

INTRODUCTION À L'ANALYSE DU DISCOURS POLITIQUE

QUELQUES ELEMENTS D'ANALYSE DU DISCOURS

Langue vs parole ou discours

1.La langue est une institution sociale, *un code commun* à une communauté linguistique: la langue est codifiée dans les dictionnaires (sémantique et orthographe phonétique) et les grammaires (syntaxe et orthographe grammaticale).

2.La parole est *un acte individuel*, un usage de la langue *dans une situation* particulière dont le produit est un texte (oral ou écrit).

La parole d'un locuteur révèle sa *compétence* linguistique.

3.Le discours est la mise en œuvre de la parole dans l'expression ou la communication dans un contexte social singulier; la *performance discursive* révèle la compétence et la capacité à utiliser la langue en contexte social.

L'ÉNONCIATION

Énoncé / énonciation / situation d'énonciation

L'**énoncé** est ce qui est dit ou écrit. Il se présente comme un texte.

L'**énonciation** est l'action, la manière d'énoncer. Acte de production individuelle du discours dans des circonstances données.

La **situation d'énonciation** (circonstances spatio-temporelles de l'énonciation) est la situation dans laquelle une parole a été émise ou la situation dans laquelle un texte a été écrit. La situation d'énonciation répond aux questions : qui parle? (l'énonciateur locuteur)? À qui (interlocuteur)? à quel moment ?

Quelle est l'intention communicative du locuteur ?

Parler ou écrire répondent toujours à un projet, **une intention communicative**. La communication, qui consiste à sortir de soi pour aller vers l'autre (interlocuteur), obéit à une intention utilitaire qu'il faut ***interpréter, comprendre***.

D'un point de vue pragmatique (théories de Austin)

Le discours est, selon une visée pragmatique, défini comme l'utilisation d'énoncés dans leur combinaison pour l'accomplissement d'actes sociaux. Le discours remplit trois fonctions :

- une **fonction propositionnelle** (ce que disent les mots) ;
- une **fonction illocutoire** (ce que l'on fait par les mots: accuser, ordonner, demander une information, promettre etc....) ; par l'acte illocutoire, s'instaure une relation, un rapport entre les interactants.
- une **fonction perlocutoire** (le but visé sur les destinataires), agir ou chercher à agir sur l'interlocuteur.

Observer les modalités de l'énonciation.

Lors de l'énonciation, le sujet parlant se situe:

- par rapport à l'interlocuteur
- par rapport au monde qui l'entoure
- par rapport à ce qu'il dit.

On distingue alors:

- **l'acte allocutif**: le locuteur implique l'interlocuteur, il tente *d'imposer* le contenu de son propos
 - modalités énonciatives: l'interpellation, l'autorisation, la proposition, l'interrogation...

- **l'acte élocutif**: le locuteur situe son propos par rapport à lui-même, il révèle sa position quant à ce qu'il dit.
 - modalités énonciatives: l'opinion, l'appréciation, le savoir, la promesse, l'obligation, la proclamation...

