si le « quoi », le « qui » et le « comment » nous ont intéressés jusqu'ici, il convient de se questionner également sur le « où » des discours électoraux des candidats. La prise en considération de la scène d'énonciation revêt une importance décisive si l'on désire rendre compte de la singularité du contexte dans lequel évoluent le discours, l'orateur et l'auditoire (Maingueneau, 2014, p. 127). Là où les mots forgent avant tout la dimension verbale de l'*éthos*, le paraverbal et le non verbal exemplifient tangiblement les postures que les orateurs tentent d'incarner. Nous pouvons lire que « les gestes, le regard et les mimiques faciales jouent un rôle réel dans la transmission du sens, en fournissant des informations qui, capitalisées, deviennent complémentaires du message verbal » (Chwalczuk & Benayoun, 2021, p. 11). Complémentaires à l'analyse du pendant verbal des discours, ces dimensions se révèlent de réelles clefs de compréhension des stratégies rhétoriques des candidats et plus spécifiquement dans la mesure où elles contribuent à légitimer le *logos*, le *pathos* et l'*éthos* mis en place. Par conséquent, nous aborderons et analyserons les répercussions qu'entraînent les mises en scène du paraverbal et du non verbal sur les postures d'*éthos* des candidats. Toutefois, il semble opportun de stipuler qu'il ne sera aucunement question de corrélérer d'hypothétiques « sens cachés » avec les comportements observés chez les candidats, mais

qu'il s'agira davantage de discerner les éléments concourant à l'édification des *éthè* des orateurs.

### 2.2.1. Analyse paraverbale

#### Quand le paraverbal zémourien consolide l'*éthos*

Lorsqu'on considère la prosodie d'Éric Zemmour, ce sont les variations dans l'intonation qui nous interpellent en priorité. Sans tomber dans un lyrisme au plus haut degré, nous constatons que les intonations se veulent généralement hiératiques lorsque le candidat s'attèle à décrire les détails de son programme. Néanmoins, lorsqu'Éric Zemmour énonce les conditions déplorables dans lesquelles évoluent les Français au vu de l'immigration et de l'islamisation grandissante dans le pays ou lorsqu'il narre le malheur dans lequel se trouve le peuple en raison de l'inaction du gouvernement Macron, le ton se fait tour à tour plus soutenu ou plus affligé. En adoptant une élocution claire et posée, Éric Zemmour exprime sa volonté de se dissocier de son image tapageuse de polémiste acerbe. Ici, pas d'envolée lyrique intense où la voix s'élèverait pour clamer l'injustice que vivent les citoyens français, le candidat se contente d'accentuer certains mots de manière sentencielle, tel un prophète édifiant les fidèles.

Quand on se lève *chaque* matin à 5 h pour aller travailler, quand on gagne *difficilement* sa vie à la sueur de son front, on n'accepte *pas* que le voisin vive mieux que soi grâce à des aides sociales sans avoir besoin de travailler. (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 7'34 – 1 h 7'53)

Si certaines gradations sont effectivement observables, c'est avant tout pour reproduire de façon stéréotypée une prosodie empruntée au Général de Gaulle lors du très reconnaissable Appel de Londres du 18 juin 1940, en ce que Zemmour imite sensiblement le ton cérémoniel et sentencieux du personnage, comme il avait déjà pu le faire lors de l'annonce de sa candidature dans une vidéo qualifiée de presque caricaturale (Tremblay, 2021). Nous notons que cette tendance se matérialise plus précisément lorsque le candidat expose des éléments de *pathos* spécifique ou lors de la conclusion du discours où il désire clôturer son allocution sur une apothéose galvanisante.

## **Une amélioration perceptible pour Le Pen**

L'option de la radicalisation n'est définitivement plus au programme de l'*éthos* de Marine Le Pen qui adapte son paraverbal à sa redéfinition personnelle. D'entrée de jeu, la candidate affiche un ton appuyé, porté par une voix forte et assurée. Sa prosodie se fait changeante, alternant des pics d'intensité et des passages où la déclamation mesurée berce l'argumentaire de la candidate. Pour remédier à son enfièvrement démesuré lors des élections antérieures, Marine Le Pen choisit une approche plus équilibrée qui lui permet de formuler sa rhétorique en adéquation avec l'image de femme politique crédible et compétente qu'elle désire disséminer. Plus habile sur son jeu et la théâtralisation de ses arguments, la candidate module l'intensité de sa voix et nuance les tons utilisés durant son allocution. Lorsqu'il s'agit de mettre en relief les points essentiels de son discours, la candidate captive l'attention de l'auditoire par des éclats de voix plus prononcés et un volume plus élevé, comme le démontre le passage qui suit où elle insiste sur la nécessité d'un vote contre Emmanuel Macron.

Faites en sorte mes amis que les 5 prochaines années, ce soit... *SANS LUI!* (Le Pen, Marine, 2022. Discours de Reims, 2 h 40'42 – 2 h 40'52)

Néanmoins, force est de constater que Marine Le Pen se laisse quelquefois emporter par la frénésie propre à l'exercice rhétorique et par ses anciens démons en articulant difficilement certaines phrases ou en plaçant maladroitement certaines intonations, la décrédibilisant sur le plan de l'*éthos*. Outre ces maladresses passagères, la candidate démontre toutefois la préparation préalable dont elle a bénéficié afin de pouvoir concurrencer ses opposants sur le terrain de l'image, sans pour autant parvenir à leur niveau.

## **Une prosodie macronienne toujours perfectionnée**

En digne représentant de la raison et de l'innovation, Emmanuel Macron propose une prosodie épousant les formes de sa rhétorique personnelle. Avec conviction et justesse, il adapte sans cesse l'intensité et le ton de sa voix pour coller au plus près à l'émotion ou à l'image qu'il tente de transmettre au public. Capable d'intensifier sa voix à la fin de chaque présentation d'un élément symboliquement important, le candidat s'est donné les moyens de corriger les écarts d'intensité enrayant sa voix et lui faisant perdre en crédibilité en 2017. Dès lors, l'utilisation maîtrisée d'une voix haute et d'un ton plus appuyé permet au candidat de capter l'attention du public sur le sujet, mais aussi de se présenter comme un orateur qualifié capable de gérer parfaitement l'*actio* de son argumentaire.

*Regardez-nous, regardez-vous, il y a cinq ans, on le disait impossible !* Regardez du Brexit à tant d'élections ce qui paraissait improbable et a pu advenir. Alors, je vous le dis avec beaucoup de force ce soir : *rien n'est impossible, mais je ne veux ni l'arrogance ni le défaitisme. Je veux la mobilisation générale, la volonté et l'action !* (Macron, Emmanuel, 2022. Discours de la Défense Arena, 2 h 55'31 – 2 h 56'04)

Toutefois, il convient de noter que, lorsqu'il évoque un sujet se prêtant particulièrement bien au *pathos*, Macron sait aussi passer d'un ton moyen, constant durant le discours, à un ton faible et une prosodie plus lente. Grâce à ce savant mélange entre solennité, empathie et assurance, Emmanuel Macron parvient à prodiguer un cadre d'évolution de son discours en adéquation avec son argumentaire. Ce mimétisme du paraverbal sur la dimension rhétorique donne à l'orateur la capacité de se présenter en miroir de son argumentaire, et, par la même occasion, d'unifier sa prosodie à ses postures d'*ethos* plurielles.

### **Mélenchon, le tribun de la plèbe en action**

Enfin, à l'opposé du style rigoureusement formel embrassé par Zemmour, Jean-Luc Mélenchon tire avantage d'un timbre de voix sonore et éclatante, laissant parfois transparaître une certaine agressivité. Le candidat discourt tel un tribun qui déclamerait tout haut son réquisitoire aux oreilles attentives et captivées d'une plèbe véritablement absorbée. Comme s'il était touché par la foudre de l'éloquence, Mélenchon tire parti des variations de rythmes qui embarquent la foule avec lui, mot après mot. En théâtralisant à l'extrême son *actio*, il en profite pour amplifier sa posture d'homme éloquent, capable de motiver les foules par le seul biais de la parole. À l'instar d'authentiques figures révolutionnaires, Mélenchon exhorte la foule, grâce à des envolées dramatiques jumelées à un ton et à un volume volontairement accentués, à l'accompagner dans sa lutte idéologique. Son franc-parler populaire se ressent plus spécifiquement par un basculement vers un registre plus familier, éludant certains éléments syntaxiques et une voix plus haute.

*Hé vous autres [interpellation familière]*, c'est le moment de réaliser : quand vous voyez les Guadeloupéens et les Martiniquais protester comme ils le font à juste titre, qu'on leur a menti quand on leur a dit que *ça [ne] risquait rien de foutre [vocabulaire familier] du chlordécone partout qui est un pesticide dans les plantations, parce que maintenant quand vous faites une prise de sang et que vous trouvez du chlordécone c'est un Guadeloupéen ou un Martiniquais parce que 90 % d'entre eux sont contaminés.* (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Discours immersif de Nantes, 1 h 26'23 – 1 h 26'43)

Dès que Jean-Luc Mélenchon souhaite aborder la thématique suivante, le candidat augmente sensiblement le volume de sa voix, parfois presque au niveau d'un cri, afin de capter de nouveau l'attention de son auditoire. Lorsqu'il aborde le sujet stratégique de la mer où sa parole rompt abruptement avec l'ambiance plus posée instaurée à la clôture du thème précédent.

Alors, la verticalité, l'horizontalité, maintenant le plus beau, la profondeur... Celle qui occupe 70 pour cent de la planète. **LA MER !!! THALASSA !!!** (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Discours immersif de Nantes, 1 h 21'08 - 1 h 21'22).

Oscillant entre une déclamation tantôt mordante et ironique, tantôt tranquille et professorale, le candidat assure la concordance de son *éthos* et du *pathos* selon l'émotion qu'il juge nécessaire de transmettre au public. Renforcée par la mise en scène grandiose qui le couronne (voir point 2.2.2.1), la prosodie prudhommesque du chef de file LFI cristallise l'effet grandiose que le candidat désire tant pour ce meeting aux accents spectaculaires.

## 2.2.2. Analyse non verbale

### 2.2.2.1. Scénographie

Véritable mise en scène singulière de l'énonciation, la scénographie permet à l'auditoire, à travers les aménagements réalisés, de se faire une idée supplémentaire de l'image que le locuteur donne à voir et que le public peut, dans ce cas, percevoir visuellement. S'enquérir de la façon dont la scénographie et le genre du discours politique configurent l'allocution dans sa mise en forme permet d'appréhender les manifestations stratégiques de l'*éthos* ainsi que les processus de légitimation mis en place. Par ailleurs, déterminer comment certains aménagements spécifiques de la scène permettent de mieux apprécier la façon dont le candidat prétend susciter l'adhésion et la persuasion du public (Maingueneau, 1996, pp. 73-74). Pour reprendre des concepts empruntés au marketing, la scénographie et le non verbal participent à l'établissement de la trame de fond du branding<sup>2</sup> visuel dans lequel se déploierait le storytelling de l'*éthos* mis en place par les candidats en recherche de légitimation et de persuasion. Plus qu'un simple décor, la scénographie prend part à un quadruple mouvement de légitimation simultané entre elle, le discours et les individus qui la font exister (Charaudeau, 2014, p. 130).

---

<sup>2</sup> Branding : logique d'action marketing ou publicitaire qui cherche surtout à positionner favorablement une marque dans l'esprit du consommateur (Bathelot, Bertrand, 2020. « Branding », dans Encyclopédie des définitions du marketing [en ligne] <https://www.definitions-marketing.com/definition/branding/>

## Zemmour, entre classicisme et efforts de modernisation

Postée à mi-chemin entre modernité et respect des conventions de la droite, la figure d'Éric Zemmour déploie ses arguments dans un cadre lui permettant une rétention accrue. Lors de leur entrée sur scène, les candidats adoptent des attitudes quelque peu différentes. L'arrivée de Zemmour se fait en grande pompe. Musique épique, garde du corps, accolades et mains serrées dépeignent un homme d'importance qui sait rester proche de ses collaborateurs. Bien que se produisant au centre d'une scène panoramique, Zemmour choisit de ne s'adresser qu'au public directement situé en face de lui et vers lequel son pupitre est tourné. Tout en bénéficiant de la modernité intrinsèque à cette disposition politique, Zemmour garde une mise en scène classique, cohérente avec l'image protocolaire qu'il a su donner de lui jusque-là. Tout d'abord, nous noterons que la disposition de la salle fait qu'une partie du public se retrouve inévitablement placée dans son dos, optant pour une mise en scène classique du discours de campagne. Néanmoins, en disposant ses partisans de la sorte, il donne tout de même l'impression d'être entouré par le peuple français, sans pourtant faire face à tous les spectateurs.

Nous l'aurons compris, pour Éric Zemmour, l'importance des codes historiques et patriotiques réside principalement dans un objectif de réappropriation idéologique afin que le public puisse évoluer dans un cadre référentiel préalablement balisé. Dans cette logique nationaliste, Zemmour ne néglige aucun détail scénographique, en installant un pupitre blanc orné d'un rameau d'olivier, représentant à la fois un symbole catholique de paix, un emblème de victoire et une référence à la traduction française de son nom d'origine berbère (Richet, 2021). L'arrière-plan rappelle également cet attachement culturel omniprésent en représentant un drapeau français au centre duquel s'inscrit son slogan phare de campagne « Impossible n'est pas français ». Par ce cadre situé entre la tradition et la contemporanéité, le candidat permet à sa ligne idéologique de prendre forme de façon cohérente.



Figure 7 : Scénographie du discours d'Éric Zemmour (plan large)



Figure 8 : Scénographie du discours d'Éric Zemmour (plan rapproché)

## Marine Le Pen plus sobre pour mieux cibler

Chez Marine Le Pen, la méthode est sensiblement la même. La candidate désire redéfinir les contours de son *éthos* encore trop associé aux écarts xénophobes du *Front national* d'antan. De cette façon, l'oratrice souhaite inclure l'ensemble des classes sociales, des territoires français et des origines dans son approche pour la campagne de 2022. En repensant sa scénographie, la candidate la considère comme un tremplin pour soutenir la réappropriation globale qu'elle opère vis-à-vis de ses *éthè* collectifs et individuels. En investissant dans un décor minimaliste où un « M » lumineux s'accompagne d'un seul drapeau tricolore, la candidate exécute une manœuvre de légitimation supplémentaire en plaçant prioritairement l'humain et la patrie au cœur des préoccupations plutôt que de focaliser l'attention sur des considérations plus superficielles. En outre, le programme de la candidate qui tente de séduire les tranches de la population qui souffrent de l'immigration et d'une économie déséquilibrée, pose les bases de meetings sans frasques, en opposition avec les choix plus théâtraux de Macron ou Mélenchon. Enfin, le mécanisme scénographique de la candidate d'une dose de *pathos* en ce que sa chorégraphie scénique s'adapte à la posture humanisée que la candidate désire se donner grâce à son *logos*, comme lorsqu'une petite fille s'approche d'elle sur l'estrade afin de lui offrir des fleurs, symbolisant le remerciement pour une vie dédiée au bien des Français (Le Pen, Marine, 2022. Discours de Reims, 2 h 34'08 - 2 h 34'22) Dans un souci de cohérence avec un *éthos* politique qu'elle souhaite plus proche du peuple, Marine Le Pen opte pour une scénographie moins spectaculaire, car cible une strate de la population qui souffre de plus en plus des crises successives et de la pauvreté.



