L'ethos politique dans le discours électoral du Front National français entre 2007 et 2012: ressemblance ou divergence?

Ali ALSAFAR
a.k.alsafar@gmail.com
Université de Koweit

Résumé: Selon Charaudeau (2005: 87), l'ethos correspond à l'image que l'auditoire a de l'orateur avant sa prise de parole, et ce que l'orateur reflète de lui-même dans sa prise de parole. Cet article interroge la notion d'ethos politique en la croisant avec la construction de l'intersubjectivité dans le langage. Il s'appuie sur les outils de la linguistique praxématique et de la linguistique énonciative. Son objectif est de montrer la manière dont les deux candidats du Front National se présentant, respectivement, aux élections présidentielles de 2007 et de 2012, construisent, dans leurs professions de foi, leur ethos politique, et si leurs stratégies, en matière de construction d'ethos, sont identiques ou différentes.

Mots-clés: ethos, profession de foi, intersubjectivité, praxématique, discours politique, élections présidentielles.

Introduction

La notion d'*ethos* vient de la Grèce antique où «εθος, personnage» désigne l'image de soi que l'orateur construit dans son discours pour contribuer à l'efficacité de son dire, autrement dit, pour exercer une influence sur son auditoire. Dans la tradition de la rhétorique antique coexistent deux positions contraires: celle d'Aristote, pour qui l'ethos se construit surtout dans et par le discours de l'orateur versus celle d'Isocrate, qui considère l'ethos comme une donnée préexistante fondée par l'autorité individuelle et institutionnelle de l'orateur.

Dans le domaine des sciences du langage d'aujourd'hui, c'est Maingueneau qui reprend et réadapte la notion. Pour lui (1998: 138), l'ethos est «ce que l'orateur prétend être, il le donne à entendre et à voir».

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

L'ethos ne renvoie donc pas exclusivement à l'image discursive de soi, car il existe aussi un ethos préalable ou prédiscursif correspondant à l'image que le coénonciateur (auditoire) peut se faire de l'énonciateur (orateur) avant sa prise de parole. Les tenants de la première position considèrent donc que le sujet langagier est un être de discours construit, tandis que les partisans de la deuxième position soutiennent l'idée selon laquelle le sujet langagier n'est qu'un être social empirique.

Selon Charaudeau (2005), qui adapte la notion au discours politique, l'ethos est à la fois discursif et prédiscursif, car, il se construit à partir de l'image que le l'auditoire (coénonciateur) a de l'orateur (énonciateur) avant sa prise de parole, et ce que l'énonciateur dit dans/par sa prise de parole. De ce fait, l'ethos de l'homme politique demeure un facteur très important pour faire adhérer les gens à ses idées.

Pour construire, discursivement, un ou plusieurs ethos politique(s), l'homme politique, en l'occurrence, le candidat, doit s'appuyer sur certaines stratégies discursives et énonciatives. Cet article cherchera, exclusivement, à décrire la manière dont chaque candidat(e) met en scène, à travers l'emploi de marques de personne et des procédés d'effacement énonciatif qui seront décrits *infra*, un ou des ethos qui lui est (sont) spécifique(s), afin de comprendre si chaque candidat suit une stratégie qui lui est propre, ou si tous les deux mettent en œuvre la même stratégie.

Pour ce faire, je tenterai, à travers l'analyse d'un corpus composé des professions de foi des deux candidats du Front National (désormais FN) participant aux élections présidentielles de 2007 et de 2012, de répondre, essentiellement, aux deux interrogations suivantes:

– Quel(s) est (sont) le ou les ethos politique(s) que les deux candidats mettent en scène et pourquoi?

– Quelles sont les différences ou similitudes de stratégie entre le candidat de 2007 Jean-Marie Le Pen (désormais J.-M Le Pen) et la candidate de 2012 Marine Le Pen (désormais M. Le Pen)?