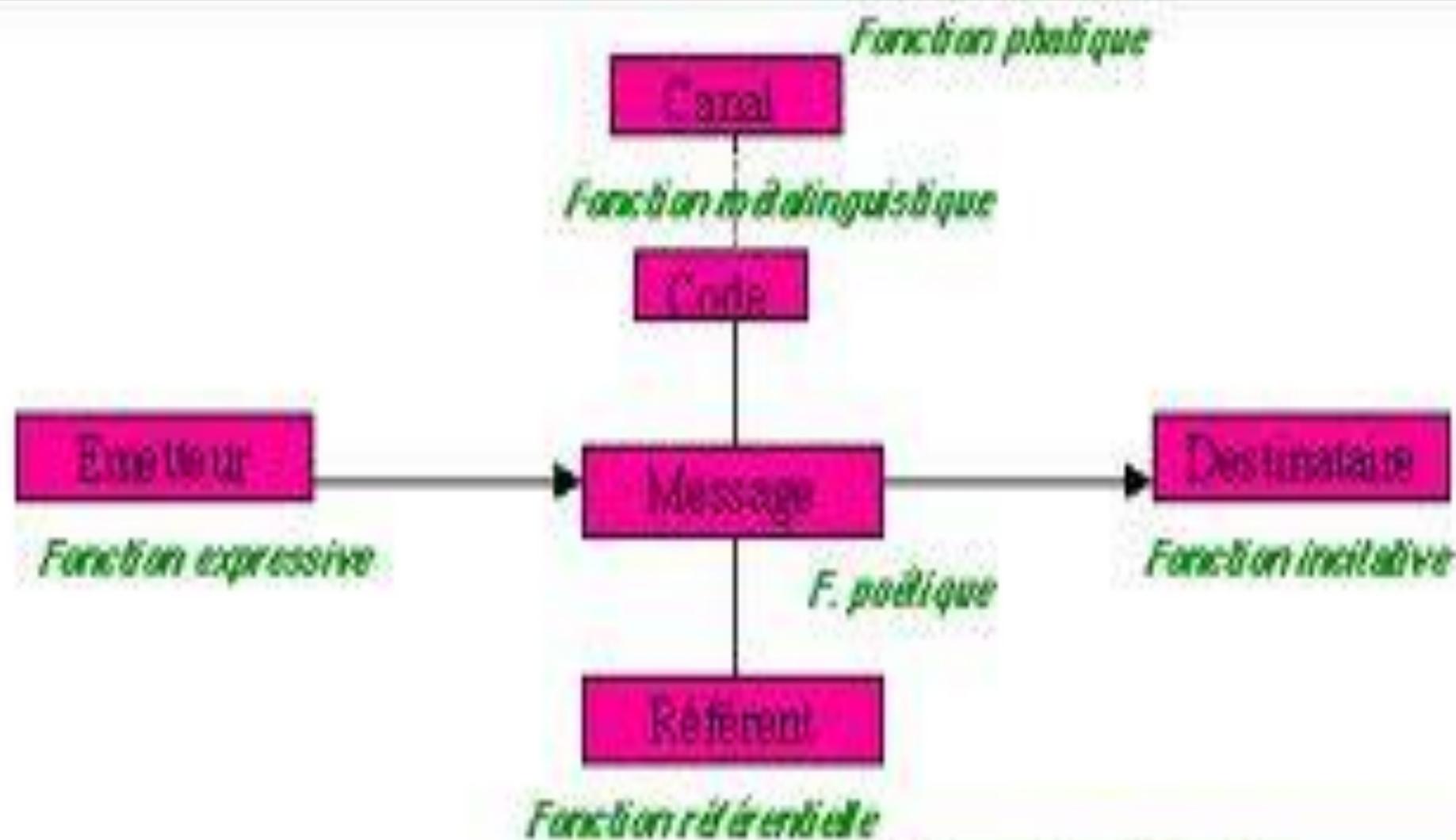
- **l'acte délocutif**: le locuteur laisse s'imposer le propos comme s'il n'en était pas responsable.
 - modalités énonciatives: l'assertion, le discours rapporté...

Le schéma des fonctions du langage de Jakobson

Le linguiste Jakobson, qui a étudié le langage humain, a pu y discerner six fonctions de base auxquelles nous recourons dans des proportions variables.

À partir des six facteurs de la situation de communication, il a établi un schéma de la communication qui met en valeur les six fonctions du langage qui leur correspondent.

Nous analyserons dans notre étude cinq fonctions.



Les fonctions du langage selon R. Jakobson

1. Fonction référentielle (ou dénotative)

Elle est liée au contexte spatio-temporel où la communication a lieu (deixis).

2. Fonction expressive (ou émotive)

Le message est centré sur l'émetteur qui souhaite exprimer son sentiment, son état émotif.

3.Fonction conative

Le message est centré sur le destinataire. Le message veut faire naître un certain comportement chez l'interlocuteur (persuasion, conviction). Normalement on utilise l'impératif, le point d'interrogation, les adjectifs ou les pronoms possessifs.

4.Fonction phatique

Le message cherche à établir ou à maintenir le contact. « Allô ? », « n'est-ce pas ? », etc. relèvent de la fonction phatique du langage.

5. Fonction poétique

Le message est centré sur lui-même, sur sa forme esthétique. Le langage joue sur son propre code.

Les divers types de textes produits par la langue écrite vont donc s'inscrire dans un de ces cinq enjeux qui vont les caractériser. Un texte donné utilisera prioritairement un projet mais on pourra trouver des traces d'une ou plusieurs autres fonctions.

Rhétorique classique

La rhétorique est la science théorique et appliquée de l'exercice public de la parole afin d'imposer ses représentations et d'orienter l'action.

En rhétorique antique Aristote distingue comme moyens de preuve utilisés dans le discours public :

- **le logos** : appel aux arguments logiques pour fonder une conviction
- **le pathos** : appel aux émotions
- **l'éthos** : les vertus qui rendent l'orateur crédible

Repris en analyse du discours :

- **l'éthos** désigne l'image de soi que le locuteur construit pour exercer une influence sur son allocataire, les valeurs qu'il s'attribue pour plaire;
- le **pathos** vise à créer une attitude émotionnelle, à construire une empathie pour remporter l'adhésion

ELÉMENTS DE CONSTRUCTION RHÉTORIQUE DU DISCOURS PROCESSUS EN 5 ÉTAPES

1.L'invention

Fondamentalement, c'est le choix de la matière à traiter dans le discours. L'invention est la recherche la plus exhaustive possible, par un orateur, de tous les moyens de persuasion relatifs au thème de son discours. Ces moyens sont : les sujets, les preuves et les arguments, les techniques de persuasion etc.