Figure 9 : Scénographie du discours de Marine Le Pen (plan rapproché)



Figure 10 : Scénographie du discours de Marine Le Pen (plan large)



## Macron en grandes pompes

Pour Emmanuel Macron, l'entrée dans l'arène se fait sur un décompte à la fin duquel l'homme politique surgit d'une salle immergée dans le noir. Entourés d'agents de sécurité, le président-candidat fait son entrée sur scène de manière souriante et assurée. Le choix de la Défense Arena de Paris, généralement réservée à des représentations d'ampleur n'est pas innocent pour le candidat. La salle se présente comme un ring permettant au candidat, entouré par des milliers de militants, de s'ériger en showman incontestable de la soirée, à l'instar de ce que ses alter ego politiques américains ont l'habitude de mettre en place. Porteuse de sens, la mise en scène du candidat lui permet de se légitimer comme le candidat du « jusqu'au-boutisme » qui ne lésine pas sur les moyens. Macron voit grand, car l'homme politique avisé qu'il est sait que ses interventions seront peu nombreuses et doivent conséquemment concentrer l'essentiel de son message politique. En optant pour un lieu aux proportions gigantesques, bardé aux couleurs de la France et muni d'écrans géants à 360°, le candidat confère prestance et assurance à son discours. Emmanuel Macron, en instaurant un environnement minimaliste et aseptisé, se retrouve projeté au centre de l'attention de l'auditoire. Le meeting de la Défense Arena prend alors des allures de « show à l'américaine » où le candidat peut passer d'un pupitre à l'autre afin de performer ses arguments aux yeux de tous les militants conviés. D'une certaine manière, à l'image de Zemmour, Macron sait tirer les ficelles de l'« événementialisation » politique, notamment par le biais d'une focalisation sur sa personne et la mise en place d'une scène aux configurations spectaculaires.



Figure 11 : Scénographie du discours d'Emmanuel Macron (plan large)



Figure 12 : Scénographie du discours d'Emmanuel Macron (plan rapproché)

## Une modernité assumée pour Mélenchon

Indubitablement, la disposition scénique imaginée par Jean-Luc Mélenchon et son équipe reste l'une des plus percutantes du point de vue de la matérialité. Permettant une incorporation émotionnelle et persuasive décuplée, la scénographie du leader de *La France Insoumise* consolide à la fois le *logos*, l'*éthos* et le *pathos* du candidat. Sur le plan de la cohérence, le candidat bénéficie de cette scénographie unique en raison de la relation étroite entre sensibilité physique, ancrage émotionnel et rémanence de l'information (Viktorovich, 2021, pp. 235-236). En imposant ce style résolument moderne faisant l'impasse sur certains codes du discours politique, Mélenchon en profite pour légitimer sa posture d'homme politique moderne et ancré dans les problématiques de son temps. Sur le plan de l'*éthos*, le candidat tire pleinement parti de la disposition circulaire de la scène en ce qu'elle lui permet de viser l'ensemble de l'auditoire et de se donner l'image d'une personnalité soucieuse de s'adresser à tous. En faisant évoluer son discours dans un cadre exceptionnel, le candidat se positionne comme une figure politique tournée vers la modernité et désirant briser les codes désuets de la politique du début du siècle qui conserve un intérêt tout particulier dans la démarche historico-sécuritaire de Zemmour.



Figure 13 : Scénographie du discours de Jean-Luc Mélenchon (plan large)



Figure 14 : Scénographie du discours de Jean-Luc Mélenchon (plan rapproché)

### 2.2.2.2. Postures, gestuelle, mimiques

Au regard de sa nature grégaire, l'être humain se rend particulièrement perméable à une kyrielle de biais cognitifs inhérents à sa complexion sociale comme en témoigne la récurrence de l'« effet de halo », traduisant un parti pris inconscient pour les personnes sur lesquelles nous nous serions préalablement forgé un avis favorable (Viktorovich, 2021, pp. 296-297), dans nombre de situations du quotidien. Cette propension humaine à accorder un intérêt tout particulier à la manière d'être d'une personne se profile comme une preuve supplémentaire du

rôle que peut jouer la légitimation de l'*éthos* en ce que le geste « facilite l'inscription du discours dans la mémoire, en lui fournissant des repères supplémentaires » (Lamizet, 2011, p. 87). Dès lors, performer ses propos dans l'espace permet de donner au discours et à l'orateur une matérialité substantielle. Pareillement, parvenir à s'entourer de cette aura dorée, que ce soit en adoptant certaines postures, une gestuelle précise ou un style vestimentaire à la dernière mode, reste un atout majeur pour tout aspirant au titre de président de la République, tant la capacité d'identification et l'intégration peuvent influencer l'auditoire (*Ibid.*, 2011, pp. 87-88). Dans ce point, nous nous intéresserons à la manière dont le comportement corporel des candidats oriente la réception des paroles des candidats et la façon dont elle affecte l'*éthos* montré des candidats.

### **Difficulté de conciliation pour Zemmour**

Dès son installation au pupitre, le public sait à quoi s'attendre. Après une arrivée sur scène triomphante où le candidat arrive les deux bras levés en signe de victoire, l'atmosphère générale bascule. Visage fermé, posture statique et expression grave jalonnent une partie significative du discours d'Éric Zemmour (figure 16). Pour être en adéquation avec sa volonté de présenter une image conservatrice de sa personne et pour accompagner le climat de catastrophisme qui lui est si cher, le candidat affiche une expression souvent impénétrable (figures 18). La plus grande difficulté rencontrée par le Z reste de pouvoir synchroniser ses expressions faciales avec les épisodes « émotionnalisants » qui ponctuent sa prise de parole. En effet, le Z excelle dans l'art de manifester une mine grave lorsqu'il évoque des situations révoltantes, mais peine à adapter son langage corporel aux circonstances qui seraient plus positives. Quelques gestes d'appui (figure 17), froncements et haussements de sourcils (figures 15 et 16) illustrent les ressources principales du candidat dès qu'il s'agit de partager son désarroi, son indignation ou sa colère. En désirant coller scrupuleusement à son *éthos* de conservateur, l'homme politique se restreint à employer une gestuelle trop haute en couleur afin d'éviter une dissonance entre l'*éthos* visé de politicien stable et une posture qui traduirait une posture diamétralement opposée.



Figure 17 : Exemple de gestuelle marquant l'ironie chez Éric Zemmour



Figure 16 : Éric Zemmour, visage fermé et sourcils froncés



Figure 15 : Exemple de gestuelle d'appui d'Éric Zemmour



Figure 18 : Posture et gestuelle fermée d'Éric Zemmour

### Le Pen et son *éthos* parasité par un non verbal hésitant

Similaire sur certains points à l'approche de Zemmour, le style de Marine Le Pen tente d'être en adéquation avec sa posture de femme de droite. Par rapport à 2017, la candidate a amélioré sa gestuelle jugée parfois provocante et imprécise pour proposer une posture actualisée, plus proche de l'*éthos* de maîtrise qu'elle espère infuser auprès de l'électorat français. En outre, la candidate RN se révèle plus perméable au partage des émotions positives que son collègue *Reconquête* !, ce qui s'avère être un avantage considérable dans le processus de revalorisation de son *éthos* de présidentiable. Toutefois, le non verbal de Marine Le Pen peine parfois à gagner en authenticité tant ses transitions et intentions demeurent perceptibles. La candidate a du mal à garder une certaine constance au fil du discours, comme en témoignent les longs monologues entrecoupés de gestes vifs et maladroits qui empêchent l'adéquation totale avec une image de candidate inattaquable. Mains jointes, bras déployés et l'index levé, Marine Le Pen repose son intervention sur une gestuelle ferme, conforme à la posture de potentielle présidente qu'elle s'efforce d'incarner (figures 20 et 22). Dans la dernière partie de son meeting où la candidate aborde son parcours personnel, elle se détache du pupitre derrière lequel elle avait tendance à se réfugier. En passant au-devant de la scène, la femme politique réduit la distance physique entre elle et son public, mais élimine aussi

symboliquement la frontière entre la candidate et l'électorat (figure 21). Grâce à une gestuelle qui se fait alors plus intimiste et à des déplacements spontanés, l'*éthos* lepéniste apparaît sous un nouveau jour, incarnant plus de proximité et d'authenticité. Bien que perfectible, le non verbal de Marine Le Pen aura manifesté une volonté assumée d'acquérir une crédibilité et une promiscuité accrue, mais manque encore de constance face à l'intensité manifestée par ses adversaires.



Figure 20 : Marine Le Pen, visage souriant



Figure 21 : Exemples de gestes d'appui chez Marine Le Pen



Figure 22 : Marine Le Pen, devant son pupitre



Figure 19 : Exemple de gestuelle ample chez Marine Le Pen

### Assurer la continuité pour Macron

Passionné de théâtre depuis sa jeunesse, Emmanuel Macron profite de cette introduction préalable au monde de la scène pour retranscrire ces acquis au sein de sa gestuelle de campagne. Pour Macron, la stratégie semble prendre le contre-pied de ses adversaires. Instinctivement, le candidat entre dans le rôle d'un représentant du peuple assuré et confiant sur sa capacité à incarner une figure politique universelle. Effectivement, le candidat se place dans un non verbal de sympathie et d'empathie (figures 23 et 24) là où Zemmour se présente comme une symbolisation de la gravité de la situation. Par des mouvements plus doux et modérés, même lors de gestes d'appui (figure 25), Macron fait naître au sein de la foule un enthousiasme rassembleur. Tout au long de son discours, il accompagne ses propos de gestes à visée illustrative, entraînant inexorablement le public dans une conceptualisation plus

précise de ses idées (figure 26). C'est précisément sur cet aspect que joue Emmanuel Macron afin d'apparaître plus sincère. Le candidat accompagne la globalité de ses propos par des expressions parfaitement adéquates. Jamais le candidat ne se retrouve réellement hors propos, grâce à un échantillon d'expressions faciales maîtrisées à la perfection. Le candidat incarne la figure alliant sévérité, justesse, proximité, sympathie et modernité que ses concurrents sont bien incapables de professer. En résumé, sa gestuelle complète et performative concourt au renforcement positif de sa stature de présidentiable.



*Figure 23 : Exemple d'expression faciale compatissante chez Emmanuel Macron*



*Figure 24 : Emmanuel Macron, posture relâchée et expression souriante*



*Figure 26 : Gestes d'explication chez Emmanuel Macron*



*Figure 25 : Exemple de geste d'appui chez Emmanuel Macron*

### **Théâtralisation du propos par le geste chez Mélenchon**

Dans un tout autre genre, Jean-Luc Mélenchon apparaît comme le candidat le plus démonstratif, tant verbalement que physiquement. À l'image de son discours, sa gestuelle se révèle expressive, lyrique, et en accord avec un l'*éthos* d'homme de lettres que l'orateur souhaite incarner. En effet, le candidat affiche un visage qui ne connaît presque jamais le repos. Les variations d'émotions transparaissent quasi systématiquement sur le visage du candidat et lui permettent de transmettre plus efficacement toute la palette émotionnelle qu'il incarne. Son style vestimentaire plus modeste lui confère également une image de proximité supplémentaire avec le public, composé de gens du commun qui ne se retrouvent pas tous

dans l'image de politiciens tirés à quatre épingles. Miroir de son intensité rhétorique, sa gestuelle se veut plus grandiloquente, théâtrale, comme une authentique traduction littérale de ses états d'âme, mais aussi de ses intentions rhétoriques sous-jacentes (figures 27, 28 et 30). Véritable performance scénique, chaque hésitation, affirmation, réflexion, constatation, etc. s'assortit d'une panoplie de gestes évocateurs visant à conforter sa stature d'homme maîtrisant tout l'art de la performance scénique. Que ce soient les mains jointes, un index pointé formellement vers le public ou une main refusant délibérément un argument, l'arsenal gestuel de Mélenchon se révèle bien rodé, lui permettant d'accompagner chacune de ses propositions fortes.



Figure 28 : Exemple de gestuelle et de posture d'explication chez Jean-Luc Mélenchon



Figure 27 : Exemple de gestuelle et de posture d'appui chez Jean-Luc Mélenchon



Figure 30 : Posture et expression faciale relâchées chez Jean-Luc Mélenchon



Figure 29 : Posture, gestuelle et expression faciale démonstratives chez Jean-Luc Mélenchon

### 2.3. Conclusions de l'analyse de l'éthos

N'est pas futur président qui veut. Victime d'un *éthos* préalable lourd à porter et d'une rhétorique aux fondements historiques parfois indigestes, Éric Zemmour aura entravé sa propre campagne en focalisant son discours sur des sujets polarisants. En trouvant refuge dans des thématiques difficiles telles que l'immigration ou l'insécurité, le candidat aura empêché l'accomplissement d'une redéfinition de son *éthos* qui sera resté miné par des intentions parfois trop perceptibles. Cependant, Marine Le Pen, en cherchant à gagner en respectabilité

et en modération, a déroulé le tapis rouge à Zemmour pour qu'il devienne la prochaine cheville ouvrière de la parole libérée. De ce fait, l'image de polémiste a agi comme un aimant pour une frange minoritaire des électeurs ; cette même posture aura fait office de repoussoir auprès d'une proportion plus importante de droitistes plus modérés. Que ce soit de manière individuelle ou collective, Zemmour a tenté de se positionner en réveilleur et en protecteur de la France sans pour autant apporter de justification suffisante sur le plan argumentatif, laissant à une partie du public français une impression d'inachevé et de faible crédibilité. Finalement, la campagne de marketing politique de Zemmour sera passée à côté de son objectif principal : le rendre présidentiable, lui et son système d'explication du monde, aux yeux d'une majorité d'électeurs.

Marine Le Pen, quant à elle, aura su tirer parti du dualisme rotatif instauré sur le plan de l'*éthos*. En jouant à la fois en terrain connu en insistant sur l'immigration et la primauté nationale, puis en se repositionnant sur des sujets plus universels, la candidate a bénéficié de cette double posture d'*éthos* qui a tant manqué à Éric Zemmour dans le discours de Lille. Le ciblage politique plus intégratif, couplé à un schéma argumentatif réadapté, aura permis à Marine Le Pen d'imposer plus durablement une posture féminisée et humanisée d'elle-même. Bien que le travail de lissage ne soit pas encore totalement abouti, le code lepéniste aura sensiblement masqué ses aspérités idéologiques les plus extrêmes pour un ciblage électoral plus large. Initialement déstabilisée par la percée du Z dans les sondages, elle aura, en définitive, profité du cadrage résolument extrémiste que Zemmour aura apposé à son *éthos* de campagne.