Qui dit image de soi dit image pour autrui, à savoir les électeurs. J'ai donc relié, dans cet article, la question de l'ethos à celle de l'intersubjectivité car, comme nous allons le voir *infra*, la construction de l'ethos est fortement liée à la construction de l'intersubjectivité.

1. Approche de l'intersubjectivité

1.1. L'actualisation textuelle

Avant d'entrer dans le cadre de la théorie de l'actualisation textuelle, il semble indispensable de définir le concept d'actualisation utilisé par la linguistique praxématique, et emprunté à Bally et Guillaume:

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

> "L'actualisation est conçue comme une opération graduelle réalisant une explicitation / objectivation plus ou moins achevée de la mise en spectacle linguistique" (Détrie *et alii*, 2003: 163).

Selon la linguistique praxématique et les travaux menés par Barbéris (1998) dans le cadre de la théorie de l'actualisation textuelle, la subjectivité doit être pensée comme une intersubjectivité car selon elle, l'énonciateur ne peut se poser comme sujet dans la scène énonciative qu'en co-construisant l'énonciation avec son coénonciateur: de la sorte, l'énonciation devient coénonciation, puisque, d'une certaine façon, les deux participent à l'activité discursive. Ainsi, la construction de la subjectivité, ou dorénavant, de l'intersubjectivité peut ne pas être un processus achevé une fois pour toutes comme le pense Benveniste, mais un processus graduel qui se développe et se renégocie au cours de l'interaction.

> "Je n'emploie *je* qu'en m'adressant à quelqu'un, qui sera dans mon allocution un *tu*. C'est cette condition de dialogue qui est constitutive de la personne, car elle implique en réciprocité que *je* devienne *tu* dans l'allocution de celui qui à son tour se désigne par *je*" (Benveniste, 1966: 260).

1.2. De l'actualisation textuelle aux modes de textualisation

Détrie et Verine (2003), Détrie (2006) et Verine (2011) dans leur reprise et aménagement des travaux de Barbéris, distinguent deux types de construction des rapports intersubjectifs, autrement dit, deux modes de textualisation selon leur propre appellation, relevant de «la combinaison de choix formels permettant de décrire la profondeur énonciative d'un texte, et la plasticité de l'intersubjectivité qu'il construit». (Détrie *et alii*, 2003: 166):

– Le premier relève d'une textualisation en *soi-même*. Ce mode, qui pose une disjonction achevée entre les pôles interactionnels du locuteur-énonciateur et de l'interlocuteur-coénonciateur, illustre la théorie de la subjectivité de Benveniste mentionnée *supra*.

– Le second relève d'une textualisation *en même*. Contrairement au premier, il ne discrimine pas explicitement les pôles énonciatifs, et les envisage plutôt dans une sorte de halo énonciatif, ce que signale l'emploi d'outils d'implicitation comme *on, ça*, mais aussi des énoncés averbaux, des infinitifs, et maints indices d'empathisation ou de synchronisation des points de vue, qui seront traités *infra*.

Dans cette optique, tous ces outils, et particulièrement *on*, qui est, au pied de la lettre, un pronom prépersonnel (en antériorité des discrimi-

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

nations personnelles, puisqu'il peut toutes les représenter) comme nous allons le voir *infra*, sont dotés d'une plasticité intersubjective.

Ces deux modes de textualisation ne sont que les pôles extrêmes d'un continuum pour ce qui concerne la construction intersubjective: toutes les positions intermédiaires sont possibles, et un discours s'inscrit certes préférentiellement dans un mode ou l'autre, mais les positionnements intersubjectifs peuvent être remis en cause en divers points du discours. Ainsi une textualisation globalement en *soi-même* peut être biaisée pour construire une intersubjectivité empathique ou afficher des points de vue en synchronisation (c'est-à-dire envisageant son autre énonciatif comme un *même*, ce que signalent concrètement *on* ou certains emplois de *nous*.

La notion de mode de textualisation permet ainsi de mettre en perspective les phénomènes d'identification-synchronisation coénonciative, ou au contraire de dissensus. Chacun de ces deux phénomènes peut contribuer à la mise en œuvre d'un ethos politique spécifique.