2.La disposition

Il s'agit de l'organisation du discours (le plan du discours).

3.L'élocution

La qualité essentielle de l'élocution est la clarté ; c'est l'élocution qui doit recevoir les ornements du discours. Celui-ci est organisé dans le détail. L'élocution porte sur le style de la rédaction : elle fait appel aux figures, au choix et à la disposition des mots dans la phrase, aux effets de rythme, au niveau de langage.

4. La mémoire

Elle est en effet indispensable à l'interprétation du discours. Quintilien va même jusqu'à dire qu'un « orateur qui serait entièrement dépourvu de mémoire devrait abandonner le métier. » Il faut dire que le discours doit être prononcé par cœur: mieux on possède son discours, plus on est capable de l'adapter aux objections et d'improviser.

5. L'action

Traditionnellement, l'action a deux aspects : la prononciation et le geste. L'action est le parachèvement (*la fin*) du travail rhétorique, l'énonciation effective du discours, la mise en œuvre des autres parties, où l'on emploie : les effets de voix, les mimiques, le regard, les techniques gestuelles. Ici, l'orateur devient acteur et doit savoir émouvoir par le geste et par les expressions du visage.

LE DISCOURS POLITIQUE

a. Le discours politique dans l'espace social

Le discours politique est **un élément de l'action sociale** régulant le “vivre ensemble”.

La communication politique est un *espace* où *s'échangent* des discours contradictoires entre trois acteurs légitimés à s'exprimer publiquement sur la politique : les hommes politiques, les journalistes et la voix de l'opinion publique.

On distingue **3 lieux de fabrication du discours politique** :

un lieu de gouvernance où s'exprime une instance politique au pouvoir ou instance adverse dans l'opposition;

un lieu de l'opinion ou de la société civile où s'exprime l'instance citoyenne;

un lieu de médiation où s'exprime l'instance médiatique (presse, médias...)

b. Les stratégies du discours politique

*L'homme politique doit se construire une **double identité discursive** ; l'une qui corresponde au politique, lieu de constitution d'une **pensée** sur la vie des hommes en société ; l'autre qui corresponde à la politique, lieu des stratégies de la **gestion du pouvoir**. (Charaudeau)*

L'homme politique parle pour tous, se veut la voix de l'intérêt général, veut *convaincre* qu'il l'est et que son action va dans ce sens, d'où une tendance énonciative à l'usage du « **on** » qui associe *je* et *nous*, *nous* et *tous*. Exemple : « On ne peut plus accepter cela ! »

La mise en scène du discours politique oscille entre **l'ordre de la raison d'un projet politique** (logos) et **l'ordre de la passion** (pathos) en mettant en avant des **valeurs** (éthos). Une stratégie consiste à construire son image à des fins de **crédibilité** et de **séduction** en dramatisant la prise de parole à des fins de persuasion pour provoquer l'adhésion par *empathie*.

c. Quelques stratégies de l'argumentation :

La présentation des valeurs : la simplicité, la brièveté, l'essentialité permettent d'être compris, cela entretient une illusion de rationalité partageable par tous.

Quelques arguments récurrents :

- la force des croyances partagées
- le poids des circonstances
- la nécessité d'agir
- le risque du dit
- la disqualification de l'autre (débat politique, par exemple)

d. Quelques stratégies de l'éthos (construction de l'image de l'homme politique)

L'identité du sujet politique est composée de deux éléments :

- son identité sociale : la personne avec son expérience
- son identité discursive : la personne qu'il construit à travers son discours

Dans la quête de sens le destinataire du discours tend à associer la personne construite par le discours et la personne en soi. L'homme politique dit : « Je suis ce que je veux être, étant effectivement celui que je dis que je suis » (R. Barthes). Il y a adhésion au projet politique si le destinataire fusionne l'identité discursive et l'identité sociale en accordant crédibilité aux propos de l'homme politique rapportés à sa perception de l'identité sociale mise en scène.

Dans le discours politique, la construction de l'éthos porte sur deux stratégies : éthos de crédibilité et éthos d'identification.

Ethos de crédibilité : il s'agit de parler de façon à prouver que l'on a le pouvoir de faire

- éthos de sérieux, mais si trop sérieux l'homme politique devient trop austère
- éthos de vertu : on s'attend à ce que l'homme politique donne l'exemple, rende compte de ses actes
- éthos de compétence :

Ethos d'identification : éléments du discours qui vont entraîner une identification du destinataire avec le locuteur, mais aussi on va identifier l'homme politique comme celui qui va faire ce qu'il dit, comme un **représentant magnifié** de soi.