Par ailleurs, la confrontation entre Zemmour et la machine macronienne aura contribué à le décrédibiliser davantage. En optant pour un maintien consistant de son *éthos*, Emmanuel Macron aura solidifié sa place en tant que « choix de la raison et du progrès » pour bon nombre d'électeurs. Bien que perfectible, l'*éthos* d'Emmanuel Macron aura su compléter un *logos* et un *pathos* déjà fermement institués dans son argumentaire, logeant Zemmour au sein d'un cordon sanitaire inextricable. En ce sens, Jean-Luc Mélenchon aura également mené la vie dure au candidat en attaquant Zemmour sur son terrain de prédilection. En rivalisant d'ingéniosité pour proposer un *éthos* fondé sur la vivacité d'esprit, tant par ses propos volontairement caustiques et son sens de la répartie affuté, Mélenchon aura empiété sur ce secteur si cher à Zemmour, tant le discours immersif de Nantes regorge de formules plus provocatrices les unes que les autres (voir le point 1.1.4.2). En substance, les postures mélenchonistes successives, jouant tour à tour sur l'éclosion réformiste et les prises de



conscience communes, notamment sociales et écologiques, auront permis au candidat d'éveiller l'intérêt auprès d'un auditorat en attente de changements progressistes et globalisés. De ce fait, en choisissant une approche hétérogène et altermondialiste, Mélenchon aura renforcé la cassure stigmatisante entourant l'électorat homogène et ethnocentré d'Éric Zemmour.

### III. PARTIE 3 : PATHOS

#### 3.1. Analyse des stratégies émotionnantes

Comme évoqué précédemment, la dimension du *pathos* demeure partie intégrante de la rhétorique et s'illustre tout particulièrement dans le genre politique où émotion s'accorde parfois même avec instrumentalisation de l'auditoire (Viktorovich, 2021, pp. 238 – 246). Par la mise en place d'un cadre et d'un argumentaire propice au partage du sensible, et par l'incarnation suffisamment authentique de ce dernier, les orateurs espèrent insuffler ces émotions motrices aux électeurs dans une perspective de conviction maximale. Afin d'apprécier la variété de formes que le *pathos* peut prendre, les situations dans lesquelles ces dernières sont mobilisées et les effets attendus sur le public présent, nous évaluerons les diverses stratégies émotionnantes qui ont été rencontrées dans les discours des candidats. Pour ce faire, nous appliquerons le cadrage théorique préalablement élaboré par Clément Viktorovitch à propos des procédés permettant de transmettre une émotion au public et la manipulation « pathos-logisante » qui peut parfois en résulter (Viktorovich, 2021, p. 265). Nous passerons en revue les divers procédés permettant l'invocation des émotions tels que la description, la matérialisation, l'amplification, la métaphore, les appels à l'action et l'utilisation d'un lexique volontairement émotionné. Enfin, nous tâcherons d'évaluer la proportion que prend le *pathos* au sein des constructions argumentatives mises sur pied par les orateurs au sein des autres discours sélectionnés.

##### 3.1.1. Invocation des émotions

###### 3.1.1.1. La description

Décrire une situation, une personne, etc. c'est lui donner corps sous un angle nouveau, mais aussi le donner à voir sous un jour subjectif à celui qui entend cette description. Conter une réalité personnelle et chargée d'affects permet alors au discoureur politique d'établir une réalité parallèle donnant un cadre de développement plus retentissant à ses arguments (*Ibid.*,

2021, p. 267). Au fur et à mesure, tel un sculpteur, l'orateur façonne idées et mots afin que leur déploiement entraîne le public dans une réalité qu'il n'a pas forcément pu avoir devant les yeux, mais qu'il pourra désormais se représenter selon les dires du candidat. De façon à relever comment cette dimension du *pathos* peut se manifester dans les discours électoraux des candidats, nous établirons les manières dont la description parvient à remodeler la réalité et à se répercuter émotionnellement sur les spectateurs.

### **Éric Zemmour, narrateur du désastre**

Surreprésenté chez Éric Zemmour, l'art de la description prend tout son sens dans les processus de sensibilisation du public, notamment grâce à sa capacité à embarquer les spectateurs dans un univers tangent s'édifiant au fil du récit-discours. En créant au fur et à mesure un récit aux accents affectifs, le candidat projette le public dans une version alternative de la réalité se construisant en miroir de sa ligne idéologique afin d'utiliser la description réalisée comme une preuve supplémentaire du bien fondé de ses idées politiques. À cet égard, nous relevons l'effort que fait Zemmour pour entraîner l'auditoire dans une France en perdition où le danger serait omniprésent en raison de l'insécurité, de la dégradation du pays, de l'immigration galopante, de la débâcle économique ou de l'injustice constante qui se donne à voir dans les villes et villages français où il faisait bon vivre autrefois.

Ici, on se lève tôt le matin et on peut se coucher le soir avec le sentiment du devoir accompli. Et je sais combien, ici, dans les classes les plus populaires jusqu'aux classes moyennes, on déteste l'assistanat. Quand on se lève chaque matin à 5 h pour aller travailler, quand on gagne difficilement sa vie à la sueur de son front, on n'accepte pas que le voisin vive mieux que soi grâce à des aides sociales sans avoir besoin de travailler. (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 7'07- 1 h 7'52)

Pour contrebalancer ce premier pan négatif, le candidat met sur pied une fresque représentant une France mythique d'assimilation où le dur labeur, la religion catholique et la camaraderie bon-enfant entre tous était la norme. En redessinant les contours du monde réel par ses descriptions volontairement partiales, le candidat immerge le public dans une France chimérique où précarité et injustice règnent en maîtres. Toutefois, si le narratif historique omniprésent contribue à emporter émotionnellement le public sur un terrain connu, il participe à l'affaiblissement global du discours en raison du manque de concrétisation que laisse la description « pathos-logisante ».

Ces angoisses, je ne les raconte jamais, mais je les ai connues quand j'étais enfant. J'ai connu à 10 ans, les huissiers qui frappent à la porte. J'ai connu l'obligation d'aller vivre chez mes grands-parents parce que mon père ne pouvait plus payer le loyer. J'avais la chance d'avoir un père travailleur, courageux qui s'est toujours relevé, qui s'est sacrifié et qui m'a permis d'arriver là où je suis. (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 26'47 – 1 h 29'12)

Par ailleurs, sur le plan de l'*éthos* et du *pathos*, le récit descriptif lui permet de raconter sa propre histoire de fils d'immigrés qui, grâce à l'assimilation et au travail, a pu parvenir là où il est. Zemmour demeure sans aucun doute un des candidats les plus favorables à l'emploi de descriptions « pathos-logisantes ». Nous pouvons penser que cet accent sur la dimension sensible des récits réalisés, en ce qu'elle lui permet d'emporter pas à pas le public dans un univers de sens conforme à son idéologie politique et de l'amener inexorablement vers une conclusion qui y serait logiquement conforme.

### **Le Pen, un *pathos* qui dépeint le désarroi**

Au sein du discours de Marine Le Pen, la même tendance se dessine. Principalement, la candidate investit ce procédé stylistique de façon à rendre son horizon idéologique plus accessible à l'électorat français, trop réticent à envisager un vote RN. Les descriptions lui permettent de mobiliser les peurs et les affects en en proposant une illustration mentale quasi systématique. En s'appesantissant sur l'exposé de situations injustes ou pathétiques, la candidate met en marche un double mouvement d'« émotionnalisation » de l'assemblée. À la manière d'Éric Zemmour, la description permet à l'oratrice d'amener implicitement une solution, notamment par le biais de promissifs ayant pour effet de rassurer et de persuader le public. Sur le plan stratégique, l'héritière Le Pen suit une fois de plus la logique de la légitimation par la narration mythologique (Alduy & Wahnich, 2015, pp. 161-166). La candidate tire parti de la description en narrant les contrecoups consécutifs à son parcours de femme baignée depuis le plus jeune âge dans les controverses et qui permettent de susciter l'empathie auprès de l'auditoire, notamment par la mention de mots forts suscitant l'émotion et la narration d'épisodes difficiles avec lesquels le public pourra compatir.

J'ai l'habitude de dire que j'ai escaladé la politique par la face nord. Très vite, j'ai connu la *violence politique* quand, *petite fille* à l'école, *on m'a fait payer* l'engagement de mon père. Des persécutions que l'esprit d'une enfant insouciant ne peut pas vraiment comprendre. Des *persécutions* qui me font honnir aujourd'hui toute idée de discrimination. J'en mesure l'injustice, j'en connais trop la souffrance. Et puis, il y a eu cet *attentat*, j'avais 8 ans. Le silence d'abord... de *l'explosion qui rend sourd*, puis la fumée, les voix qui appellent, les éclats de verre. *Le sentiment* de n'avoir plus rien sous nos

pieds *que mon petit lit d'enfant en équilibre dans le vide*. Puis la question : qui est *mort* ? Qui est vivant ? La famille est sauvée, mes sœurs, mes parents, mais *le petit garçon d'un an* dans l'appartement en face du nôtre a été projeté du 5<sup>e</sup> étage. Il s'en sortira avec un bras cassé. (Le Pen, Marine, 2022. Discours de Reims, 2 h 45'00 – 2 h 46'31)

En relatant son enfance, les événements angoissants vécus, mais aussi les épreuves surmontées, Le Pen se raconte elle-même, opérant un développement couplé de son *éthos* personnel et du *pathos* auprès de son auditoire. Par conséquent, nous relevons une certaine convergence stratégique entre Zemmour et Le Pen sur le partage de situations intrinsèquement révoltantes, mais également en pathétisant leurs cheminements individuels.

### **Le besoin d'expliquer un premier mandat par un *pathos* concrétisé pour Macron**

Afin de se conformer à l'image de présidentiable, Emmanuel Macron utilise la description comme structure explicative des divers fondements constituant les points clefs de son allocution. A contrario d'Éric Zemmour, ces représentations n'ont pas vocation à susciter une certaine nostalgie, mais bien à apaiser ou à conscientiser le public sur certains sujets clefs comme la gestion de la crise sanitaire, de la crise économique à l'épisode troublé des gilets jaunes. Employé dans une visée de relecture de la réalité, le langage descriptif compense l'émotion parfois mitigée qui subsiste auprès du public français. En effectuant le diagnostic d'un état de fait, le candidat s'octroie la possibilité de réfuter le constat établi vis-à-vis de la situation et de rechercher l'adhésion supplémentaire du public à cette nouvelle interprétation des agissements passés. En outre, chez Macron, la description porte également une dimension sensible voire « physique », notamment par la mention d'élément relatif aux cinq sens, mais aussi en ce qu'elle permet au candidat de renforcer le lien de proximité qui peut exister entre son public et lui-même. Au cours de sa prise de parole, cette stratégie prend la forme d'un récit chargé de *pathos* vis-à-vis de la relation qu'il peut entretenir avec le peuple français lors de ses rencontres lui permettant, dans un sens, de consolider son *éthos* de chef d'État responsable et, dans un autre sens, d'adjoindre une dimension sensible à sa posture d'homme politique.

Mais ces 5 années, nous le savons, ont été rudes pour nous tous et pour certains, si rudes, si injustes. Elles ont été à coup sûr parmi les plus bouleversantes que nous ayons connues depuis un demi-siècle. Et je suis là aujourd'hui avec vous au milieu de vous [description pathos-logisante]. Et pas un jour... Et pas un jour de ces 5 années, je n'ai oublié *vos visages*, qu'on voyait tout à l'heure, *vos regards* [dimension physique]. (Macron, Emmanuel, 2022. Discours de la Défense Arena, 1 h 56'32 – 1 h 56'41)

Dans le discours parisien, le candidat s'attarde sur les récits des rencontres, des difficultés surmontées et des sacrifices qui ont été faits pendant son quinquennat afin de profiter de toute la dimension affective sous-jacente qui leur est liée. Cette « émotionnalisation » du récit se manifeste notamment par la description des aspects plus physiques et sentimentaux impliqués, permettant au candidat de générer un lien affectif décuplé entre son public et lui-même.

### **Retracer les faits pour conscientiser chez Jean-Luc Mélenchon**

Enfin, chez Mélenchon, l'art de la description remplit une fonction dédoublée en ce qu'elle se donne comme mission principale de plonger l'auditoire dans un cadre sensoriel exceptionnel faisant ressentir la matérialité de la chose ou de faire prendre conscience du caractère surréaliste d'une situation. Lorsque le candidat évoque des sujets concrets tels que l'écologie, la crise économique, la gestion de l'espace, etc., c'est avant tout une perspective d'immersion affective de l'auditoire que le candidat convoite. Mélenchon se sert essentiellement du pathétique de la description afin de consolider la mise en place des différentes ambiances clefs de l'allocution par la mention récurrente d'éléments visant à renforcer mentalement la prise de conscience collective de l'auditoire. Cette démarche descriptive « pathos-logisante » peut se voir lorsque le candidat développe sa ligne écologique et humaniste passe par le biais d'une narration d'éléments émouvants en rapport avec les causes écoeurantes ayant conduit à la crise sanitaire.

La crise sanitaire n'a pas d'autre origine que la déforestation massive, opérée pour produire à moins cher, et parce qu'il y a cette déforestation, alors les animaux sauvages contaminent les animaux domestiques, et les animaux domestiques les êtres humains après avoir été martyrisés dans les élevages hyper intensifs dans lesquels on les enferme. Et alors la maladie se propage, et alors ils inventent des pass sanitaires, et des vaccins, une, deux, trois, quatre, cinq doses sans fermer un seul élevage intensif, et sans faire cesser le martyre des animaux et le danger pour les êtres humains. (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Meeting immersif de Nantes, 49'28 – 50'18)

Si Mélenchon et Zemmour s'attachent tous les deux à rendre compte de situations sociales et sociétales émotionnellement exploitables, le premier pour qui « tout s'enracine en définitive dans la question sociale, et dans la dénonciation de la cupidité d'un système, le système capitaliste qui domine notre société » (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Meeting immersif

de Nantes, 49'10 – 49'24), préfère se détourner de toute exploitation nationaliste pour préférer une critique plus globale du modèle de société dans lequel la France s'est engouffrée.