1.3. Des modes de textualisation à la construction de l'ethos

La notion d'ethos est donc, repensée en articulation à l'autre pôle énonciatif et à l'idée d'une subjectivité pensée comme une intersubjectivité. Ainsi, l'ethos se construit dans le rapport entre coénonciateurs, autrement dit, dans la nécessaire indépendance des deux pôles énonciatifs.

Chacun de ces deux modes de textualisation permet de construire un ethos spécifique: le mode de textualisation en *soi-même*, qui construit une relation intersubjective sur le mode disjonctif entre l'énonciateur et son coénonciateur (je *vs* tu), et pose de la sorte l'énonciateur comme orchestrateur de la scène énonciative, permet à ce dernier de marquer ses distances par rapport aux coénonciateurs, et donc de construire un rapport qui peut être dissensuel. *A contrario*, le mode de textualisation *en même*, qui ne discrimine pas l'énonciateur et le coénonciateur, en utilisant certains emplois de *on* et de *nous* (dont la propriété est de déplacer le centrage énonciatif effectué par *je*), permet à l'énonciateur de construire une indifférenciation subjective visant la fusion des points de vue, et donc d'instaurer un rapport d'empathie avec le coénonciateur.

Après avoir défini la théorie de l'actualisation textuelle et les modes de textualisation, Je présenterai dans le point suivant les outils permettant la construction textuelle de l'intersubjectivité en soi-même et en même.

2. Les marques linguistiques de la construction textuelle de l'intersubjectivité

Les marques linguistiques de la construction textuelle de l'intersubjectivité sont, entre autres, les marques de personne et les procédés d'effacement énonciatif.

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

2.1. Les marques de personne

a) Le couple «Je-Tu/Vous»

Les marques linguistiques permettant à un énonciateur de construire une textualisation en *soi-même* sont prioritairement les pronoms personnels de première et de deuxième/cinquième personne (désormais P1, P2 et P5), (Je / tu-vous), car ils posent une distinction achevée des deux pôles énonciatifs: *énonciateur* (candidat) vs *coénonciateur* (électeur) (énoncé 1).

(1) Je vous promets un état impartial.

b) Le «nous»

Le pronom personnel de P4 (nous) en emploi exclusif (énoncé 1) relève aussi d'une textualisation en *soi-même*: (je + ils) s'affirmant comme totalement discriminés du (vous). Tandis que, lorsqu'il est en emploi inclusif (énoncé 2) tend, en revanche, vers une textualisation *en même*, car il permet d'envisager les coénonciateurs dans une dynamique énonciative commune (je + vous).

(1) Avec les partenaires sociaux, nous créerons la sécurité sociale professionnelle.

(2) Je sais que si nous voulons, nous pouvons.

Dans l'énoncé-1 (extrait de la profession de foi de N. Sarkozy EP 2007), le *nous* peut référer: soit au candidat en tant que futur Président élu et aux partenaires sociaux; soit au candidat qui parle au nom de tous ses collaborateurs (son parti politique). Mais, en tout cas, il ne renvoie pas aux électeurs car il s'agit d'une promesse électorale que seul le candidat peut tenir.

Dans l'énoncé-2 (extrait de la profession de foi de N. Sarkozy EP 2007), le *nous* est inclusif, car il renvoie à la fois au candidat et aux électeurs (je + vous).

Pour Benveniste (1966: 234-235), il existe un *nous* ne désignant pas une somme d'individus mais un sujet collectif: «la personne verbale au pluriel peut exprimer une personne amplifiée et diffuse». Il s'agit du *nous* de majesté ou de modestie. C'est la raison pour laquelle, j'emploie le terme quatrième personne (désormais P4) et non première personne de pluriel.

c) Le prépersonnel «on»

Le pronom prépersonnel *on* est plus ambigu que *nous*, car il est doté d'une totale plasticité référentielle lui permettant de se substituer à tous les autres pronoms personnels, et d'une plasticité énonciative puisqu'il