- éthos de puissance : énergie, vitalité voire virilité.
- éthos de caractère : prise de position fortes, mais aussi domination de soi, force tranquille, courage dans l'adversité, fierté et orgueil mais aussi modération



- éthos d'intelligence : homme cultivé qui a des références, capable de fines réparties, mais pas de discours technocratique en langue de bois, faire sentir intelligent l'interlocuteur...
- éthos d'humanité : capacité d'exprimer des sentiments, avoir du goût, avoir une intimité
- éthos du chef : guide et leadership selon plusieurs modèles, guide-berger qui rassemble, guide-prophète qui a une inspiration visionnaire, guide-souverain qui incarne le peuple, qui est au-dessus de la mêlée, guide-commandeur selon un modèle autoritariste...

e. Quelques procédés linguistiques

- le bien-parler : qualités de vocalité (timbre, ton, rythme, articulation, marques régionales), correction formelle (liaisons, grammaire), choix du lexique et du niveau de langue approprié;
- le parler fort, le parler local, par opposition favorisent l'identification : « c'est un gars de chez nous »;
- le parler tranquille : résister à la polémique indique un respect de l'auditeur, une force de caractère...

f. Quelques procédés énonciatifs :

Observer la personne grammaticale utilisée dans l'énonciation (je, tu, il, on, nous, vous, ils) (élection présidentielle Mélenchon – utilisation du JE)

- **ÉNONCIATION ÉLOCUTIVE** (l'orateur se met en scène à la première personne)

• **éthos d'engagement** : moi, je... « *Moi président de la République, je ne serai pas le chef de la majorité, je ne recevrai pas les parlementaires de la majorité à l'Élysée. »*

• **effet “guide suprême”** : moi, la France « *Moi président de la République, il y aura un code de déontologie pour les ministres, qui ne pourraient pas rentrer dans un conflit d'intérêts. »*

• **éthos de solidarité, de rassemblement** : je, nous... « Il n'y aura de France unie, que si nous luttons contre les injustices, si nous corrigeons les inégalités, si nous choisissons la solidarité... » « Je veux rassembler les Français, que nous soyons...., que la France devienne.... », « Nous ne pourrons gagner ensemble que si la France.... »

-ÉNONCIATION ALLOCUTIVE (qui implique l'interlocuteur à la 2ème personne)

- observer les modalités d'adresse qui renseignent sur la relation que le locuteur veut construire avec l'interlocuteur tout en légitimant sa propre prise de parole.

Exemples : « Chers concitoyens... » : relation de familiarité partagée ;

« Françaises, Français... » : appel solennel à la nation qui construit sa propre figure de sauveur ;

« Chers camarades » dénote l'appartenance au parti communiste ;

« Chers compagnons » : parti gaulliste (Compagnons de la Libération). [Ex: Discours prononcés par Royal et Sarkozy].

-ÉNONCIATION DÉLOCUTIVE (sans marque de l'énonciateur, comme si le propos n'était pas de la responsabilité de son énonciateur)

- énoncé sous le signe de l'évidence : « L'avenir du pays est dans les mains du peuple », Les chiffres sont là, ils nous prouvent que... » ; « Il n'y a qu'un mot d'ordre : sécuriser, moderniser... » : on fait appel à des faits présentés comme vérités incontestables;
- formes impersonnelles : « Il faut former... et pour cela il est nécessaire de.... priorité donc à... » : on fait appel à une nécessité inéluctable.

Quelques imaginaires collectifs sollicités par le discours politique

- Imaginaire de la tradition : quête d'origine, retour aux sources
- Imaginaire de la modernité : effet de rupture, imaginaire du futur (technologique), du progrès
- Imaginaire de la lutte sociale : rhétorique marxiste vs libéralisme et pouvoirs économiques
- Imaginaire de la souveraineté populaire : dialectique entre l'identité nationale et le particularisme, entre l'égalité républicaine et les revendications de la différence

Le discours politique et l'opinion publique (selon P. Charaudeau)

Le discours politique apparaît comme la rencontre entre les visées d'influence de l'instance politique et les visées de requête de l'instance citoyenne qui s'exprime par le biais de l'opinion publique. Cette opinion est en partie construite par les médias qui recueille des éléments fragmentaires (sondages, témoignages, enquêtes, consultation d'informateurs, interviews) et dans ses articles tente d'essentialiser une opinion à partir des fragments d'information. Elle est aussi formée par les partis politiques qui organisent les opinions dans des cadres idéologiques.

Le président de la République s'est exprimé à l'issue du Conseil de Défense qui s'est déroulé ce matin (14 novembre 2015).

Mes chers compatriotes,

Ce qui s'est produit hier à Paris et à Saint-Denis c'est un acte de guerre.

Face à la guerre, le pays doit prendre les décisions appropriées.

C'est un acte de guerre commis par une armée terroriste, Daesh, contre la France et les valeurs que nous défendons partout dans le monde, contre ce que nous sommes : un pays libre qui parle à l'ensemble de la planète.