### 3.1.1.2. La matérialisation

En se reposant sur l'établissement d'une certaine proximité physique et émotionnelle, le principe de matérialisation vise à donner à voir ou à entendre de façon substantielle la réalité émotionnante de référence (Viktorovitch, 2021, p. 266). En concrétisant l'expérience d'une situation émotionnellement réaliste, le public se retrouve littéralement transporté au cœur d'un cadre qu'il peut apprécier tangiblement par le biais de sons, d'images, d'odeurs, de vidéos, ou d'objets. Après visionnage des discours dans leur contexte, nous constatons que les candidats adoptent des stratégies de matérialisation opposées. De son côté, Éric Zemmour se concentre davantage sur un aspect conventionnel de l'allocution électorale en raison de la relative absence de procédé relevant de la concrétisation physique. Dès lors, cette prise de position s'accorde pleinement avec son désir de faire correspondre son *éthos* personnel à un imaginaire classique du rassemblement politique, bien que la scénographie ne soit pas totalement dénuée d'artifices. Emboitant le pas de Zemmour, Marine Le Pen affiche un meeting de campagne sobre collant à l'imaginaire protocolaire typique de l'aile droite française. Pour Emmanuel Macron, la scène de spectacle gigantesque, parée des couleurs européennes et de la République, lui confère indubitablement une prestance supplémentaire, mais reste tout de même en deçà de la matérialisation pensée par Jean-Luc Mélenchon. Bien que le discours de la Défense Arena soit interrompu par quelques clips vidéo illustrant certains sujets ayant un potentiel « pathos-logisant » fort, tels que les hommages aux héros de la nation ou les portraits des citoyens qui contribuent à la fierté française, la matérialisation demeure néanmoins en retrait, le candidat préférant émouvoir à travers le *logos*.

Sans conteste, l'orateur qui bénéficie le plus du potentiel de matérialisation des discours est sans conteste Jean-Luc Mélenchon, dont la mise en place d'un meeting visuel et olfactif permet réellement la transposition à la fois mentale et émotionnelle du public. Les dispositifs en place accordent aux spectateurs la possibilité d'expérimenter au plus près l'argumentaire de Mélenchon et, par ce fait, de favoriser sa rétention. Lorsqu'il aborde, par exemple, les enjeux maritimes français, nous notons d'emblée l'effort du candidat pour faire prendre conscience du poids stratégique que représente ce sujet en insistant d'abord sur la conscientisation physique que représente la mer.

Alors, *la verticalité, l'horizontalité, maintenant le plus beau, la profondeur...* Celle qui occupe 70 pour cent de la planète. LA MER !!! THALASSA !! Le cri de l'expédition des 10 000, réapercevoir la mer des mondes, la mer Méditerranée. *Regardez-la, regardez sa puissance, sa force. Voilà* la porte de sortie du nucléaire qui est *devant vous*. (Mélénchon, Jean-Luc, 2022. Meeting immersif de Nantes, 1 h 21'08 – 1 h 21'41)

De ce fait, en misant sur la contiguïté établie entre proximité physique et émotionnelle, l'orateur s'assure de maximiser l'intégration du message. En plus de soutenir la démarche pathétique de l'orateur sur le plan rhétorique, ce meeting offre au candidat l'opportunité de dépoussiérer son *éthos* politique en se donnant une image plus moderne, inscrite dans le monde de demain. L'homme politique pousse la matérialisation de l'émotion à son paroxysme, là où Zemmour se restreint à une exploitation plus traditionaliste, conforme à sa ligne de conduite conservatrice. Stratégiquement parlant, Zemmour se focalise sur des procédés plus classiques d'appels aux émotions afin de ne pas détonner par rapport à sa « ligne éditoriale » de campagne qui se doit de coller à ses convictions patriotiques et traditionalistes. En revanche, nous notons que la matérialisation restreinte apporte une certaine cohérence avec l'*éthos* de réformiste radical du personnage.

### 3.1.1.3. L'amplification

La publicité, le marketing et les médias l'ont bien compris, le public tend à être plus affecté par des événements surtout si ces derniers sont constamment rappelés à l'esprit des consommateurs. La règle est simple : plus le contenu partagé est fort, fréquent et entraînant, plus l'amplification émotionnelle s'avère efficace. En choisissant d'intensifier le retentissement que peuvent avoir certaines situations, un orateur politique s'offre la possibilité de donner davantage de poids à son argumentaire et aux solutions qu'il propose, mais aussi d'amadouer la corde sensible des destinataires. Dans le cas présent, nous adopterons une typologie rhétorique s'inspirant des trois principaux procédés décrits par le politologue Clément Viktorovich, afin de faire ressortir une palette d'émotions hors d'une proposition : l'exclamation, la répétition et l'hyperbole (Viktorovich, 2021, pp. 272-276). Par le biais de ces procédés « pathos-logisants », nous appréhenderons comment les quatre candidats considérés dans cette étude peuvent aisément décupler le potentiel émotionnalisant qui entoure une proposition et, par ailleurs, parvenir à estomper certains aspects préalables de l'*éthos* imposé par des forces externes (Amossy, 1991, p. 91).

## Zemmour, roi de l'amplification émotionnelle

Pour conter sa réalité, Éric Zemmour doit livrer une version romancée de la France suffisamment percutante pour toucher l'affect des électeurs. Pour ce faire, la langue de Zemmour ourdit un mythe catastrophiste imminent où les procédés d'amplification émotionnels donnent au discours de Lille un caractère anxiogène décuplé. De fait, l'emploi d'anaphores et de répétitions participe au martelage cognitif et affectif de ses convictions idéologiques auprès de l'auditoire. Lorsqu'un orateur accentue un élément, il tend à conférer aux spectateurs une sensation d'importance plus significative, ce qui permet à l'énonciataire de propager un discours centré sur un nombre de concepts relativement restreint, mais assidûment réitérés (Viktorovich, 2021, pp. 272-274). Chez Éric Zemmour, les répétitions, les anaphores, les exclamations et la multiplication d'exemples suffisent à faire naître le *pathos* chez le public en ce qu'elles signalent rythmiquement l'attention émotionnelle qui doit être accordée à une proposition (Amossy, 1991, p. 91). Quand il aborde le passé du Nord, le candidat combine les anaphores, offrant une impression concrète de durée dans le temps par l'insistance sur le terme « longtemps », avec une accumulation d'observations concrètes dans lesquelles Zemmour constate un déclassement de la région.

*Longtemps, le Nord fut [anaphore] la seule terre d'industrie d'une France qui était alors presque exclusivement un pays de paysans ! [exclamation] Longtemps le Nord fut [anaphore] le cœur industriel de la France ! [exclamation] Longtemps, le Nord fut [anaphore] cette terre où arrivaient en grand nombre des immigrés venus d'abord de Belgique, et puis d'Italie et de Pologne. Longtemps le Nord fut [anaphore] cette terre où ouvriers français et immigrés se retrouvaient au café et à l'église, où les étrangers adoptaient sans rechigner la langue et le mode de vie des Français qu'ils côtoyaient. Longtemps le Nord [anaphore] fut cette terre où l'assimilation permettait une véritable intégration, un véritable vivre-ensemble, où tous, quelles que soient ses origines, se retrouvaient dans le même amour de la France, de son histoire, de ses mœurs, de sa sociabilité [multiplication d'exemples].* (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 09'57 – 1 h 11'10)

Au sein du climat de psychose installé par le candidat, l'amplification émotionnelle vient ajouter une pression supplémentaire sur l'auditoire qui retrouve forcé de réagir aux sollicitations émotionnelles imposées. En outre, ce recours disproportionné à l'exagération contribue également à l'épuisement de la capacité de réaction et de prise de conscience de l'auditoire qui se retrouve forcé de cautionner l'intensité du langage zemmourien (Alduy, 2022, p. 18).



## Marine Le Pen, insister pour marquer les esprits

Traditionnellement inscrit dans l'émotionnel, le discours de l'extrême droite trouve généralement refuge dans l'amplification de la réalité (Winock, 2014). Pour Marine Le Pen, les répétitions, les gradations et les hyperboles permettent d'attirer l'attention sur certains points clivants de son programme ou de souligner la gravité d'une situation. Pour parfaire sa stratégie fondée sur l'urgence d'action, l'utilisation de gradations, d'accumulations et de répétitions successives vient parfaire l'impact émotionnel du nouveau discours frontiste. Afin d'accentuer l'impact de sa rhétorique séculariste, insistant sur l'importance de marquer l'histoire et les esprits (Alduy & Wahnich, 2015, pp. 123-125), Marine Le Pen accentue volontairement la part émotionnelle de certains éléments. À l'intérieur de l'argumentaire de la candidate, tout converge vers un usage dramatisant d'adjectifs, de verbes et de substantifs participant au renforcement émotionnel de ses propos. Le passage représentatif suivant, tiré de du discours de Reims, exemplifie comment l'accumulation de termes émotionnellement forts tels que « tensions », « crise », « déserts », « faillite », « épuisement » ou « saccagé » contribuent à marquer durablement les consciences en instaurant un climat d'urgence et de peur.

Les tensions hospitalières lors de la crise du covid, les déserts médicaux, la faillite des ARS, l'épuisement moral et physique des personnels hospitaliers [accumulation], tout [exagération] montre que notre système de santé a été saccagé par les gouvernants successifs et qu'il faut faire de sa restauration une des priorités de mon quinquennat. (Le Pen, Marine, 2022. Discours de Reims, 2 h 17'15 – 2 h 17'38)

Au cours du discours de Reims, l'omniprésence de procédés d'amplification permettent à Le Pen d'accentuer la rhétorique d'urgence et d'insécurité qu'elle tente d'instaurer. Zemmour et Le Pen ont en commun cette utilisation exacerbée de l'amplification si typique des extrêmes (Winock, 2014) qu'ils tendent même à se décrédibiliser par ces mouvements trop perceptibles. Fondé sur l'idée de décadence nationale (*Ibid.*, 2015, pp. 123-126), le tableau dressé par la candidate à coup d'hyperboles, d'accumulations, de répétitions et d'exclamations lui permet d'exercer une certaine pression lui permettant d'imposer ses thèmes de prédilection au sein du cadre présidentiel.

## **Macron, un dosage mesuré de *pathos***

Ce qui caractérise le discours d'Emmanuel Macron, c'est avant tout une certaine retenue vis-à-vis du *pathos*. Bien que les anaphores, gradations, exclamations et répétitions soient présentes dans l'allocution du candidat, l'effet rhétorique semble plus diffus. Dans une logique de contrôle permanent de son image, Macron utilise des figures d'amplification dans un but principalement symbolique. Emboitant le pas de ses adversaires, le chef de file LREM sécularise sa prise de parole en insistant sur l'historicité de certains événements et sur l'importance des moments politiques à venir. D'une part, les répétitions, accumulations et anaphores contribuent à renforcer ce sentiment d'importance que crée le martelage de certains segments de textes, comme c'est le cas dans l'introduction du discours où la formule « nous l'avons fait » vient clôturer chaque évocation d'une problématique issue de son programme de 2017. Cette démarche inscrite dans le *pathos* permet à Emmanuel Macron d'enraciner émotionnellement une idée de promesse tenue auprès de militants, influençant par la même occasion le renouvellement de leur confiance envers le candidat sur le plan de l'*éthos*.

[...] Pour permettre à notre jeunesse de trouver sa voie, il fallait développer l'apprentissage jusqu'à doubler le nombre d'apprentis, *nous l'avons fait*. Pour protéger les Français du terrorisme, il fallait continuer de changer nos lois, renforcer nos services de renseignements, *nous l'avons fait*. (Emmanuel Macron, 2022. Discours de la Défense Arena, 1 h 00'28 – 1 h 00'50)

En outre, afin de souligner la nécessité d'investir dans son projet pour la France, les hyperboles viennent notamment renforcer le sentiment d'urgence ou la gravité de certaines conditions, sollicitant alors la compassion du public pour « les plus modestes », « les plus pauvres », « les plus âgés » ou « les plus vulnérables ». D'autre part, Macron renforce l'intensité de son discours en énumérant une série d'éléments provoquant une saturation émotionnelle auprès du public. Tout en gardant sa solennité habituelle, le candidat Macron parvient à amplifier son texte par le biais d'exclamations qui tendent à rediriger l'attention du public sur des moments phares pour sa campagne.

## **Mélenchon, l'amplification pour marquer les esprits**

Du point de vue de l'amplification du potentiel pathétique de son allocution, Jean-Luc Mélenchon fait office de concurrent le plus redoutable d'Éric Zemmour. De fait, le candidat emploie fréquemment l'exclamation afin de capter l'attention du public au fur et à mesure du déroulement du meeting. Une insistance et un volume plus élevé suffisent à Mélenchon pour

marquer l'importance qu'il est nécessaire d'accorder à une proposition donnée. Ce premier point de dramatisation s'ajoute à l'utilisation de procédé d'amplification par la répétition. En usant d'anaphores ou en répétant simplement plusieurs fois un même terme, l'homme politique instaure un climat de rabâchage au sein du public, facilitant la mémorisation de l'argument en question (Coureault, 2017). L'exemple qui suit montre très bien comment un procédé d'amplification peut favoriser l'adhésion à la thèse du candidat en ce que l'accumulation mentale provoque l'indignation auprès du public au sujet de la gestion de la crise sanitaire.

[...] Et alors la maladie se propage, et alors ils inventent des pass sanitaires et des vaccins, **une, deux trois, quatre, cinq doses** [accumulation] sans fermer un seul élevage intensif, et sans faire cesser le martyre des animaux et le danger pour les êtres humains. (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Meeting immersif de Nantes, 49'57 – 50'19).

Fondamentalement établi dans le *pathos*, le meeting de Jean-Luc Mélenchon suit les traces d'une idéologie révolutionnaire avant tout fondée sur la mobilisation collective. En se voulant maître de l'art rhétorique, nous constatons que le candidat mise sur sa capacité à maximaliser la rétention affective de son programme politique. Par ailleurs, Mélenchon, en employant diverses techniques stylistiques d'amplification, complète l'image de tribun-poète qui lui est souvent associée et qui lui permet peaufiner son *éthos* de leader des foules qu'il souhaite tant incarner quitte à donner l'impression d'être parfois démagogue sur certains points.

#### 3.1.1.4. La métaphorisation

En matière d'effet émotionnant, l'application d'un procédé de métaphorisation permet d'évoquer des images et représentations concrètes qui s'incarnent alors au public qui y est soumis (Viktorovich, 2021, pp. 276-280). L'utilisation de cet instrument stylistique permet, au-delà de la matérialité et de la proximité générées, de faciliter l'établissement de liens entre certains événements, personnes, etc. chargés émotionnellement. Que ce soit par le biais de l'analogie ou de la personnification, la métaphorisation se présente alors comme une arme permettant à la fois un travail sur le plan du *logos* et de l'*éthos*, mais surtout du *pathos*, en ce que celui-ci parvient à accroître la réception émotionnelle du message de l'orateur (*Ibid.*, 2021, pp. 280). Compte tenu de la dénotation importante que recèlent ces expressions vis-à-vis du positionnement stratégique du candidat, nous examinerons la manière dont ces dernières se manifestent au sein des discours des orateurs.