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

peut être embrayeur en discours, ou débrayeur en énonciation historique. Ainsi, selon l'assise énonciative qui lui est conférée, *on* peut être au service d'une textualisation en *soi-même*, ou *en même*:

(i) *on* désignant l'ailleurs qui peut lui-même construire:

– Une altérité indéterminée: *on* bascule alors du côté de l'autre, «ailleurs» du *je*. *On* désigne alors l'aliud, en relation apparemment disjonctive avec l'espace du *je*, un là-bas où je ne suis pas;

– Une troisième personne identifiée (ou une sixième personne = il(s)/elle(s)).

(1) Depuis vingt-cinq ans, on vous dit que contre le chômage, la crise de logement, l'exclusion, les délocalisations, on ne peut rien faire. On vous explique que la politique ne peut plus agir.

Le *on* employé dans l'énoncé-1 (extrait de la profession de foi de N. Sarkozy EP 2007), renvoie à de la non-personne (d'autres ailleurs non définis), en disjonction radicale avec la sphère coénonciative incluant *je* et *vous*. Autrement dit, ce *on* ne réfère ni au candidat, ni aux électeurs, mais il réfère aux hommes politiques ayant gouverné la France par le passé

(ii) *on* peut aussi être dans la sphère du *je*, et subir son attraction: il construit alors un halo énonciatif auquel *je* participe, le *non-je* renvoyant à une pluralité définie ou non:

– *on* est une instance très vaste qui implique la présence de *je*: *on* dans ce cas neutralise l'opposition *personne/non-personne*, travaillant la non-identification du référent;

– *on* construit un halo énonciatif auquel *je* participe: le système énonciatif sollicitant globalement la P4, en glissement de la P1, *on* est alors un relais énonciatif visant la construction d'une voix consensuelle, où l'autre est perçu en *même*, sur le mode de la fusion intersubjective. Autrement dit, *on* égale presque *je*, soit une assise très restreinte, jusqu'à renvoyer presque exclusivement à *je*;

(2) Depuis 2002, je vous ai montré que l'on pouvait agir.

Dans l'énoncé-2, l'assise énonciative de *on* est beaucoup moins large, et renvoie plus ou moins à *je* (N. Sarkozy).

(iii) *on* indécidiable: *je* + *vous* ou *vous* exclusivement

(3) Comment en est-on arrivé là?

Il peut s'agir d'un *on* qui réfère à la fois au candidat *je* et aux électeurs *vous*, et ayant pour objectif de moduler la discrimination des deux pôles énonciatifs pour mettre en jeu le «tous ensemble», ou d'un *on* indécidiable renvoyant aux partis qui ont partagé le pouvoir durant les années

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

précédentes. Dans les deux cas, *on* s'avère un outil de biaisage de la textualisation en *soi-même*.

2.2. L'effacement énonciatif

L'énonciateur peut aussi s'effacer de son dire en ne laissant aucune trace de subjectivité. Cette stratégie s'appelle *l'effacement énonciatif*, définie par Vion (2001: 334) comme:

> "une stratégie, pas nécessairement consciente, permettant au locuteur de donner l'impression qu'il se retire de l'énonciation, qu'il «objectivise» son discours en «gommant» non seulement les marques les plus manifestes de sa présence (les embrayeurs ou déictiques) mais également le marquage de toute source énonciative identifiable".

2.2.1. Les marques de l'effacement énonciatif

Il y a deux marques essentielles qui servent à l'effacement énonciatif: la première est le désembrayage que l'on trouve surtout dans les textes scientifiques et juridiques, et la seconde est l'absence de déictiques et de subjectivèmes affectifs ou axiologiques. Mais il y a aussi d'autres marques moins visibles que Rabatel (2004) classe sur trois plans en fonction du type de référence:

a) Au plan de la référence nominale

Le sujet parlant peut utiliser des procédés comme:

– la substantivation des adjectifs: *une défaite cruelle → la cruauté de la défaite*