C'est un acte de guerre préparé, organisé, planifié de l'extérieur avec des complicités intérieures que l'enquête permettra d'établir.

C'est un acte d'une barbarie absolue.

A cet instant, 127 morts et de nombreux blessés.

Les familles sont dans le chagrin et la détresse.

Le pays est dans la peine.

Le deuil national est proclamé pour 3 jours.

Toutes les mesures pour protéger nos concitoyens et notre territoire sont prises.

Les forces de sécurité intérieure et l'armée, auxquels je rends hommage, sont mobilisées au plus niveau de leurs possibilités.

J'ai veillé à ce que tous les dispositifs soient renforcés.

La France, parce qu'elle a été lâchement agressée, honteusement, violemment, sera impitoyable à l'égard des barbares de Daesh et agira avec tous les moyens qui conviennent dans le cadre du droit et dans tous les terrains intérieurs et extérieurs en concertation avec ses alliés.

Dans cette période si douloureuse, grave et décisive pour notre pays, j'en appelle à l'unité au rassemblement, au sang froid.

Je m'adresserai au Parlement réuni en congrès à Versailles lundi.

La France est forte, même blessée elle s'élève toujours et rien ne pourra l'atteindre même si le chagrin nous assaille.

La France triomphera de la barbarie.

Ce que nous défendons c'est notre patrie, les valeurs d'humanité.
La France saura prendre ses responsabilités.

Vive la république, Vive la France.

Consulter le document: Analyse progressive pour illustrer les éléments d'analyse du discours du Président Hollande

Nous pouvons affirmer, selon les analyses faites jusqu'à présent, que le discours politique se trouve à la **croisée des chemins** : des sciences politiques, de la sociologie, de la linguistique.

Le discours disait Gorgias est un despote puissant. « Il s'utilise comme une arme. »

L'enjeu du discours politique est la *recherche de l'approbation*. Le discours produit, normalement, un effet de **rapprochement et d'adhésion, ainsi qu'un lien d'interaction entre les membres d'une société**. Être dans la société, c'est participer à une interaction (discours du Président Hollande que nous venons d'analyser).

On peut souligner que la langue est dépositaire d'expériences individuelles. Elle impose un chemin à la pensée subjective pour devenir extérieure et commune. Il y a un vocabulaire, une grammaire, une syntaxe et des sons.

Le discours est à l'origine de *l'objectivation* de la réalité personnelle, donc de **la mise en commun de l'opinion**.

Les fonctions du discours politique

Diverses fonctions sont attribuées au discours politique :

a) Une fonction structurante.

Le discours est le ciment du système politique. Almond et Powell (1966) (1), se sont exprimés largement à ce propos. Pour ces auteurs, le discours est la condition nécessaire de l'existence de la politique. Sans discours, il n'y a pas de politique.

(1) ALMOND, G., POWELL, B., Comparative politics. New York, Brown, 1966.

b) Une fonction décisionnelle.

Le discours y joue un rôle central. Le pouvoir a toujours besoin de persuader, de convaincre, de produire, et de procurer de l'information.

c) Une fonction pédagogique.

C'est une conséquence des autres fonctions. Le pouvoir politique, la politique tout court est faite d'une bonne dose de *manipulation*, même quand elle est pédagogique. Le propre du politique est de fournir un discours structurant afin d'entraîner l'adhésion et de maîtriser l'information.

d) Une fonction thérapeutique.

Ansart (1976) (2) développe l'idée selon laquelle le discours politique (et l'idéologie qu'il exprime) a vocation à apporter une cohérence symbolique à toute la masse idéationnelle qui constitue l'organisation du moi. Le discours politique est donateur de sens et lutte contre le resurgissement des doutes, il tend à fournir une rationalisation permanente de toutes les relations vécues. Ansart écrit : « le discours politique tend à éviter l'angoisse par le renouvellement des certitudes assumées ».

(2) ANSARD, P., « Discours politique et réduction de l'angoisse », Bulletin de Psychologie, Vol. X-X, 1976, p. 445-449.

Le discours politique n'a jamais cessé de se réclamer de l'efficacité: le but est bel et bien de faire agir l'autre. J. Goebbels s'en est inspiré fortement. Il dit : « Nous ne parlons pas pour dire quelque chose, mais pour obtenir un certain effet ». Cette phrase est lourde de sens, elle donne le ton et la mesure : le discours politique repose sur la **volonté absolue de convaincre**. Ainsi, deux questions sont posées d'une manière récurrente : Qu'est-ce que convaincre ? Qui convainc ?

Jusqu'à présent, il n'y a pas eu de réponse théorique unificatrice. La recherche des mécanismes s'est orientée très tôt psychologiquement : le discours n'est-il pas la physiologie de l'âme ? Sénèque le pense.

