Les noms propres dans le discours politique

Marina BELOUS
Université d'Etat de Moldavie, Chisinau

Abstract: Political speech is very important at the beginning of the 21st century. The democratization process developed in most of the European countries makes the political speech the most popular form of political "attack". The task of the effective political speech is to persuade. The elements that contribute to the process of persuasion are not obviously expressed in the text, that is why we have to accept that a complete study of a political speech must include elements of the psychology, sociology and not only.

Studying the political speeches shows that there is a number of words which are used the most: justice, efficiency, perspective, order, solution, unemployment and in some countries – salary. The chosen words determine the success and the effect of the speech. The proper nouns can provide connotations which allow the hidden critics: e.g. *Iraq will be a second Vietnam for G. W. Bush.* This is direct critic of the war in Iraq by making a parallel with the Vietnam War, the most unsuccessful war in the history of American strategy. The name *"Mussolini"* means more than a historical personality, it means *fascism, Italy, war. Lenin*, name that means a lot for ones, symbolizes at the same time *rising against the church, scarifying everything for "the collectivity", totalitarism.* By using proper nouns in the political speeches it is possible to align and compare many actual problems to the past experiences.

Le discours politique est une composante essentielle du langage au commencement du XXI siècle. La démocratisation enregistrée par la majorité des Etats européens pendant la dernière décennie a fait du langage le principal moyen pour « attaquer » l'adversaire politique. Le discours politique efficace se base sur les éléments discursifs qui ont pour but la persuasion et les éléments de la théorie de la «pertinence» [Sperber et Wilson, 1986].

BDD-A17881 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 08:46:50 UTC)

Les effets perlocutionnaires n'ont pas de marcations explicites dans la structure de l'énoncé, c'est pourquoi on ne peut pas en parler comme d'une dimension dans le cadre de l'acte de la parole. Une analyse dans le domaine suppose une étude interdisciplinaire, qui englobe des éléments linguistiques et des éléments de psychologie ou de sociologie; de même, il serait intéressant de réaliser des sondages dans le but d'apprécier les effets des discours politiques.

Ce qui constitue l'efficacité du discours politique, c'est le message, qui doit comporter une nouvelle information, parfois inattendue, parfois même choquante pour qu'elle présente intérêt. Le processus de persuasion n'est possible dans l'absence de l'attention de la part de celui à qui le message est adressé. Le récepteur du discours doit écouter de sa propre initiative, ce qui est déterminé en grande partie par les intentions de l'émetteur. En produisant des messages, celui qui parle fait appel à l'attention du récepteur, en lui suggérant l'importance du discours. On peut même dire que plus le message est accessible, plus il est écouté et donc analysé par le récepteur. Les émetteurs des discours politiques agissent sur leurs récepteurs voulant obtenir une communication réelle. Il est vrai que les politiciens essayent de persuader leur public, en faire leur adepte. Ce fait réside dans leur manière de structurer le message, de mettre les accents logiques et d'utiliser une gestualité et une mimique convaincantes lors des discours oraux. Les émetteurs ne disent pas directement aux récepteurs qu'ils ont l'intention de changer les opinions de ces derniers, on constate que la persuasion dans ces cas est un processus et une intention cachés, le plus bizarre est que ce fait est connu réciproquement ! Pour qu'un discours soit réussi, il doit contenir des informations sur les problèmes courants, dont les solutions vont apporter des changements positifs dans la vie des récepteurs. Alors que peut proposer un homme politique dans son discours ? D'abord donner des informations, ensuite agir sur l'opinion des électeurs et enfin, si possible, modifier leur comportement.