– les nominalisations: *Droit au premier emploi pour les jeunes*

– les SN précédés par des actualisateurs génériques (le, les): *La France est un grand pays*

– masquer la référenciation nominale au profit du pronom prépersonnel (on): *On nous dit que contre le chômage, on ne peut rien faire*

b) Au plan de la référence verbale

Il y a aussi plusieurs procédés comme:

- les phrases averbales: *La France forte, La France libre*
- l'infinitivation: *Protéger la planète pour préparer l'avenir*
- l'impersonnalisation: *Il reste encore beaucoup à faire, Il n'y a aucune fatalité*
- la passivation: *La loi sur l'avortement doit être abrogée*

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

- les énoncés stéréotypiques: *La politique est parfois impuissante.*

c) Au plan de la connexion entre syntagmes et propositions

Selon Rabatel (2004),

> "Les marqueurs paraissent davantage rétifs à l'effacement énonciatif car les connecteurs logiques et les marqueurs spatio-temporels expriment les relations entre objets du discours en fonction des préoccupations intersubjectives, interactionnelles du locuteur, tout comme les conjonctions et locutions conjonctives, les prépositions et locutions prépositives ou les adverbes: c'est pourquoi l'effacement énonciatif s'accommode mal de la phrase complexe et apparaît dans maintes phrases simples, voire averbales".

Toutefois certains marqueurs peuvent échapper à cette règle: c'est le cas des marqueurs spatio-temporels avec le choix de repérages anaphoriques, et certains connecteurs lorsqu'ils semblent indiquer des relations entre objets indépendamment du point de vue du locuteur ou de l'énonciateur qui les évoque.

(1) À gauche de la voiture, il y a un sapin.

Enfin, Rabatel (2004: 110) précise qu'il est assez vain d'ambitionner de donner une liste complète et homogène des marques d'effacement énonciatif.

2.2.2. Le but de l'effacement énonciatif

L'effacement énonciatif est un des outils qui permettent au sujet parlant de poser ses propos comme objectifs, ce qui lui permet de leur donner plus d'autorité et de crédibilité, car, ils seront considérés plutôt comme des informations, voire des évidences que comme des opinions personnelles traduisant son point de vue subjectif. Rabatel (2004: 112) insiste sur ce point en disant que:

> "les énoncés qui effacent l'origine énonciative du locuteur comportent des contenus plus directement acceptables pour le co-énonciateur que ceux qui passent par la médiation du locuteur-énonciateur".

Par exemple, une phrase telle «Les 35 heures ont été une des plus graves erreurs économiques commises dans notre pays» est moins discutable que «Je (pense/crois/estime) que les 35 heures ont été une des plus graves erreurs économiques commises dans notre pays»: il est en ef-

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

fet plus facile d'enchaîner sur le deuxième énoncé que sur le premier, et donc de pouvoir le contester: «vous avez tort».

Ce genre d'énoncé sans énonciateur apparent, dits aussi énoncé objectivisé, facilite l'adhésion du public aux thèses avancées par le sujet parlant puisque, comme je l'ai déjà dit *supra*, il présente ce qui est dit comme une assertion indiscutable.

Enfin, il est important de préciser deux points:

– comme l'indique Vion (2001), l'effacement énonciatif relève d'un simulacre, puisque le locuteur ne peut pas ne pas manifester d'une manière ou d'une autre sa présence. En d'autres termes, Charaudeau (1992: 650) dit:

> "qu'il s'agit d'un jeu que joue le sujet parlant, comme s'il lui était possible de ne pas avoir de point de vue, de disparaître complètement de la scène d'énonciation, et de faire parler le discours par lui-même".

– l'effacement énonciatif peut actualiser deux types de positionnement énonciatif: le premier vise à l'objectivation du dire, et lui confère la force de l'évidence (discours scientifiques et juridiques), alors que le deuxième cherche plutôt à construire un rapport empathique avec l'autre, et propose la synchronisation des points de vue (mode de textualisation *en même*).