La tradition métaphysique grecque a répondu par l'introduction d'une notion à significations multiples : le logos. Espace de paroles et de raisonnement, le logos ouvre la voie à l'hypothétique, et permet au sujet de donner un sens objectivable à sa pensée. Avec le logos, dit Isocrate, l'homme discute à propos du doute et recherche l'inconnu. *La capacité discursive est le signe le plus important de la raison humaine.* Cette entité omniprésente et complexe semble guider la pensée et toute activité, donc la persuasion (élément clé du discours politique).

Comment l'homme politique se présente-t-il?

a) L'homme politique apparaît comme un « communicateur » (mécanisme de médiatisation) et pour ce faire — en tenant compte des variations personnelles — il doit élaborer une stratégie du « faire comprendre » qui tient compte d'une représentation du public et d'une utilisation du média.

b) L'homme politique se montre à la fois « lui-même » et « porte-parole » de son groupe (mécanismes d'«individuation et d'identification»). De ce fait, il apparaît que les variations suivent l'image que l'homme politique veut donner, bien que le déterminisme de la fonction soit fort.

c) L'homme politique se veut un constructeur de réalité d'où une accumulation de faits et de causes par rapport auxquels le leader se positionne et qui lui servent de démonstration de la vérité de son raisonnement, la crédibilité étant assurée par l'ancrage du leader et de son parti dans la réalité politique française (mécanisme de référentialisation) .

**Encore quelques mots sur le discours politique
et sur l'énonciation**

ENONCIATION:

Il existe plusieurs définitions de cette notion qui est très complexe. Donnons d'abord la définition du père fondateur de la linguistique, Ferdinand de Saussure, selon lequel le "discours est avant tout l'utilisation de la langue dans un contexte spécifique et donc dans une situation d'énonciation précise".

L'énonciation consiste donc dans le fait que quelqu'un - l'énonciateur – dit ou écrit quelque chose – l'énoncé – à un moment donné, dans un lieu précis.

L'énonciateur est, en d'autres termes, celui qui, concrètement, **produit** des énoncés soit oraux soit écrits dans un contexte spatio-temporel précis.

Il faut distinguer entre le sujet parlant et l'énonciateur, puisque le producteur réel du dit pourrait ne pas être la personne qui dit « Je ».

Tout cela arrive souvent dans le discours politique quand les discours sont *rédigés* par les « **plumes** » = des personnes qui rédigent des discours pour d'autres personnes.

Pour ce qui est de la politique française, la 1^{ère} plume à avoir atteint un certain succès a été Henri Guaino, plume de Nicolas Sarkozy.

MARQUES D'ENONCIATION

L'énonciateur peut laisser des traces de sa présence dans l'énoncé.

Ces traces s'appellent marques; elles peuvent être lexicales, lorsqu'elles concernent les mots, ou typographiques, quand elles consistent en éléments typographiques comme les italiques, les guillemets...

Rhétorique de style

**Les figures de style couramment
utilisées en politique**

L'oxymore

Figure de style qui réunit deux mots en apparence contradictoires.

Souvent utilisé pour faire paraître les choses plus positive, ou plus acceptable, ou pour fabriquer un terme technique désignant un concept, soit malhonnête, soit vide.

Exemple : “Développement durable”, “croissance positive”, “redressement productif”, “démocratie représentative”, “capitalisme raisonné”, “la dictature démocratique”, “flexisécurité”

« Croissance négative », « capitalisme raisonné », « développement durable », sont de beaux exemples d'oxymores ! Un mot vient annuler la charge péjorative et négative de l'autre. On obtient ainsi un terme facilement mémorisable et audible par le plus grand nombre, même s'il est totalement dénué de sens. Car de la même façon que la croissance ne peut pas être négative, le capitalisme ne peut, par sa nature même (compétitivité, liberté des prix, recherche du profit maximum), être raisonné.

L'Hyperbole :

Figure de style exagérant la réalité dans le but de la magnifier ou de la fustiger/frapper. L'hyperbole correspond le plus souvent à une exagération qui tend vers l'impossible. Elle est souvent utilisée pour moduler la réalité par rapport au concept que l'on veut imposer (et qui peut être faux).

Exemples : “ les privilèges acquis”, “des quartiers déglingués par la délinquance et le chômage (F.Fillon)”, “des cités interdites à la police (F.Fillon aussi)”, “être dans l'Union européenne, c'est se protéger des Américains et des Chinois” (beaucoup d'andouilles ces derniers temps), “projet qualité”, “projet d'optimisation des coûts”, “les charges patronales”, “érigeons un front républicain contre la barbarie” ...

Parler de « privilèges acquis », et non de « droits acquis », est non seulement une contre-vérité, mais aussi un moyen efficace de remettre en cause des droits, auxquels on souhaite faire renoncer, ou que l'on veut diaboliser. Un droit est une victoire du peuple et des libertés. Un privilège est inique par nature et doit être aboli.