BDD-A17881 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 08:46:50 UTC)

Chaque force politique a des marques lexicales propres, chaque locuteur a ses mots personnels qui lui servent, bien sûr, à décrire le monde ou à traiter un sujet, mais plus encore à signer ses propos, à marquer son discours, à s'identifier. Il existe des individualisations linguistiques qui correspondent aux identités politiques des orateurs. Il y a un vocabulaire communiste et un vocabulaire républicain, une phraséologie révolutionnaire et une phraséologie conservatrice. Il y a, dans la nuance, un lexique gaullien ou bonapartiste et un lexique giscardien ou orléaniste. Ces lexiques, répétons-le, servent à donner des signes de reconnaissance, à délimiter des territoires linguistiques, à définir des identités politiques. Les analyses font ressortir les mots, tous les mots, qui discriminent – comme un code génétique – un discours par rapport à un autre. Pour mettre en évidence une opinion distincte, originelle ou même une critique cachée on préfère utiliser des moyens individuels, parmi eux – les noms propres sont une source importante et encore pas suffisamment étudiée (*L'Irak risque de devenir le second Vietnam pour G. W. Bush / L'Italie va proposer un «Maastricht» pour les retraités / Israël se sent libre à intervenir partout dans Gaza mais Auschwitz ne peut pas tout justifier*).

Les discours politiques sont structurés sur deux types de thème: positif et négatif. Par exemple, un politicien se sert des éléments positifs pour donner plus de valeur et faire apprécier son programme. Le lexique à valeur négative est utilisé pour caractériser les adversaires, en thématisant la dichotomie Moi / Nous et Il / Lui / Ils / Eux. Les marques lexicales négatives servent à la création d'une image grotesque des contre candidats, en offrant aux récepteurs une seule alternative : celle de ne pas les accepter. Un autre cas d'emploi des moyens lexicaux à valeur négative est… l'absence d'un programme propre, donc on recourt à la critique pour ne pas exprimer des idées. Il est bien connu que de tels politiciens n'ont pas beaucoup de chances. Plus le pays est développé du point de vue démocratique, plus les discours politiques se rapprochent du statut de chef-d'œuvre de la rhétorique.

BDD-A17881 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 08:46:50 UTC)

Les recherches récentes dans le champ de l'argumentation et du discours politique ont mis en relief le fait qu'il y a trois niveaux auxquels on doit prêter attention: syntaxique, lexical et rhétorique. Les phrases trop longues, à plusieurs propositions subordonnées mènent à la diminution de l'attention des récepteurs et de leur appréciation positive vis-à-vis de l'image de l'orateur, car on considère que le candidat / politicien parlant trop n'est pas capable à des choses concrètes. Les propositions courtes servent à maintenir l'attention par un bon rythme et à rendre le message plus relevant et attractif.

„Vom construi o economie de piata functionala, bazata pe concurenta loiala, pe eficienta /…/" [Ion Iliescu, *Discursul de acceptare a candidaturii*, 5.10.2000].

„Relansarea economica pe termen scurt impune dezvoltarea întreprinderilor mici si mijlocii. /…/ Un obiectiv strategic vital îl constituie refacerea si dezvoltarea agriculturii românesti." [Ion Iliescu, *Discursul de acceptare a candidaturii*, 5.10.2000].

„Voi propune viitorului Parlament si viitorului guvern câteva masuri de combatere a saraciei extreme pentru ajutorarea familiilor cu multi copii si a celor monoparentale. /…/ Sistemul de protectie sociala va deveni coloana vertebrala a solidaritatii nationale" [Ion Iliescu, *Discursul de acceptare a candidaturii*, 5.10.2000].

Du point de vue rhétorique, le moyen d'expression le plus utilisé est la question rhétorique qui crée l'impression d'une communication fictive entre le politicien et l'auditoire. De même, on utilise largement l'anaphore rhétorique, ce qui permet de suivre facilement la ligne du sujet.

Un des plus intéressants niveaux est le niveau lexical. Le choix des unités d'expression est le plus important: ce sont ces éléments qui forment le message. On atteste nombre de mots le plus souvent utilisés dans les discours politiques: *efficacité, ordre, justice, perspective, chômage, solution* et – dans le cas de certains pays – *salaire*. Dans le discours politique, les moyens lexicaux peuvent acquérir des valeurs inattendues. C'est notamment le cas

BDD-A17881 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 08:46:50 UTC)

des noms propres qui peuvent être porteurs de différentes connotations socio-culturelles. *L'Irak risque de devenir le second Vietnam pour G. W. Bush* (*Les infos*, TV5).