Le rapport empathique peut être instauré, comme je l'ai dit *supra*, en utilisant *on*, des infinitifs, le démonstratif *ça*, des présentatifs, c'est-à-dire des formes qui n'inscrivent pas un énonciateur spécifique, et cela à certains moments seulement dans un énoncé: dans la conversation quotidienne, dans le discours romanesque, politique, avec des *nous* qui impliquent tous les citoyens par exemple.

3. L'ethos politique

L'ethos de l'homme politique, et plus précisément du candidat est un facteur très important pour faire adhérer les gens à ses idées, puisqu'en politique comme dans d'autres domaines, il ne suffit pas d'avoir de bonnes idées, mais il faut aussi avoir la bonne manière pour les faire passer. Pour ce faire, l'homme politique doit être à la fois crédible pour que l'on puisse croire en son pouvoir de faire, et servir de support d'identification à sa personne parce que, pour adhérer à ses idées, il faut que l'on adhère à sa personne.

Charaudeau (2005) regroupe les figures d'ethos politique en deux grandes catégories: la catégorie des ethos de crédibilité: ethos de vertu, de

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

sérieux et de compétence, et la catégorie des ethos d'identification: ethos de puissance, de caractère, d'intelligence, d'humanité, de chef et de solidarité. Les premiers sont fondés sur un discours de raison, et les seconds sur un discours d'affect.

3.1. Les catégories de l'ethos politique

3.1.1. Les ethos de crédibilité

La crédibilité est, selon Charaudeau (2005: 91), "le résultat d'une construction opérée par le sujet parlant de son identité discursive de telle sorte que les autres soient conduits à le juger digne de crédit". Donc, le sujet parlant, en l'occurrence l'homme politique, doit à travers son discours se montrer crédible. Pour ce faire, il doit satisfaire à trois conditions essentielles: (a) condition de sincérité ou de transparence, c'est-à-dire que son discours doit refléter ses vraies pensées; (b) condition de performance qui, comme son nom l'indique, doit montrer que l'homme politique est en mesure de tenir ses promesses; (c) condition d'efficacité qui doit prouver que l'homme politique a les moyens d'appliquer ce qu'il promet et que les résultats sont positifs.

a) L'ethos de sérieux

L'homme politique peut se construire un ethos de sérieux en faisant des déclarations sur soi-même démontrant sa compétence et son expérience, et en évitant d'annoncer des promesses difficilement réalisables qui risquent de mettre sa crédibilité en péril. Par exemple, en réaction à l'engagement pris par le candidat F. Hollande aux élections présidentielles de 2012 d'augmenter le nombre de fonctionnaires publics, son concurrent le président sortant N. Sarkozy l'a traité de menteur lors de ses meetings à Annecy le 16/2/2012 et à Marseille le 19/2/2012 en déclarant que celui qui tient ce genre de promesses dans une période de crise financière sans précédent ne peut être qu'un menteur.

b) L'ethos de vertu

L'homme politique doit faire preuve de sincérité, de fidélité et d'honnêteté personnelle pour que les gens voient en lui un exemple à suivre. Or, cette image ne se construit pas du jour au lendemain, mais à travers le temps et surtout en ce qui concerne la fidélité. L'homme politique peut aussi construire cet ethos en explicitant dans son discours ses qualités de fidélité à ses engagements et à ses valeurs en démontrant qu'il a toujours suivi une même et seule ligne politique.

Voici un exemple tiré de la profession de foi de F. Hollande EP 2012 – 1er tour:

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

"Je ne veux rien promettre que je ne sois capable de tenir. (…) Je veillerai à l'exemplarité de l'État et des élus".

c) L'ethos de compétence

L'homme politique doit montrer aussi qu'il possède à la fois savoir et savoir-faire, car il ne suffit pas de connaître les symptômes pour soigner la maladie, mais il faut aussi trouver les bons remèdes. Autrement dit, il doit montrer que non seulement il connait tout sur tous les sujets politiques, mais qu'il est aussi capable de les gérer. Cela n'est autre que le résultat d'un long parcours politique riche en expériences. C'est la raison pour laquelle les candidats à une élection quelconque essaient de mettre en avant dans leurs discours électoraux leurs atouts en matière de politique afin de conquérir un maximum d'électeurs.