## À l'extrême droite, imager pour mieux toucher

Pour ce qui est du procédé de métaphorisation, deux courants se dessinent. Tout d'abord, le pan droit de l'échiquier politique, en saturant par l'intensité, désire accroître la probabilité que le public soit touché par la situation émotionnellement chargée partagée (Viktorovich, 2021, p. 280). En imageant ses propos par la métaphorisation, Zemmour peut emporter l'assemblée dans une sphère de signification qui lui est propre. Son discours s'ancre encore plus profondément dans le *pathos* en ce que les métaphores, analogies, métonymies et personnifications utilisées renforcent encore sa capacité à émouvoir ou à susciter l'indignation auprès des électeurs. Cette tactique « pathos-logisante » peut s'observer à diverses reprises au sein de son discours, notamment lorsqu'il décrit la ville de Roubaix qu'il estime rongée par l'islamisation exponentielle en la présentant comme étant « Ah, Roubaix, l'Afghanistan à deux heures de Paris et à deux heures de chez vous » (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 20'53 – 1 h 21'02). En insufflant un vent d'insécurité permanent, Zemmour diffuse un sentiment de répulsion et instaure une phobie croissante vis-à-vis de l'immigration et de l'islam. Afin de compléter les analogies et les métaphores déjà très présentes, le candidat emploie la personnification afin d'associer explicitement l'élément comparé à des traits humains dans un but de rapprochement émotionnel plus pénétrant.

De manière similaire, Marine Le Pen a recours à la métaphorisation de ses idées dans une optique de recadrage de la sphère émotionnelle commune. Les images qu'elle propose aux Français lui permettent d'essentialiser une critique ou le constat d'une situation, comme lorsqu'elle affuble les écologistes du sobriquet de « talibans de la verdure », traite Emmanuel Macron de « prétendu Mozart de la finance » ou qualifie la France « de joyau ciselé par ces inépuisables générations qui se sont succédé tout au long des siècles, qui l'ont travaillé de leurs mains, enrichi de leur intelligence et, par leur incomparable talent créatif, en ont fait un trésor sans égal ». La spécificité de l'« émotionnalisation » chez Marine Le Pen repose également sur l'omniprésence de la personnification de la nation et de ses institutions. Pour elle, la personnification porte la France au statut d'être humain capable de ressentir et de juger de certains faits. Avec Zemmour, où le *pathos* conserve une place significative, la plus-value de la métaphorisation réside précisément dans la force évocatrice emprisonnée au travers de ses représentations mentales qui persistent et modifient la psyché propre des électeurs.

## **Au centre et à l'extrême gauche, symboliser pour émouvoir**

Dans le camp adverse, la métaphorisation revêt avant tout un objectif symbolique : toucher le public. Dans le discours de Macron, la métaphorisation est déployée pour désigner de manière presque mythologique des concepts sur lesquels une connotation affective peut en influencer la réception par l'auditoire. Au cours de son meeting parisien, Emmanuel Macron identifie la France à la « flamme de la résistance », considère les victimes d'attentats au nom de l'islam comme des « victimes de l'hydre islamique » ou assimile les enseignants à des « artisans de la République » afin que les spectateurs soient implicitement cadrés vis-à-vis de leur réception émotionnelle qu'ils doivent réserver à la proposition du candidat. Du côté de l'extrême gauche, Jean-Luc Mélenchon use principalement d'analogies humoristiques ou sarcastiques afin de renforcer la rétention de ses propos par le public présent. Tout comme Emmanuel Macron, le candidat utilise les métaphores afin d'imager plus durablement, par le biais de l'« émotionnalisation », un concept phare qu'il souhaiterait communiquer à son public. Durant son meeting, Mélenchon fait allusion, par exemple, à l'aggravation du réchauffement terrestre en évoquant l'image d'une « poubelle aride », à la créolisation comme « un jaillissement de l'inattendu » ou encore à une caste de privilégiés comme étant les représentants de la « société des Ubu », faisant par la même occasion une référence littéraire au personnage avide et lâche créé par l'écrivain Alfred Jarry.

Sur le plan du *pathos*, ce processus rhétorique permet aux orateurs d'imager émotionnellement une situation afin de lui donner un aspect « pathos-logisant » plus frappant pour le public. En rythmant son intervention par des métaphores, les candidats distillent implicitement leur *pathos*, les rendant sympathiques et assurés d'un point de l'*éthos* et du *logos*. La différence entre les deux extrêmes politiques résiderait donc dans la manière dont cette tactique parvient à émouvoir le public avec, d'un côté, une focalisation sur des sujets clivants, et d'un autre côté, un ciblage sur des sujets de société.

### *3.1.2. Appels à l'action*

Une fois l'auditorat imprégné des passions et aspirations du candidat, ce dernier aura pour objectif de convertir cette force émotionnelle en action tangible. Si un prétendant à la présidence de la République désire remporter l'adhésion, il sera confronté à la nécessité d'appeler expressément à l'action (Viktorovich, 2021, p. 286). Comme le note Viktorovich, le *pathos* qui a pris forme dans l'esprit des spectateurs demande à être transformé en actions afin

de mettre un terme à la tension générée dans leur esprit. Il précise que trois pivots peuvent être mobilisés dans le cadre des appels à l'action reposant sur le *pathos* : la « peur-solution », « l'espoir-réalisation » et « l'indignation-mobilisation » (*Ibid.*, 2021, pp. 286 - 295).

### **Indigner, choquer et mobiliser chez Zemmour**

Au sein du discours d'Éric Zemmour, nous constatons que les appels à l'action se calquent effectivement sur les trois pivots décrits ci-dessus. Premièrement, la dimension « peur-solution » représente la marge la plus conséquente des appels à l'action du candidat. Le moteur principal de la campagne de Zemmour prend racine dans l'activation des peurs du public présent : l'angoisse de se faire remplacer, que l'étranger continue à voler les emplois français, l'insécurité ambiante, l'immigration et ses conséquences funestes sur la sécurité et les traditions françaises, etc. La peur sert réellement d'instrument de commande au candidat *Reconquête !* qui n'hésite pas à instaurer l'inquiétude en filigrane de son discours afin de faire accepter plus aisément les lignes directrices de son programme. Une logique pugnace se met alors en œuvre : pour ne pas succomber à ces périls imminents, le peuple français et patriote se doit d'agir contre ces menaces en optant pour les solutions radicales du candidat, présentées comme le seul espoir qu'il reste aux Français.

Et on apprend depuis, que les courageux journalistes qui ont tourné ce reportage sont maintenant *menacés, eux et leurs familles, de décapitation, de viol*. Ils doivent vivre sous protection policière parce qu'ils ont osé montrer la réalité... Je vis la même chose, je sais ce que c'est. Je m'y suis habitué depuis des années. *Mais c'est un scandale ! C'est un scandale que les Français s'habituent à vivre ainsi dans leur propre pays !* (Éric Zemmour, 2022. Discours de Lille, 1 h 23'11 – 1 h 23'28)

Deuxièmement, nous observons que Zemmour ne se prive pas d'actionner le levier « indignation-mobilisation ». Par le biais de descriptions émotionnellement chargées sur la violence qui règne en France, l'islamisation grandissante des quartiers, l'insécurité des banlieues, les injustices dont sont victimes les Français, l'homme politique instigue dans l'imaginaire du public un sentiment d'indignation et de colère. Rien de nouveau pour Éric Zemmour qui dans ses interventions ultérieures « choque, puis biaise pour mieux imprimer notre imaginaire collectif et imposer ces filtres idéologiques » (Alduy, 2022, p. 10). C'est précisément après avoir instauré cet état de choc que le prétendant à l'Élysée demandera à son auditoire de passer à l'action en l'invitant solennellement à ne pas se laisser faire face aux abus du système en place. Une fois le décor de gronde sociale établi, la nécessité de voter et

porter la voix du candidat s'affiche comme le seul moyen de sauver et de remettre à flot le navire français.

Rendez-vous compte, *l'audiovisuel public nous coûte chaque année plus cher que nos prisons !* C'est 3,6 milliards d'euros que vous payez pour ces médias de gauche, quand nous payons 3,3 milliards pour nos prisons trop pleines, alors que *tant de délinquants sont dehors faute de place. Aujourd'hui, on préfère financer des programmes télé plutôt que d'assurer la sécurité des Français !* Les bobos vont hurler, les gauchistes qui vivent de cet argent public vont s'indigner : ce n'est pas mon sujet ! On parle ici de justice, on parle ici de l'argent des Français, on parle ici de pouvoir d'achat ! [solution = programme de Zemmour] (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 47'24 – 1 h 48'10)

Pour finir, chez Zemmour, l'aspect « espoir-réalisation » reste moins prioritaire en raison de sa perspective moins incitative au regard des deux autres leviers. Au sein du discours de Lille, nous constatons que cette facette se traduit notamment par une insistance généralement concentrée sur la promesse d'un monde meilleur et de changements allant dans le sens sa vision conservatrice du futur pour la France.

[...] Nous voulons *redevenir* ce peuple solide, robuste, fier, et plein de confiance en lui, de confiance dans son travail, de confiance dans son génie. Oui, je veux insuffler à la France cet *esprit de reconquête* ! Nous avons *un pays à reconquérir* ! Nous avons *une économie à reconquérir* ! [...]  
(Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 2 h 24'38 – 2 h 24'59)

Chez Éric Zemmour, cette tendance à galvaniser les foules repose premièrement sur l'établissement d'une situation jugée problématique à laquelle le candidat peut promettre un désir d'action par le biais de formules promissives, comportant généralement un verbe à l'indicatif futur, telles que « Alors, avec nous, les choses changeront » (1), « je n'abandonnerai pas » (2), « Je mettrai fin à cette injustice » (2). De surcroît, Zemmour place tactiquement l'espoir comme force mobilisatrice qui s'installe dès la fin de son intervention, exaltant une dernière fois le sentiment nationaliste et (re)-conquérant sur lequel il désire quitter le public.

### **Une opposition tournée vers le champ des possibles**

En revanche, nous constatons que, dans les discours des autres candidats, les proportions des appels à l'action sont représentées de manière quelque peu différente. Outre Marine Le Pen, qui utilise une stratégie d'appels à l'action relativement semblable à celle de Zemmour, les candidats Mélenchon et Macron optent pour des configurations distinctes. Ici,

pas question de se reposer principalement sur la peur. Les deux candidats fondent majoritairement leurs appels à l'action sur le diptyque « espoir-réalisation » afin de correspondre à leur ligne discursive placée sous un jour plus favorable. Au sein de leurs discours, nous notons le retour fréquent vers un sentiment d'espoir comme appui pour engager le public. Dans l'allocution de Macron, l'évocation de l'espoir revient comme un leitmotiv sous-jacent du discours en ce que le candidat met systématiquement en rapport les perspectives qu'il reste à mener à bien, en plus des réalisations qui ont déjà été achevées durant les cinq dernières années.

Les 10 et 24 avril, la France a rendez-vous avec son histoire, ses valeurs, son destin ! Les 10 et 24 avril, faisons ensemble *le choix de l'espoir* ! Les 10 et 24 avril, faisons ensemble le choix d'une nouvelle époque pour la France et pour l'Europe ! [la promesse] (Macron, Emmanuel, 2022. Discours de la Défense Arena, 3 h 02'55 – 3 h 03'08)

Simultanément, Mélenchon opte pour une stratégie similaire en rappelant à l'esprit du public les avancements rendus possibles par la gauche, le socialisme et son dévouement au service des Français depuis les années. En outre, il met l'emphase sur l'importance de soutenir son projet lors des prochaines élections, lui qui adjoint cette dimension pathétique d'espoir à son *éthos* de politicien en campagne. Voter pour Mélenchon se résumerait à la mise en marche certaine d'un programme politique commun fondé sur la promesse d'un avenir radieux pour les Français.

[...] Mais *on fera l'union*, et on saura pour quoi faire. Si vous voulez épargner à tous ces gens la souffrance du ridicule, la souffrance de leurs polémiques interminables, eh bien *regroupez-vous avec nous [appel à l'action fondé sur l'espoir]*, et moi au deuxième tour j'en fais mon affaire. Vous verrez que j'aurai pas trop de mal à les convaincre, je les connais. (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Discours immersif de Nantes, 1 h 44'46 – 1 h 45'17)

En procédant de la sorte, les candidats Macron et Mélenchon dotent le public d'une volonté inébranlable de s'investir dans un projet politique motivant. En misant sur des émotions plus positives, les électeurs gardent une foi naïve dans le vœu d'un monde meilleur narré par les deux orateurs. Cette utilisation dissimilaire du *pathos* a un effet sur l'*éthos* des orateurs. De fait, la différence entre la stratégie adoptée par l'extrême droite, où l'espoir et la mobilisation naissent sur la base d'une peur et d'une indignation mobilisatrice, occasionne un sentiment d'urgence accru. Conséquemment, Zemmour et Le Pen tirent avantage de cette approche à l'allure « désintéressée », présentée comme sincèrement salutaire pour le peuple



français, là où Macron et Mélenchon canalisent cette source d'énergie positive engendrée pour inciter à un vote qui leur serait favorable.

### 3.1.3. *Lexique émotionné*

Si politique et émotions ne font pas toujours bon ménage, leur utilisation mesurée et équilibrée peut se révéler stratégiquement pertinente d'un point de vue persuasif. Loin d'être totalement neutres, les mots et la langue ont la capacité de nous faire ressentir certaines émotions et de nous évoquer certaines images qui ne sont pas totalement innocentes, surtout dans la bouche de potentiels présidents de la République française. La considération du lexique des candidats dans sa dimension émotionnée, c'est-à-dire chargée d'intentions « pathos-logisantes » de la part du locuteur, nous permet de mieux comprendre le terrain sur lequel se situe le candidat (Viktorovich, 2021, p. 257). Dès lors, en adoptant une série de mots-marqueurs que les orateurs peuvent tour à tour investir des émotions et des connotations qui correspondent le mieux à leurs sensibilités personnelles (Le Bart, 1998, p. 40), les énonciateurs-candidats focalisent l'attention de l'auditoire sur des notions essentielles qui persisteront dans le répertoire des futurs électeurs. Dans ce cadre, nous relèverons les réseaux sémantiques et mots-clefs contribuant au processus de sensibilisation des spectateurs.