Le nom propre *Vietnam* n'a pas la seule fonction de dénommer un pays de l'Asie mais il est utilisé plutôt pour faire allusion à un événement historique qui a eu des conséquences graves pour les Etats-Unis de l'Amérique où l'on atteste encore une diagnose connue, le soi-disant «syndrome de Vietnam », c'est une « tache noire » dans la stratégie politique fructueuse de l'Etat américain pendant le XX^{e} siècle et dans ce message on fait allusion à la politique inadéquate des Américains dans le contexte de l'intervention militaire en Irak.

Nous constatons ainsi que le nom propre peut être chargé non seulement de connotation affective et véhiculer des souvenirs personnels, il peut toucher toute une collectivité ou un groupe d'individus donné, car dans de pareils cas on a affaire au fonctionnement de la connotation socioculturelle. Par exemple, en entendant le nom « Mussolini » on y saisit plus qu'une personnalité historique: on entend fascisme, Italie, guerre; ou quand on dit «Lénine» on n'entend simplement le nom propre d'une personne quelconque mais nous revoyons les images de la révolte/ révolution de 1917 en Russie, car ce nom évoque un bagage de croyances et courants idéologiques divers: révolution contre l'église, l'individu sacrifié à la collectivité, anticléricalisme, totalitarisme. Bien sûr, ces impressions changent en fonction du pays où on les emploie, donc la connotation socioculturelle se fonde sur un processus d'association entre le mot lui-même et les événements (politiques, religieux, économiques) vécus et partagés ou non par un groupe d'individus.

Les connotations socioculturelles sont souvent reliées à des stéréotypes, c'est-à-dire à des opinions toutes faites. Il y a des avantages dans l'utilisation des noms propres marquant des connotations socioculturelles dans un discours car ils constituent en somme un argument de poids aux idées véhiculées. Souvent ce sont des noms qui provoquent des sentiments favorables. Il est intéressant d'observer le lexique employé par les politiciens

BDD-A17881 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 08:46:50 UTC)

pendant la période des campagnes électorales car l'éthique des uns ne permet pas de « montrer du doigt », mais ils peuvent recourir à la critique non-exprimée directement qui permet de lanser aux rivaux des allusions au sens défavorable. Il est vrai que l'étude des connotations socioculturelles dans les textes qui remontent assez loin dans le temps est une opération assez difficile. C'est une étude qui exige une connaissance poussée des personnalités ou événements de l'époque à travers diverses sociétés.

«Si chaque fois que Chirac fait des conneries, de Gaulle devait se retourner dans sa tombe, ce serait une centrifugeuse…» (*Libération*, 14.04.2004).

Le nom propre de Charles de Gaulle est employé dans des buts expressifs. L'auteur de l'article a voulu évoquer le contraste entre la qualité des réformes de l'actuel président de la France et la période de Charles de Gaule. On sait très bien que la personnalité de Charles de Gaulle est devenue pour les Français le synonyme du patriotisme et de la lutte pour le progrès du pays. Donc le message permet la perception d'une critique à demi cachée exprimée à l'aide des connotations transmises par le nom propre et l'intensité du phénomène critiqué est exprimée par le rapport «se retourner / centrifugeuse», donc telle est la fréquence des (mauvaises) réformes produites par Jacques Chirac.

«*Comme les attentats, les prises d'otages sont une arme terroriste qui vise les démocraties à leur talon d'Achille, c'est-à-dire la nécessité pour leurs dirigeants d'avoir le soutien de leurs opinions publiques.»* (*TV5*, 14.04.2004).

Le nom propre « Achille » (personnage central de l'Iliade, qui est mort blessé au talon par une flèche) est employé pour évoquer d'une manière ironique la situation créée en Irak après l'intervention militaire des forces de la coalition. L'expression « le talon d'Achille » est assez répandue et symbolise la faiblesse de quelqu'un qui se considère comme très puissant. Dans notre exemple on fait référence aux démocraties en soulignant que les opinions publiques de tous les pays sont très sensibles au fait que la fréquence de prises d'otages est plus élevée ces derniers temps et on fait encore allusion à la situation créée en Espagne au mois

BDD-A17881 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 08:46:50 UTC)

de mars 2004 quand les attentats terroristes les plus sanglants dans l'histoire de l'Europe ont connu une influence énorme sur les gens et aux élections qui ont eu lieu trois jours après le gouvernement qui a soutenu l'intervention en Irak n'a pas pu obtenir la majorité. Probablement l'auteur de l'article veut mettre l'accent sur ces faits et le nom propre connoté rend le message plus vif et convaincant.