Voici un exemple tiré de la profession de foi de N. Dupont-Aignan EP 2012 – 1er tour:

"Le Maire le mieux élu de France: En 1995, il est élu à 34 ans Maire de Yerres (30000 habitants) ville de l'Essonne alors en faillite. Aujourd'hui, les finances sont redressées avec une dette réduite de moitié. Il est le premier à avoir consulté la population par un référendum local. Il a crée en quelques années plus de 400 logements sociaux".

En somme, l'ethos de crédibilité est à la fois préconstruit et construit: il est préconstruit à partir de ce qu'on sait déjà sur le sujet parlant avant sa prise de parole, et il est construit à partir de ce que le sujet parlant montre de lui même à travers ses discours, qui doivent confirmer l'opinion que l'électeur se fait du candidat, si ce dernier la juge positive. Cependant, il n'est pas toujours très aisé de changer un ethos de crédibilité, car ceci prend beaucoup de temps et exige des discours minutieusement préparés. Par ailleurs, malheureusement pour le candidat, un dérapage médiatique peut saper tout son effort.

Un cas intéressant peut être observé dans la vie politique d'aujourd'hui est celui de la présidente du FN M. Le Pen: s'agissant de l'effort qu'elle fait dans ses interventions afin de supprimer une des principales caractéristiques du FN sous la présidence de son père J.-M. Le Pen, à savoir celle d'un parti antisémite.

3.1.2. Les ethos d'identification

J'ai souligné *supra* le fait que les figures de l'ethos d'identification se fondent sur l'affect social: le citoyen, au travers d'un processus d'iden-

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

tification irrationnel, fond son identité dans celle de l'homme politique. Charaudeau (2005: 105) précise ce point en ces termes:

> "L'ethos se construit dans un rapport triangulaire entre soi, l'autre et un tiers absent porteur d'une image idéale de référence: le soi cherche à endosser cette image idéale, l'autre se laisse emporter par un mouvement d'adhésion à la personne qui s'adresse à lui par l'intermédiaire de cette même image idéale de référence".

Comme l'ethos de crédibilité, l'ethos d'identification est caractérisé par quelques images dont certaines sont plutôt tournées vers le soi, car elles sont censées refléter des traits définissant et essentialisant les hommes politiques en tant que personnes comme l'ethos de *puissance*, l'ethos de *caractère*, l'ethos d'*intelligence* et l'ethos d'*humanité*. D'autres, comme l'ethos de *chef*, sont plutôt tournées vers le citoyen puisqu'elles se fondent sur une relation nécessaire entre soi et autrui.

a) L'ethos de puissance

Il s'agit pour l'homme politique de montrer dans ses déclarations verbales sa capacité d'être un homme d'action et non seulement un homme de paroles. Pour ce faire, il faut "se montrer fort en gueule par la voix et le verbe" (Charaudeau 2005: 105). Certains hommes politiques vont même jusqu'à ridiculiser, menacer et insulter leurs adversaires pour apparaître comme des hommes forts ne craignant rien. Par contre, l'homme politique ne doit pas se montrer la plupart de temps offensif, car ceci risque de nuire à son image politique qui peut apparaître caricaturale.

b) L'ethos de caractère

Cette fois, c'est la force de l'esprit qu'il s'agit de montrer et non plus la force du corps. La force de caractère peut apparaître sous diverses figures:

1) La vitupération

Il s'agit d'exprimer ses critiques et son indignation par un langage fort mais calculé et maîtrisé, témoignant d'une indignation personnelle et provenant d'un jugement de l'esprit qui a besoin d'être exprimé avec force.

2) La provocation

Ce sont les déclarations qui ont pour but exclusif de faire réagir quelqu'un, au point que l'on ne sait jamais si les propos tenus doivent être considérés comme reflétant la pensée de celui qui les énonce.