Le Pléonasme :

Figure de style appuyant un propos par une redondance de termes. C'est un renforcement d'idées, par une deuxième expression allant dans le même sens que la première expression ou qui se trouve être synonyme au premier mot.

Le pléonasme est souvent utilisé dans un but d'insistance, elle vise à lutter contre l'usure des mots et l'affaiblissement de l'expression, lorsque cette expression en vient à perdre de son importance, ou qu'il a trop été utilisé.

Exemples : “Démocratie participative”, “dangereux terroriste”, “socialiste de gauche”, “démocratie populaire”, “une opportunité à saisir”, “tri sélectif”, “opposer son veto”, “lien social”.

Le terme de “Démocratie participative” est emblématique de l’usage de cette figure de style. Le mot démocratie est déjà un terme précis et clair, ce qui implique que l’ajout d’un adjectif est inutile et est la preuve même d’une manipulation. De plus, l’adjectif “participatif” est presque un synonyme, puisque son sens nous dit que les gens y ont la parole et plus encore des moyens d’action.

•L'anaphore :

Figure de style qui consiste à commencer des phrases ou des ensembles de phrases par le même mot ou la même formule dans un but d'insistance.

Utilisé pour insister sur un point, ou pour répéter un mot-clef, pas forcément de manière immédiatement visible, afin de marteler ce mot-clef et de le mettre en tête de l'interlocuteur.

Exemple : “moi président..... ”, “Président/Candidat exemplaire...” (Fillon), “être patriote” (E.Macron), “hypocrite ! ” (Mélanchon)...

Il s'agit tout simplement de martelage. On insiste directement sur l'idée que l'on souhaite faire passer. Ainsi, Macron en répétant le terme “être patriote” suggère entre autres qu'il l'est et que ses opposants ne le sont pas. Ce qui est faux au vu de son programme, soit vide, soit prônant une souveraineté européenne extrême. A contrario, et même s'il inverse la figure de style, Mélanchon démontre combien ses adversaires sont “hypocrites” et insinue que lui-même, ne l'est pas.

Ce qui là encore est faux étant donné son parcours et ses actes, ou son programme, au premier abord intéressant, mais qui était parsemé suffisamment de contradiction et de flou artistique pour être en définitive inapplicable (surtout au vu des directives de l'UE).

•Le chiasme :

Consiste à croiser des éléments dans une phrase ou un ensemble de phrases, selon le modèle : ABBA.

A pour but en politique, non seulement **d'allonger** un discours, ou **d'affirmer des faussetés**, mais permet également de renforcer une antithèse, ou souligner l'union de deux concepts susceptible de se contredire.

Exemple : “La vérité, c’est qu’il existe des régimes spéciaux de retraites qui ne correspondent pas à des métiers pénibles et qu’il existe des métiers pénibles qui ne correspondent pas à un régime spécial de retraite.”
(N.Sarkozy)

•L'euphémisme :

Consiste à **atténuer** l'expression de faits ou d'idées considérés comme désagréables dans le but d'adoucir la réalité.

Souvent utilisé pour adoucir certains concept ou fait négatif, ou faire croire qu'un fait négatif est finalement plutôt positif.

Exemples : “ une baisse tendancielle de l’augmentation du nombre de chômeurs.” (N Sarkozy), “frappe aérienne”, “frappe chirurgicale”, “privatisation partielle”, “dommages collatéraux”, “opération militaire de l’OTAN”, “ contre-performance”

Ces exemples sont révélateurs de la totale hypocrisie de leurs locuteurs. Il s'agit de formule soit à consonance affective neutre, soit adoucie et servant souvent à adoucir et à rendre acceptable des faits désastreux, ou moralement attaquable à la base.

Ainsi, la "privatisation partielle" désigne en fait une procédure de privatisation en court, bouleversant l'organisation d'un service public (licenciement, baisse de budget, politique du chiffre...) et coutant non seulement de l'argent aux contribuables, mais détruisant également au passage la notion égalitaire de droit au dit service public pour tous, entre autres choses...

•La tautologie :

Figure de style qui consiste à définir un mot par lui-même.

Mais souvent, sous couvert d'énoncer une évidence, la tautologie ne répète le mot que pour imposer comme une essence la chose à laquelle il renvoie.

Souvent utilisé pour combler un vide, mais également pour mettre en avant un mot-clef ou un concept et insister dessus.

Exemple : “ce projet, c’est notre projet” (E.Macron)...

•Le néologisme et la périphrase :

Le néologisme consiste à créer un nouveau mot ou une nouvelle expression, le prendre à une autre langue dans un souci de communication, ou de reprendre un autre mot, pour ensuite, désigner ou changer de sens une expression que l'on souhaite remplacer ou éliminer de son vocabulaire ou du vocabulaire commun.