«*L'Italie va proposer un «Maastricht» pour les retraités*» (*Le Figaro*, 21.04.2003).

«Maastricht» est le nom de l'accord signé entre les pays membres de la Communauté Européenne, concernant un espace économique et monnétaire unique ainsi qu'une Banque centrale européenne. Par ses valeurs connotatives, le nom propre transmet l'information sur ce que le pays planifie une réforme du code des lois qui règlementerait les conditions de la retraite, loi qui doit avoir un caractère pareil à l'accord de Maastricht, donc être unique.

«*Suite aux événements des dernières années l'Europe est en passe de devenir une «Eurabie», car ils s'installent chez nous et sans aucun respect pour les lois ils nous imposent leurs idées, coutumes, leur Dieu*» (*Libération*, 18.04.2004).

Le nom propre créé par l'auteur de l'article exprime les soucis que l'Europe court le danger de devenir le continent des Arabes, d'ici les composants du nom: Europe + Arabie = Eurabie. Cet article fait partie de la série d'articles qui sont apparus suite aux scandales en France liés aux signes d'appartenance religieuse. Les musulmans ont organisé des manifestations contre ces lois voulant obtenir la permission de se comporter de la façon qu'ils jugent adéquate. Mais les Français expriment leur anxiété disant déjà devenir une colonie de l'islam. Cette affirmation est confirméé aussi par des statistiques qui constatent qu'en France il y a plus des musulmans que dans tout autre pays européen.

L'idée de valeur sémantique discursive du nom propre est présente, depuis les années 1960, comme une sorte de tradition cachée ou parallèle. Différents chercheurs utilisent dans ce sens des termes variés: "épaisseur sémantique" ou "feuilleté" pour R. Barthes à propos de Proust (1) [Barthes 1972 (1967)]; "conno-

BDD-A17881 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 08:46:50 UTC)

tation associative" pour C. Kerbrat-Orecchioni dans *La connotation* [1977]; "potentialités signifiantes" pour P. Siblot [1987]; "évocations symboliques" mentionnées par P. Charaudeau dans sa *Grammaire du sens et de l'expression* [1992]; "halos positifs et négatifs" pour M. Wilmet dans sa *Grammaire critique du français* [1997]; et, tout récemment, "omnisignifiance" pour G. Cislaru dans sa thèse sur la sémantique des noms de pays [2005]. C'est un thème controversé qui présente intérêt jusqu'à nos jours; c'est pourquoi on continue les études dans le domaine.

Les discours politiques aident les hommes politiques à se manifester. L'homme politique joue un rôle, c'est un acteur, il tente de remplir une tâche en utilisant différents moyens lexicaux, psychologiques etc. Finalement, c'est peut être plus intéressant et divertissant qu'autre chose.

Bibliographie

Niculescu-Gorpin, Anabella-Gloria, **Modalitati de persuadare si efectul perlocutionar în discursul politic**, Institutul de Lingvistica „Iorgu Iordan - Al. Rosseti", Bucuresti, 1994.

Charaudeau, P., **Grammaire du sens et de l'expression**, Seuil, Paris, 1992.

Gary-Prieur, M. N., «Recatégorisation des noms de personne», ***Le français moderne***, Paris, 1990.

Mayaffre, Damon, «Dire son identité politique», in ***Cahiers de la Méditerranée***, no, 17/2001, Paris.

Ticheva, Nelly, ***Political Speeches or How to Manipulate a Mass Audience Verbally***, Sofia University, 2002.

Arsiti, Smiela, **Repere ale unei perspective semantice asupra discursului politic**, 2004.

Jonasson, K., **Sens dénotatif et sens connotatif des noms propres modifiés**, Nathan, Paris, 1990.

BDD-A17881 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 08:46:50 UTC)