### **Provoquer l'émotion chez Zemmour**

Thématiquement parlant, le meeting d'Éric Zemmour semble accorder une certaine primauté aux préoccupations d'ordre économique, qu'il veut être le point central de son intervention. Néanmoins, ce serait oublier que l'immigration et la préservation de l'identité fondent, au fond, tout le soubassement argumentaire du candidat d'extrême droite (Llorca, 2022, p. 12-13). Propice aux « contorsions étymologiques » (Alduy, 2022, p. 27), la langue de Zemmour se fonde sur l'exploitation de termes intentionnellement confus comme en témoigne l'utilisation floue des termes « immigration », « intégration » et « assimilation ». L'utilisation ambiguë de ces vocables construit un espace symbolique dans lequel l'assimilation, qui considère que les traits de la culture d'origine sont totalement remplacés et permet de ce fait l'intégration, doit être la seule option possible pour les extranationaux résidant en France, là où l'immigration, qui tolère la rémanence de la culture de départ, reste irrecevable par nature en raison de son acception péjorative (Alduy, 2022, p. 21). Conjointement, Éric Zemmour met à profit l'assemblage anxiogène lié à ce groupement thématique de l'immigration en profitant

des connotations négatives de mots tels que « agression » (2), « viol » (1), « délinquance » (5), « insulte » (4), « saccager » (2), « injustice » (5), « gaspiller » (4) « détruire » (2), « tuer » (1), « décapitation » (1), etc. Cette mise en rapport axiologique systématique entre le bien et le mal, le vrai et le faux, le normal et l'anormal, etc. installe l'auditoire au sein d'un dilemme manichéen ou l'électeur se voit, influencé par ses émotions, inévitablement conduit dans un mode de pensée artificiel.

Le processus de « pathos-logisation » ne s'arrête pas là pour Zemmour. Afin d'engendrer l'indignation, il organise son allocution autour d'un réseau sémantique des termes issus du vocabulaire de l'extrême droite (*Ibid.*, 2022, pp. 13-17). Dès lors, « étranger.s » (11), « propagande » (1), « woke » (1), « racaille » (1), « antifas » (1), « décolonial » (1), « charia » (1), « intégrisme » (1) ou encore « islamisation » (6) fabriquent un univers mental reconnaissable pour les militants de son parti pour qui la dégradation de la nation rimerait infailliblement avec la propagation de l'idéologie progressiste de gauche et de l'islam en France.

[...] Évidemment, nous serions tous d'accord pour financer un service public de qualité, mais... la France et les Français n'ont pas besoin de médias *de gauche* qui les détestent ! Ils n'ont pas besoin de financer la propagande *immigrationniste, woke et décoloniale* de France Inter, qui n'hésite pas à insulter les Français qui ne pensent pas comme eux ! (Zemmour, Éric, 2022. Discours de Lille, 1 h 46'21 – 1 h 46'47)

### **Marine Le Pen, femme, mère, politicienne et patriote**

Déstabilisée par la montée en force de son homologue d'extrême droite, Marine Le Pen a dû, plus que jamais, trouver la combine astucieuse pouvant la dissocier de son *éthos* de femme à la tête d'un parti extrémiste, mais également de parvenir à représenter un contre-pouvoir vraisemblable à Emmanuel Macron. Pour ce faire, la langue de Marine Le Pen doit pouvoir naviguer sur un registre pluriel, à la fois dans la continuité afin de poursuivre la séduction des irréductibles du RN, mais également modernisé pour convaincre un électorat aux préoccupations plus étendues. Tout comme Zemmour, la candidate établit dès le début de son discours un univers sémantique incriminant tout ce qui a trait à l'« immigration » (11), le « wokisme » (1), les « black blocks » (1), le « racialisme » (1), l'« indigénisme » (1), le « décolonialisme » (1), l'« islamisme » (5), au « communautarisme » (3) ou à l'« ensauvagement » (2) en les incorporant à une essentialisation des problèmes des citoyens.

Avec ce torrent, c'est le *communautarisme* qui s'installe et qui fait le lit de l'*islamisme*. Avec l'*islamisme*, ce sont nos valeurs les plus essentielles qui sont emportées : la laïcité, la mixité, l'égalité homme/femme, la liberté d'expression avec le retour du délit de blasphème, la liberté de croire ou de ne pas croire, la liberté d'enseigner ou d'informer... (Le Pen, Marine, 2022. Discours de Reims, 2 h 06'32 – 2 h 06'56)

En mentionnant des valeurs auxquelles le Français moyen reste attaché, la candidate suscite l'émotion et l'indignation face aux questions de décolonisation, d'identité, de vivre ensemble et de religion en incriminant ses opposants idéologiques. D'autre part, Marine Le Pen s'essaie à des terrains nouveaux, plus proche des combats progressistes et notamment la lutte pour les droits des femmes qu'elle pose sur un piédestal en condamnant les « excisions » (1), les « certificats de virginité » (1), le « harcèlement permanent » (1) et en plaidant pour la « sécurité » (7), la « mixité » (1) et l'« égalité homme/femme » (1).

### Des réformes pour la Macronie

En décalage avec les trois autres orateurs, Emmanuel Macron sélectionne une phraséologie correspondant à l'*éthos* d'un homme de projet qu'il souhaite inoculer à tout prix. Moins orienté sur un *pathos* appelant à la peur, la colère ou la tristesse, le vocabulaire du candidat s'émotionne avant tout par l'emploi de mots creux (Bonnefous, 2014). Le président le sait, son atout réside dans l'optimisme fédérateur que peuvent encapsuler ces mots creux que sont « projet » (19), « innovation » (2), « justice » (8), « progrès » (23) ou « liberté » (12). Le cas de « liberté » illustre parfaitement ce mouvement régulier de substitution sémantique, en ce que le terme devient un équivalent chimérique du modèle économique libéral (Weinstein, 2022, pp. 90-92).

Et parce qu'à nouveau ces cinq années de plus doivent être les cinq années du travail, du mérite, de la *liberté* nous devons continuer d'avancer et nous créerons le compte épargne temps universel. [...] (Macron, Emmanuel, 2022. Discours de la Défense Arena, 1 h 11'11 – 1 h 11'24)

Pareillement, les expressions « neutralité carbone » (2) et « combat climatique » (1) sont typiquement utilisées sans réel fondement et corroborent l'approche économiste creuse surfant sur l'écoblanchiment<sup>3</sup> imposé au traitement discursif de l'écologie par Macron (*Ibid.*, 2022, pp. 107-108). Caractéristiques de son vocabulaire, ces mots creux participent à la

---

<sup>3</sup> Écoblanchiment : Fait, pour une entreprise ou un organisme, de se donner une image responsable à l'égard de l'environnement. Le Robert, 2023. « Définition d'écoblanchiment », sur <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/ecoblanchiment>. Consulté le 3 août 2022 à 15 h 14.

légitimation d'une posture collective et individuelle d'homme politique à même de convaincre l'ensemble des Français en raison de leur absence d'une valeur émotionnelle trop importante et de leur capacité métamorphique. D'un point de vue stratégique, cette approche permet au public d'investir selon sa propre sensibilité les termes mentionnés par le candidat. Néanmoins, son discours n'est pas affranchi de tout vocabulaire à connotation négative en ce que le candidat s'efforce pointer du doigt une série de concepts considérés comme tabous tels que « indigéniste » (2), « complotiste » (2), « communautarisme » (1) ou « anti-républicains » (1) qui devraient, par essence, être la cible d'un rejet émotionnel.

### **Jean-Luc Mélenchon, le révolutionnaire de cœur**

Dans une logique axée cette fois-ci sur le rassemblement, Jean-Luc Mélenchon réalise un mixage entre deux registres différents. D'une part, nous notons l'intégration du discours de Nantes dans les thématiques sociales et sociétales au moyen d'un lexique volontairement « émotionnalisant ». Grâce à des termes tels que « créolisation » (3), « raciste.me » (3), « esclavage » (3) ou encore « pauvreté » (2), le candidat intègre une série de mots-balises issus du militantisme de gauche afin de se positionner sur une ligne idéologique résolument progressiste aux yeux du public. Une fois de plus, cette incorporation n'est pas innocente en ce qu'elle profite également à l'*éthos* de Mélenchon qui peut se présenter comme un politicien éveillé aux enjeux sociétaux qui traversent la société civile française en 2022. En outre, l'insertion de ce type de terminologies permet à l'orateur de prendre le contre-pied d'une extrême droite qui impose de façon croissante ses sujets et son lexique idéologique dans le débat politique français (Llorca, 2022, pp. 14-15).

Alors oui, la *créolisation*, c'est-à-dire l'échange, le jaillissement de l'inattendu, quand les cultures se parlent l'une à l'autre, s'interpénètrent et produisent quelque chose à quoi l'on ne s'attendait pas, mais qui est notre dénominateur commun qui nous permet d'être des *êtres humains*, parce que quand depuis le départ, la *créolisation* a d'abord permis à ces millions de *pauvres gens* que l'on avait arrachés à leur terre d'origine pour les plonger dans l'*esclavage*, leur a permis parce qu'ils ont inventé une langue, de rester des êtres humains qui se parlaient et qui résistaient, car cette histoire-là est une histoire terrible de résistance. (Mélenchon, Jean-Luc, 2022. Discours immersif de Nantes, 1 h 1'20 – 1 h 2'01)

Chez Mélenchon, la fabrication de l'émotion passe pareillement par la mobilisation d'autres thématiques sujettes à controverses, telles que l'urgence écologique avec des termes balises tels que « glyphosate » (6), « nucléaire » (10) ou « déforestation » (2) ou encore la condition animale, par l'utilisation de termes comme « martyr » (3), « élevages (hyper)

intensifs » (2), « enfermer » (1). En fin de compte, le candidat relie ces thématiques génératrices de *pathos* à son engagement de toujours : l'humain. L'approche socialiste de Mélenchon transparaît alors par le prisme du constat de la dégradation de la société citoyenne où la pauvreté et les inégalités façonnent la vie de la population. Ponctué d'une collection de vocables connotés négativement tels que « productivisme aveuglé » (1), « parasitisme » (1) « démarchandisation » (1), « progrès » (4), « capitalisme débridé » (3), « saccage » (4), « inégalité » (3), « sur-exploiter » (2), le discours mélenchoniste génère un chapelet thématique auquel il oppose un réseau sémantique contrastivement positif composé de termes comme « société de l'entraide » (1), « aider » (4), « mobilisation populaire » (1). À la fois semblable et opposé à Zemmour, nous remarquons que Jean-Luc Mélenchon tire profit du vocabulaire hérité du socialisme pour prescrire sa vision du monde et influencer la réception faite par le public.

### 3.2. Conclusions de l'analyse du *pathos*

En substance, la différence principale qui peut exister entre les différents candidats repose sur l'intensité mobilisatrice qu'ils parviennent à générer à partir du *pathos*. En effet, le désir de « pathos-logiser » demeure l'essence de la « Méthode Zemmour » tant le candidat parvient à imprégner durablement la conscience du public en le faisant adhérer à des thèses reposant sur la mobilisation des affects. En saturant émotionnellement le public, l'ancien journaliste s'est constitué une réserve d'activistes motivés. Les rhétoriques essentialistes de l'urgence, du conflit et du désastre sont concrètement corroborées par des descriptions lancinantes, une amplification constante et une métaphorisation évocatrice. Éthiquement questionnable, l'approche de Zemmour se veut la plus radicale en ce qu'elle crée un sentiment de danger imminent, reposant bien souvent sur des données biaisées, poussant les partisans à réagir. Pris à son propre jeu, la stratégie rhétorique globale de Zemmour fait les frais d'un *pathos* presque caricatural qui décrédibilise la construction parallèle de son *logos* et de son *éthos* ad hoc. Là où la rhétorique « pathos-logisante » zemourienne manipule la réception du public en usant de la peur, de l'indignation et de la colère, l'extrême gauche et le centre tissent une situation émotionnellement positive gorgée d'espoir, certes manipulatrice à sa manière, mais qui appelle à des réponses spontanément moins absolues.

Si l'utilisation du *pathos* reste un levier incontournable des meetings de campagne, nous constatons cependant que les orateurs ayant su remporter le plus de voix ont été ceux qui sont parvenus à performer des discours plutôt équilibrés au niveau des trois piliers fondateurs de la rhétorique. En s'alignant sur une stratégie plus proportionnée, à la façon d'Emmanuel Macron, l'évolution du discours de Marine Le Pen a montré l'importance de pouvoir proposer un discours qui se construit de manière proportionnelle, dosant davantage les différents procédés stylistiques permettant une répartition plus homogène de l'« émotionnalisation » du public. Zemmour, tout comme Mélenchon, aura payé le prix fort pour avoir usé de manière disproportionnée du *pathos* dans son discours. En investissant ce champ de l'émotion, notamment par des termes « émotionnalisants » et axiologiques forts, ces candidats classés aux extrêmes du spectre politique ont perdu en légitimité par rapport à leurs rivaux occupant des terrains plus universels. Trop centrés sur des appels à l'action reposant sur la peur et l'indignation au détriment de l'espoir, Mélenchon et Zemmour auront abîmé la composition conjointe de leur posture de présidentiable. En voulant saturer à tout prix le champ de l'émotionnel auprès de leur auditoire, les discours des deux orateurs sont apparus démagogiques et moins concrets que ceux proposés par Macron et Le Pen. En substance, le *pathos* blitzkrieg de la « Méthode Zemmour » aura permis au visage de *Reconquête !* de conquérir les esprits dès les débuts de la campagne, mais se sera essoufflé dans la longueur face à des argumentaires plus orientés vers un désir de concrétisation.

## **6. Conclusions de l'analyse comparative des discours de candidats**

Tout au long de cette étude comparative, nous avons tenté de caractériser plus précisément la somme des mécanismes rhétoriques qui ont amené le candidat Zemmour à escalader les échelons du monde politique français de manière si surprenante. La comparaison et l'analyse lexicométrique du corpus de discours électoraux sélectionnés auront permis de proposer un éclairage, bien que partiel, sur les stratégies persuasives qui traversent cette fameuse « Méthode Zemmour ». À la lumière du *pathos*, de l'*éthos* et du *logos*, nous avons pu dégager une série d'interprétations pouvant expliquer le succès et la progression d'Éric Zemmour en tant que prétendant légitime aux élections présidentielles françaises de 2022.

Dans un premier temps, nous avons constaté que le *logos* d'Éric Zemmour se présente comme une composante essentielle de son discours. Dans le cas du discours étudié, nous avons pu voir comment la plume stratégique de Zemmour s'accorde parfaitement avec la

volonté de « créer l'événement » en ayant recours à des arguments directs, une modalisation en retrait et des exploitations thématiques épousant sa ligne idéologique. Son discours croissant en intensité lui permet de garder l'auditoire captif et d'installer ses vérités personnelles comme une réalité alternative dans laquelle le public se retrouvera inmanquablement projeté. Enfin, son *logos* à l'allure presque parabolique lui permet, mieux que quiconque, d'emporter l'auditoire dans un récit où il apparaît en définitive tel un Messie pour la France. Néanmoins, en comparaison avec ses adversaires, le *logos* du Z aura été relégué au second plan et a, par conséquent, contribué à l'image de faiblesse argumentative du candidat.