La périphrase est une figure de style qui consiste précisément à remplacer un mot par un groupe de mots signifiant approximativement la même chose, mais pas forcément chargé affectivement de la même manière.

Sert à occulter, ou rendre inutilisable un mot, un concept, ou une expression, et rendre ainsi obsolète le concept, ou le sens premier ou suggéré de ce mot ou expression. Sers également à rendre acceptables des concepts inacceptables ou à diaboliser des notions valeureuses au départ.

Exemple : “Classe moyenne pour remplacer les termes classe laborieuse, ou classe ouvrière, ou classe exploitée”, “les assistés pour parler des défavorisés”, “Les casseurs, remplace le terme manifestants, protestataire, révolté “...”, “la communication ou le journalisme remplace le terme propagande”, “le chaos et l’excès de violence devient l’anarchie”, “le concept d’aliénation s’amalgamant avec l’expression “ complotisme “ (dans le sens où si l’on commence à parler d’aliénation des masses par exemple, il y a de fortes chances pour être ensuite accusé de complotiste)”. ”.

L'expression "classe moyenne" est intéressante au sens où elle est utilisée de sorte à masquer une réalité sociale et une catégorie sociale fortement chargée politiquement et toujours existante à notre époque. Certes, les différents termes pour désigner la même classe sociale se sont succédé (classe laborieuse, les exploités, les travailleurs...), mais ils portaient tous une charge symbolique forte et fédératrice, liés au champ lexical ouvrier.

Discours prononcé par Victor Hugo à Paris le 21 août 1849

À qui s'adresse l'énonciateur (c'est-à-dire la personne qui prononce, dans ce cas, l'énoncé?)

- Le vœu de Victor Hugo est la paix entre les pays d'Europe, donc l'arrêt des guerres (« guerre absurde ... impossible ..., plus de ... champs de bataille ..., les boulets et les bombes seront remplacés ..., on montrera un canon dans les musées... »).

- Il **s'adresse aux nations (co-énonciateurs)** du continent européen (« ...vous toutes, nations du continent..., vous constituerez la fraternité européenne... »).

Il **s'adresse aux nations (co-énonciateurs)** = c'est comme si les nations jouent un rôle à côté de l'énonciateur.

- Dans ce discours, Hugo annonce des formes de gouvernance pour l'Europe et d'union politique.

- **GOVERNANCE** = il imagine une grande assemblée législative commune qui remplacerait les différents parlements et assemblées législatives nationaux.

- Il parle de **VOTE** des peuples au « *suffrage universel* » et de l' « *arbitrage d'un Sénat souverain* ».

UNION POLITIQUE: Il évoque étroite fusion des nations, du continent « l'unité supérieure » de la « fraternité européenne », faisant un parallèle entre France, Russie, Italie, Angleterre, Allemagne et cinq régions françaises.

Par ailleurs, le parallèle qu'il établit entre les Etats-Unis d'Amérique et les Etats-Unis d'Europe peut laisser supposer (**SUPPOSITION**) une organisation politique de type fédération ou confédération: « Un jour viendra où l'on verra ces deux groupes immenses, les Etats-Unis d'Amérique, les Etats-Unis d'Europe, placés en face l'un de l'autre, se tendant la main ... échangeant ... »

- Le temps et le mode verbal le plus utilisé dans le discours de V. Hugo est l'**INDICATIF FUTUR**: son rôle est celui d'annoncer une prédiction, d'invoquer quelque chose sur le ton du visionnaire.
- Le FUTUR donne au propos de V. Hugo une valeur « prophétique » qui se réalisera de façon certaine.

PROCÉDÉS RHÉTORIQUES :

• **ANAPHORE:** “un jour viendra où” (x 6 fois)

• **PROCÉDÉ D'AMPLIFICATION:** on trouve un allongement en deux mouvements des trois premières phases du discours = 1^{ère} phase: 2 lignes; 2^{ème} phase: 6 lignes; 3^{ème} phase: 9 lignes.

• **ALLÉGORIE:** les deux continents sont décrits comme des personnes agissant pour le bien général (« ...ces deux groupes immenses, les Etats-Unis d'Amérique, les Etats-Unis d'Europe, se tendant les *mains* par-dessus les mers..., échangeant leurs produits, améliorant la création et combinant ensemble... »).

Ces procédés sont destinés à produire sur l'auditoire:

- Écoute attentive
- Identification
- Adhésion
- Exaltation
- Espoir

• Dans ce discours, la dernière phrase représente le moment **culminant du discours**: deux immenses forces solidaires auront associé leurs richesses de toutes sortes pour améliorer « la création sous le regard du créateur ». V. Hugo, qui était un penseur, un artiste militant et un chrétien, place en équilibre les deux forces dans lesquelles il croit: *la fraternité des hommes et la puissance de Dieu.*