Dans un second temps, nous avons souligné la multiplicité des *éthè* des candidats, qu'ils soient « dits », « montrés », individuels ou collectifs, qui ont d'une manière ou d'une autre renforcé le candidat. Si la plus grande force des candidats de l'extrême droite française a longtemps été leur plus grande faiblesse en raison de leur prise de position systématiquement contre le « politiquement correct » entraînant une répulsion du public, les discours étudiés semblent montrer une tendance de séduction croissante des extrêmes (Warnock, 2014). En effet, Zemmour a su tirer parti de ce buzz inhérent qui donne soif à un grand nombre de citoyens, quoi qu'ils puissent en dire. De ce fait, nous avons évalué plus précisément les raisons pour lesquelles la performance d'Éric Zemmour a su trouver un écho si particulier dans le contexte actuel. Au fur et à mesure du discours de Lille, le remaniement de l'*éthos* préalable de Zemmour est perceptible tant on sent le personnage tenter d'établir un équilibre entre les différentes postures visées et une adéquation aux attentes du public. Le Z sait comment « faire du clic » et rallier habilement un public attaché à un socle de valeurs partagées.

En fin de compte, le *pathos* se sera révélé être une arme à double tranchant pour l'homme politique. À Lille, Éric Zemmour a pu mobiliser et engager son public grâce aux leviers de peur, d'indignation et d'espoir qu'il a su actionner savamment durant son intervention. Ces sentiments d'inconfort et d'insécurité permanents auront été des réelles forces motrices dans le décollage de sa campagne tant les propos évoqués étaient systématiquement chargés émotionnellement. Lorsqu'une partie de la population se trouve dans un malheur croissant qu'elle ne peut pas toujours expliquer rationnellement, les paroles du candidat sonnent comme une panacée explicative qui viendrait guider les foules en perdition. En reposant plus fréquemment sa rhétorique sur le *pathos* que ses adversaires, Zemmour a su imposer un univers mental archétypal de peur, de colère, de tristesse, de dégoût et d'espoir successif.

D'un autre côté, cette omniprésence d'une rhétorique du *pathos* aura contribué à montrer un aspect trop sectaire du candidat qui se sera donné une image de prosélyte trop centré sur des questions passionnelles plutôt que sur un éventail large des problèmes englobant la majorité de la population. Certes, son accentuation accrue du *pathos* aura galvanisé les peurs et la colère d'une partie grandissante des Français en perte de repères, mais elle aura indubitablement rebuté une marge plus que conséquente des Français moyens en attente d'actions modérées et de projets concrets aux panels de sujets de société que le candidat laisse volontairement de côté pour se concentrer sur l'économie, l'emploi et l'immigration.



## 7. Conclusion générale

Fallait-il prendre au sérieux Éric Zemmour et son projet politique ? La réponse ne fait désormais plus aucun doute. Bien que certains pensent toujours que son succès s'est uniquement construit grâce à l'écho grandissant que laisse encore la sphère publique à toutes sortes de pensées incertaines (Llorca, 2022, pp. 13-14), il faut cependant reconnaître que le discours et le personnage d'Éric Zemmour répondent tout de même à une certaine demande politique de la population. Si, contrairement à certaines idées reçues, Zemmour s'était simplement présenté comme un homme quelconque dépourvu de toute stratégie rhétorique, le chemin vers l'Élysée se serait fait bien plus sommaire. Éric Zemmour s'est affirmé comme un orateur politique redoutable, comme l'ont démontré un *logos* lissé, un jeu influent de *pathos* et une recherche constante de légitimation sur le plan de *éthos*. Ayant su imposer ses thèmes durant la campagne, la langue de Zemmour s'est révélé être un véritable instrument de persuasion souverain qui lui permet petit à petit d'instaurer dans les consciences sa vision manichéenne de la France et qui conditionne les mentalités à rester constamment sur le qui-vive. Comme l'illustre le discours de Lille, le Z construit sa campagne sur la vision alternative d'une France où logiques sécuritaires et confrontationnelles sont reines. En outre, le candidat aura, à l'image de Marine Le Pen, su surfer sur la crise du leadership de la droite traditionnelle pour s'implanter comme « LA » référence.

Nous l'aurons compris, des divergences certaines ont été relevées entre les différents candidats. Pour Éric Zemmour, le nerf de la guerre aura résidé dans les multiples entreprises formelles de validation de son *éthos* politique en construction. Bien que l'ex-polémiste ait déjà opéré une transition vers une image de présidentiable, sa conciliation parfois malhabile entre un *éthos* préalable de polémiste de l'arrogance et un *éthos* naissant de présidentiable avec lequel il peine parfois à marier cet *éthos* préalable, son idéologie et ses déclarations n'auront pas suffisamment convaincu les électeurs français. En effet, le Z a dû se rendre à l'évidence : une métamorphose politique ne s'opère pas d'un battement de cils et nécessite un travail de fond pour parvenir à convaincre le peuple français. Grâce à la place laissée par le revirement stratégique opéré par sa consœur de *Rassemblement national*, Zemmour a bénéficié d'un tremplin pour incarner la figure provocatrice par excellence de ces élections, mais aura également permis à Marine Le Pen une transmission de la diabolisation facilitée vers son collègue d'extrême droite. Si ces étiquettes d'homme de buzz conservateur et anti-immigration l'ont propulsé de manière spectaculaire, elles auront participé à lui coûter sa place au second tour en raison de la radicalité et de l'intolérance qui lui sont associées. En

dépité de ses tentatives répétées pour apparaître comme une personnalité stable et respectable, ses propos sulfureux auront pris le dessus sur la posture de crédibilité et d'identification qu'attendent les électeurs français (Amossy, 1991, pp. 44-45). En définitive, Zemmour se retrouve entravé par ce phénomène de fascination-répulsion qui entoure sa personne et dont il ne parvient pas à se défaire.

Si, dans le cas d'Éric Zemmour, l'*éthos* a souvent fait défaut par rapport au *pathos* et au *logos* mobilisés, ces deux dernières dimensions se sont révélées incertaines. La propension à « pathos-logiser » son discours s'est faite plus intense que pour ses homologues, offrant une capacité de persuasion redoublée par des émotions intenses, mais qui a eu tendance à gommer la construction logique au sein de l'argumentaire. Systématiquement abordé sous le prisme du sensible, le *logos* s'est alors vu dépossédé d'une partie de son impact formel au profit d'une construction argumentative servant avant tout des objectifs d'« émotionnalisation » de l'auditoire. Le *logos*, effacé par la place prépondérante du *pathos*, sous-tend de façon quasi systématique une logique génération de la peur, de la colère, de la haine et de l'espoir afin de générer une force mobilisatrice intensifiée. Là où ses adversaires auront réparti leur force argumentative de manière relativement équilibrée entre les différents pôles du triangle rhétorique aristotélicien, Éric Zemmour aura été le candidat accordant la place la plus prépondérante au *pathos* dans son argumentaire, donnant une impression de déséquilibre. Or, Éric Zemmour, en fin amateur des classiques de la littérature française, aurait peut-être dû tirer un meilleur parti des enseignements de Jean de La Fontaine prônant que « patience et longueur de temps font plus que force ni que rage » (de La Fontaine, 1965, p. 85).

En ce sens, le traitement comparatif et lexicométrique des différents discours de campagne s'est révélé être un indicateur probant dans l'analyse et la compréhension de certains phénomènes politiques, sociétaux, mais surtout rhétoriques qui transcendent le genre du discours de campagne française. En donnant corps à une comparaison des textes de ce corpus sous l'angle du *logos*, de l'*éthos* et du *pathos*, nous avons pu mettre en lumière les forces parfois antagonistes qui ont façonné les allocutions de campagne des candidats. En outre, la fragmentation rhétorique et argumentative observée entre les orateurs aura apporté un regard neuf sur le rôle capital que joue la redéfinition des enjeux et des thématiques dans le contexte de fragmentation de la société française. Afin de proposer une vue encore plus détaillée de ces phénomènes, il serait judicieux de considérer l'ensemble des discours réalisés par les candidats sur la période électorale. Ce travail de compilation supplémentaire apporterait une

vue exhaustive de la manière dont ce trinôme rhétorique sculpte les stratégies de campagne déployées par les candidats au fur et à mesure de la campagne.

Sur le plan sociétal, le candidat aura su saisir les envies et revendications d'une part croissante des Français, plus jeunes, plus connectés, plus mobilisés, plus attachés aux traditions françaises et à une version culturelle « judéo-chrétienne » du pays (Zemmour, 2023, p. 115), mais aura manqué l'intégration d'un électorat français plus hétérogène que ne le laisse paraître son discours. En s'affichant comme le candidat et futur président des Français assimilés et des grands remplacés, Zemmour frustre et choque sans pour autant parvenir à l'essentiel : faire passer un message politique incisif tout en se légitimant, lui et son idéologie. L'édition 2022 des présidentielles aura toutefois démontré la propension des Français politiquement modérés à se laisser progressivement séduire par des tentations politiques radicales en réaction à l'inaction dénoncée du centre et des partis traditionnels (Llorca, 2022, p. 12). Dès lors, nous n'excluons pas la probabilité d'un perfectionnement et d'un renforcement à venir de la rhétorique d'Éric Zemmour. Le candidat, une fois l'effet de surprise terminé, devra tout de même trouver le moyen d'activer un arsenal de leviers plus solides pour parvenir à ses fins, tant au niveau du *pathos* et du *logos* que de l'*éthos*.

En fin de compte, en comparant les discours les plus populaires des candidats, nous avons pu évaluer en profondeur les processus rhétoriques qui ont reconfiguré en toile de fond le genre électoral. La méthodologie appliquée dans ce cadre, soutenue par des appuis lexicométriques, nous aura permis d'appuyer concrètement nos conclusions préalables et de les confronter aux réalités statistiques afin de saisir plus précisément les éléments contribuant à la crédibilisation des candidats sur le plan argumentatif, discursif et rhétorique. En ce sens, un prolongement pertinent de cette étude comparative consisterait en l'évaluation des conclusions tirées dans cette étude en fonction de la rétrospective personnelle *Je n'ai pas dit mon dernier mot*, rédigée par Éric Zemmour vis-à-vis de sa campagne. De cette façon, un éclairage supplémentaire pourrait être apporté, notamment concernant le récit que fait lui-même le candidat sur cette première expérience politique, et comment ce récit contribue au modelage des composantes de son *éthos* de politicien.

## 8. Bibliographie

Articles de revues scientifiques :

- Ballet, Marion, 2016. « L'appel aux émotions dans les campagnes présidentielles. État de la recherche et approche interdisciplinaire », dans *Mots*, Les Langues du politique, ENS Éditions. Consulté le 17 avril 2023 à 7 h 45.  
<https://journals.openedition.org/mots/22434>
- Bensebia, Abdelhak Abderrahmane, Bambrik, Lineda, 2022. Analyse avec Iramuteq du discours de la campagne électorale des présidentielles en France 2022 : Analyse thématique et rhétorique », dans *Altralang*, Volume 4, issue 2, décembre 2022, pp. 172 – 212. Consulté le 4 mai 2023 à 11 h 12.  
[https://www.researchgate.net/publication/366937831\\_Analyse\\_avec\\_Iramuteq\\_du\\_discours\\_de\\_la\\_campagne\\_electorale\\_des\\_presidentielles\\_en\\_France\\_2022\\_Analyses\\_thematique\\_et\\_rhetorique](https://www.researchgate.net/publication/366937831_Analyse_avec_Iramuteq_du_discours_de_la_campagne_electorale_des_presidentielles_en_France_2022_Analyses_thematique_et_rhetorique)
- Camus, Jean-Yves, 2022. « Droite radiale : année zéro. Sur le phénomène Zemmour », dans *Revue Générale*, Dossier/Belgique, horizon 2030, volume 2022/1, mars 2022, pp. 153-161.
- Chwalczuk, Monika, Benayoun, Jean-Michel Benayoun, 2021. « Le corps en interprétation. Dimension non verbale des discours interprétés », dans *Traduire* [en ligne]. Consulté le 5 avril 2023 à 17 h 36.  
<http://journals.openedition.org/traduire/2409>
- Duteil-Mougel, Carine, 2005. « Les mécanismes persuasifs des textes politiques », dans *Corpus*, 4 [en ligne]. Consulté le 25 mai 2023 à 15 h 2.  
<http://journals.openedition.org/corpus/357>
- Goepfert, Eva-Marie, 2017. « L'évènementialisation de la vie privée des acteurs politiques en contexte numérique », dans *Sciences de la société*, 102 [en ligne]. Consulté le 8 mai 2023 à 11 h 59.  
<https://journals.openedition.org/sds/6820#quotation>

- Huot-Couture, 2020. « Typologie du discours politique : l'apport de la tradition rhétorique » dans *Phares* [en ligne]. Consulté le 11 mars 2023 à 12 h 8.  
<https://revuephares.com/wp-content/uploads/2020/08/Typologie-du-discours-politique-lapport-de-la-tradition-rh%C3%A9torique.pdf>
  
- Labbé, Dominique, Monière, Denis, 2010. « Quelle est la spécificité des discours électoraux ? Le cas de Stephen Harper », dans *Canadian Journal of Political Science*, mars 2010, pp. 69-86. Consulté le 10 mars 2023 à 7 h 9.  
<https://www.researchgate.net/publication/43014855>
  
- Rigat, Françoise, 2010. « “Mes chers compatriotes” : stratégies discursives de l’interpellation des électeurs dans les professions de foi », dans *Corela* [en ligne], HS-8. Consulté le 18 avril 2023 à 11 h 24.  
<https://journals.openedition.org/corela/783?lang=en>
  
- Rosenwein, Barbara, 2002. « Émotions en politique », dans *Hypothèse* [en ligne], pages 315 -324. Consulté le 29 avril 2023 à 6 h 51.  
<https://www.cairn.info/revue-hypotheses-2002-1-page-315.htm>
  
- Van Leeuwen, Theodoor Jacob, 2007. « Legitimation in Discourse and Communication », dans *Discourse & Communication*, 1(1), pages 91–112.

Monographies :

- Aristote. « *Rhétorique* », Paris, Le Livre de poche édition, Les classiques de la philosophie, octobre 1991, 407 pages.
  
- Amossy, Ruth, 2010. « *La présentation de soi : éthos et identité verbale* », Presses Universitaires de France, Paris, septembre 2010, 235 pages.
  
- Alduy, Cécile, Wahnich, Stéphane, 2015. « *Marine Le Pen prise aux mots* », Paris, Éditions du Seuil, 297 pages.

- Alduy, Cécile, 2017. « *Ce qu'ils disent vraiment. Les politiques pris au mot* », Paris, Éditions du Seuil, 393 pages.
- Alduy, Cécile, 2022. « *La langue de Zemmour* », Paris, Éditions du Seuil, Libelle, 18 février 2022, 60 pages.
- Balzacq, Thierry, Baudewyns, Pierre, Jamin, Jérôme, Legrand, Vincent, Paye, Olivier, Schiffino, Nathalie, 2014. « *Fondements de science politique* », Paris, Deboeck supérieur, octobre 2014, 440 pages.
- Buffon, Bertrand, 2022. « *La parole persuasive* », Presses Universitaires de France, Paris, mai 2002, 374 pages.
- Camus, Renaud, 2017. « *Le Grand Remplacement, introduction au remplacisme global* », Raleigh, LULU Éditions, quatrième édition, mai 2017, 444 pages.
- Charaudeau, Patrick, 2014. « *Le discours politique : les masques du pouvoir* », Limoges, Lambert-Lucas, 255 pages.
- Charaudeau, Patrick, Maingueneau, Dominique, 2022. « *Dictionnaire d'analyse du discours* », Paris, Éditions du Seuil, 672 pages.
- Defays, Jean-Marc, Meunier, Déborah, 2016. « *Singularité et pluralité des langues, des groupes et des individus : Babel et Frankenstein* », Paris, L'Harmattan, 288 pages.
- De La Fontaine, Jean, 1965 (1668-1694). « *La Fontaine : œuvres complètes* », Paris, Éditions du Seuil, 543 pages.
- Fairclough, Isabela, Fairclough, Norman, 2012. « *Political discourse analysis : a method for advanced students* », Londres, Routledge, 266 pages.
- Labbé, Dominique, Monière, Denis, 2013. « *La campagne présidentielle de 2012. Votez pour moi !* », Paris, L'Harmattan, 182 pages.
- Lamizet, Bernard, 2011. « *Le langage politique* », Paris, Ellipses, 256 pages.

- Le Bart, Christian, 1998. « *Le discours politique* », Paris, Que sais-je ?, Presses Universitaires de France, 128 pages.
- Llorca, Raphaël, 2021. « *La marque Macron, désillusions du neutre* », La Tour-d'Aigues, Éditeur de l'Aube, 171 pages.
- Llorca, Raphaël, 2022. « *Les nouveaux masques de l'extrême droite* », La Tour-d'Aigues, Éditeur de l'Aube, 128 pages.
- Maingueneau, Dominique, 1991. « *L'analyse de discours, introduction aux lectures de l'archive* », Paris, Hachette, 268 pages.
- Maingueneau, Dominique, 1996. « *Les termes clés de l'analyse de discours* », Paris, Éditions du Seuil, 94 pages.
- Maingueneau, Dominique, 2017. « *Discours et analyse de discours* », Paris, Armand Colin, 224 pages.
- Marilière, Philippe, 2018. « *Jean-Luc Mélenchon and France Insoumise : the manufacturing of populism* » dans *The Populist Radical Left in Europe* de Giorgos Katsambekis, Alexandros Kioupiolis, Londres, Routledge, 30 pages.  
[https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=fr&user=ACeOgMcAAAJ&citation\\_for\\_view=ACeOgMcAAAJ:BJbdYPG6LGMC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=fr&user=ACeOgMcAAAJ&citation_for_view=ACeOgMcAAAJ:BJbdYPG6LGMC)
- Sécail, Claire, 2017. « *Les meetings électoraux. Scènes et coulisses de la campagne présidentielle de 2017* », Villeneuve d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, coll. « Espaces politiques », 2020, 406 pages.
- Viktorovitch, Clément, 2021. « *Le Pouvoir rhétorique, Apprendre à convaincre et à décrypter les discours* », Paris, Éditions du Seuil, 2021, 478 pages.
- Weinstein, Marc, 2022. « *Décrypter la novlangue d'Emmanuel Macron et de l'ultralibéralisme* », Bruguères, Bréal, 121 pages.

- Winock, Michel, 2014. « *Nationalisme, antisémitisme et fascisme en France, nouvelle édition augmentée* », Paris, Points, 22 mai 2014, 512 pages.
- Zemmour, Éric, 2023. « *Je n'ai pas dit mon dernier mot* », Rubempré, 2023, 334 pages.

Articles de périodiques :

- Bonnefous, Bastien, 2014. « Les mots creux », dans *Le Monde* [en ligne], 16 octobre 2014. Consulté le 16 avril 2022 à 11 h 56.  
[https://www.lemonde.fr/idees/article/2014/10/19/les-mots-creux\\_4508643\\_3232.html](https://www.lemonde.fr/idees/article/2014/10/19/les-mots-creux_4508643_3232.html)
- Johannès, Franck, 2021. « Sur France 2, un portrait d'Éric Zemmour, “fils médiatique” de Jean-Marie Le Pen », dans *Le Monde* [en ligne], 4 novembre 2021. Consulté le 10 mars 2023 à 14 h 57.  
[https://www.lemonde.fr/culture/article/2021/11/04/portrait-d-eric-zemmour-fils-mediatique-de-jean-marie-le-pen\\_6100973\\_3246.html](https://www.lemonde.fr/culture/article/2021/11/04/portrait-d-eric-zemmour-fils-mediatique-de-jean-marie-le-pen_6100973_3246.html)
- Lardellier, Pascal, 2017. « Décrypter le “langage non verbal” des politiques, cette pseudo-science », dans *The Conversation*, 9 avril 2021. Consulté le 5 avril 2023 à 17 h 48.  
<https://theconversation.com/decrypter-le-langage-non-verbal-des-politiques-cette-pseudo-science-75789>
- *Le Monde*, 2021. « Éric Zemmour candidat à la présidentielle : les politiques étrillent un discours « sinistre » et « momifié » », dans *Le Monde* [en ligne], 30 novembre 2021. Consulté le 7 août 2023 à 15 h 56.  
[https://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2022/article/2021/11/30/eric-zemmour-candidat-a-la-presidentielle-les-politiques-etrillent-un-discours-sinistre-et-momifie\\_6104194\\_6059010.html](https://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2022/article/2021/11/30/eric-zemmour-candidat-a-la-presidentielle-les-politiques-etrillent-un-discours-sinistre-et-momifie_6104194_6059010.html)
- Miller-Idriss, Cynthia, Pilkington, Hilary, 2019. « Women are joining the far right – we need to understand why », dans *The Guardian* [en ligne], 24 janvier 2023. Consulté le 7 août 2023 à 9 h 08.  
<https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/jan/24/women-far-right-gender-roles-radical-right-migrant-muslim>



- Richet, Enola, 2021. « Que représente le rameau d’olivier, présent sur le logo de campagne d’Éric Zemmour ? », dans *La Vie* [en ligne], 9 décembre 2023. Consulté le 3 août 2023 à 23 h 08.  
<https://www.lavie.fr/actualite/societe/que-represente-le-rameau-dolivier-present-sur-le-logo-de-campagne-deric-zemmour-79636.php>
- Tremblay, Pierre, 2021. « Après la déclaration de Zemmour, la référence à De Gaulle dénoncée par sa Fondation », dans *Huffington Post* [en ligne], 2 décembre 2021. Consulté le 3 août 2023 à 22 h 08.  
[https://www.huffingtonpost.fr/politique/article/apres-la-declaration-de-zemmour-la-reference-a-de-gaulle-denoncee-par-sa-fondation\\_190039.html](https://www.huffingtonpost.fr/politique/article/apres-la-declaration-de-zemmour-la-reference-a-de-gaulle-denoncee-par-sa-fondation_190039.html)
- Trippenbach, Ivonne, 2022. « Marine Le Pen : les cinq années où la candidate RN a tenté de faire oublier son échec de 2017 », dans *Le Monde* [en ligne], 8 février 2022. Consulté le 1 août 2023 à 23 h 42.  
[https://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2022/article/2022/02/08/election-presidentielle-2022-les-cinq-annees-ou-marine-le-pen-a-tente-de-faire-oublier-son-echec-de-2017\\_6112855\\_6059010.html](https://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2022/article/2022/02/08/election-presidentielle-2022-les-cinq-annees-ou-marine-le-pen-a-tente-de-faire-oublier-son-echec-de-2017_6112855_6059010.html)
- Vaudano, Maxime, Sanchez Léa, Imbach, Romain, Martinon, Luc, 2022. « Abstention au premier tour de la présidentielle 2022 : six cartes et graphiques pour comprendre », dans *Le Monde* [en ligne]. Consulté le 11 mars 2023 à 11 h 27.  
[https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2022/04/11/sept-cartes-et-graphiques-pour-comprendre-l-abstention-au-premier-tour-de-la-presidentielle-2022\\_6121706\\_4355770.html](https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2022/04/11/sept-cartes-et-graphiques-pour-comprendre-l-abstention-au-premier-tour-de-la-presidentielle-2022_6121706_4355770.html)

Dictionnaires et encyclopédies en ligne :

- Bathelot, Bernard, 2020. « Branding », *Encyclopédie du marketing* [en ligne]. Consulté le 2 juin 2023 à 14 h 59.  
<https://www.definitions-marketing.com/definition/branding/>

- Jerphagnon, Lucien, s.d. « LOGOS » *Encyclopædia Universalis* [en ligne]. Consulté le 4 avril 2023 à 11 h 12.  
<https://www.universalis.fr/encyclopedie/logos/>
  
- Le Robert, 2023. « Écoblanchiment », *Le Robert* [en ligne]. Consulté le 3 août 2022 à 15 h 14.  
<https://dictionnaire.lerobert.com/definition/ecoblanchiment>
  
- Le Robert, 2023. « Punchline », *Le Robert* [en ligne]. Consulté le 8 juin 2023 à 17 h 25.  
<https://dictionnaire.lerobert.com/definition/punchline>
  
- Mourlon, Jean-Paul, s.d.. « PATHOS », *Encyclopædia Universalis* [en ligne]. Consulté le 6 avril 2023 à 14 h 26.  
<https://www.universalis.fr/encyclopedie/pathos/>

Sites Internet :

- Auteur inconnu, 2022. « Déclaration de M. Emmanuel Macron, président de la République, candidat à l'élection présidentielle 2022, sur le bilan de son quinquennat et ses propositions économiques et sociales pour l'élection présidentielle, La Défense, le 2 avril 2022 », sur [vie-publique.fr](http://vie-publique.fr), 2 avril 2022. Consulté le 4 avril 2023 à 11 h 10.  
<https://www.vie-publique.fr/discours/286129-emmanuel-macron-02042022-meeting-la-defense-campagne-presidentielle>
  
- Billard, Aurore, 2021. « La rhétorique antique (2) : Principes et pratiques de l'art de l'éloquence *Loquendi antiqua elementa ususque* », sur [odysseum.eduscol.education.fr](http://odysseum.eduscol.education.fr). Consulté le 11 avril 2023 à 21 h 8.  
<https://odysseum.eduscol.education.fr/la-rhetorique-antique-2-principes-et-pratiques-de-lart-de-leloquence>

- Dixon, Stacy, 2023. « Most popular social networks worldwide as of January 2023, ranked by number of monthly active users », sur [statista.com](https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/), janvier 2023. Consulté le 4 avril 2023 à 10 h 49.  
<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Gautier, Maxime, 2017. « Répartition des suffrages exprimés pour les différents candidats au 1er tour de l'élection présidentielle en France du 23 avril 2017, selon la catégorie socioprofessionnelle », sur [statista.fr](https://fr.statista.com/statistiques/703906/resultat-vote-election-presidentielle-france-avril-premier-tour-profession/), avril 2017. Consulté le 10 août 2023.  
<https://fr.statista.com/statistiques/703906/resultat-vote-election-presidentielle-france-avril-premier-tour-profession/>
- Gautier, Maxime, 2022. « Répartition des intentions de vote d'une sélection de candidats pour le 1er tour des élections présidentielles de 2022 du 25 janvier 2022 au 6 avril 2022 », sur [statista.fr](https://fr.statista.com/statistiques/1273768/intention-de-vote-presidentielle-france-2022/), avril 2022. Consulté le 17 mars 2023 à 17 h 55.  
<https://fr.statista.com/statistiques/1273768/intention-de-vote-presidentielle-france-2022/>
- Gautier, Maxime, 2022. « Résultats du premier tour des présidentielles 2022 selon l'âge des électeurs », sur [statista.fr](https://fr.statista.com/statistiques/1302004/resultats-premier-tour-presidentielles-2022-age/), avril 2022. Consulté le 12 mars 2023 à 15 h 7.  
<https://fr.statista.com/statistiques/1302004/resultats-premier-tour-presidentielles-2022-age/>
- Le Pen, Marine, 2022. « Discours de la Convention Présidentielle à Reims », 7 février 2022. Consulté le 4 avril 2023 à 11 h 13.  
<https://mlafrance.fr/communiques/discours-de-la-convention-presidentielle-a-reims>
- Zemmour, Éric, 2022. « Le discours de Lille », sur [ericzemmour.fr](https://www.ericzemmour.fr/discours-lille), 5 février 2022. Consulté le 2 avril 2023 à 8 h 45.  
<https://www.ericzemmour.fr/discours-lille>

## Ressources vidéo en ligne

- Le Pen, Marine, 2022. « Convention présidentielle de Marine Le Pen à Reims | M la France », Marine Le Pen, sur la plateforme YouTube [en ligne], 5 février 2022. Consulté le 3 février 2023 à 11 h 45.  
<https://www.youtube.com/watch?v=hEVj9za0298>
- Macron, Emmanuel, 2022. « EN DIRECT | Emmanuel Macron avec vous à Paris La Défense Arena », Emmanuel Macron avec vous, sur la plateforme YouTube [en ligne], 2 avril 2022. Consulté le 4 février à 7 h 59.  
<https://www.youtube.com/watch?v=fnPrPR2jBkQ>
- Mélenchon, Jean-Luc, 2022. « Meeting immersif de Jean-Luc Mélenchon à Nantes », Jean-Luc Mélenchon, sur la plateforme YouTube [en ligne], 16 janvier 2022. Consulté le 3 février 2023 à 15 h 20.  
<https://www.youtube.com/watch?v=vdxHe12IUml>
- Viktorovich, Clément, 2019. « Clément Viktorovich : Zemmour, une rhétorique extrémiste — Clique — CANAL + », Clique TV, sur la plateforme YouTube [en ligne], 1 octobre 2019. Consulté le 12 avril 2023 à 15 h 54.  
<https://www.youtube.com/watch?v=L5JySPuYkVo>
- Zemmour, Éric, 2022. « Éric Zemmour : Meeting sur le Pouvoir d'Achat à Lille », Éric Zemmour, sur la plateforme YouTube [en ligne], 5 février 2022. Consulté le 3 février 2023 à 7 h 21.  
<https://www.youtube.com/watch?v=vwHt1p5xdfk>