Voici un exemple tiré de la profession de foi de J.-M. Le Pen EP 2007 – 1er tour:

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

> "Hélas, dans un même élan de complicité destiné à tromper l'opinion, les partis du système UMP-UDF-PS-PC se sont solidarisés pour maintenir leurs privilèges. Leurs engagements d'aujourd'hui ne valent pas plus que leurs promesses passées. Comment pourriez-vous croire qu'ils feront demain ce qu'ils non ni su, ni pu, ni voulu faire hier?"

Cependant, un homme politique ne doit pas se laisser trop aller à la provocation car abuser de cette arme peut refléter une image de provocateur ou du *candidat-sans-idées*.

c) L'ethos d'intelligence

L'ethos d'intelligence fait partie des ethos d'identification dans la mesure où il peut entraîner chez autrui admiration et respect, et faire adhérer les esprits à la personne qui en fait montre. Dans le domaine de la politique, l'intelligence est perçue à travers la façon dont l'homme politique agit et parle à l'occasion du surgissement des événements politiques, mais aussi à travers ce que l'on peut apprendre de son comportement dans sa vie privée.

d) L'ethos d'humanité

Il faut que l'homme politique se montre humain, c'est-à-dire qu'il doit être capable de faire preuve de sentiments, de compassion envers ceux qui souffrent, mais aussi d'avouer ses faiblesses ou montrer quels sont ses goûts jusqu'aux plus intimes. Cet ethos se joue sur deux figures:

1) La figure du sentiment

L'homme politique ne doit pas trop montrer ses sentiments pour ne pas risquer de passer pour un faible, car en politique il faut contrôler ses affects. Cette figure ne transparait donc que dans les moments très difficiles (catastrophes naturelles, accidents, famines, etc.), où les hommes politiques se doivent d'adresser quelques mots de compassion aux victimes en manifestant leur propre affection.

2) La figure de l'aveu

Comme la figure du sentiment, l'aveu aussi peut être une marque de faiblesse, c'est pourquoi il est très rare en politique que quelqu'un avoue ses fautes ou ses échecs et surtout s'il est toujours en exercice ou en quête d'un nouveau mandat. Toutefois, certains hommes politiques n'hésitent pas à avouer leurs erreurs même en période électorale, cherchant par là à construire un ethos de courage et de sincérité.

Voici un exemple tiré de la profession de foi de N. Sarkozy EP 2012 - 2nd tour:

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

"Je n'ai pas toujours pu aller aussi loin que je l'aurais souhaité. Mais jamais je n'ai renié les valeurs pour lesquelles vous m'aviez fait confiance."

e) L'ethos de chef

Comme il a été dit *supra*, l'ethos est tourné à la fois vers soi et vers autrui. C'est une construction de soi pour que l'autre adhère, s'identifie à cet être qui est censé représenter un autre soi-même idéalisé. J'ai aussi précisé au début de ce point que certains ethos sont tournés vers le citoyen alors que d'autres sont tournés vers soi. L'ethos de chef est, plus que les autres, tourné exclusivement vers le citoyen car il requiert des propriétés qui mettent en avant la relation de dépendance entre l'homme politique et le citoyen. Il se manifeste à travers diverses figures.

1) La figure de guide suprême

Chaque groupe social a besoin d'un être supérieur capable de le guider. Ce guide peut être issu du groupe ou extérieur à celui-ci. Aussi peut-il exister en chair et en os mais avec des qualités qui en font un être hors du commun, ou alors, il est un être abstrait, une voix qui indique le chemin à suivre. Cette figure connaît plusieurs variantes:

– le guide-berger

Il est un rassembleur, celui qui réunit le troupeau, l'accompagne en le précédant, éclaire sa route avec une tranquille persévérance, bref, un leader que le citoyen a envie de suivre.

– le guide-prophète

Il est à la fois garant du passé et tourné vers l'avenir. Il ressemble au guide-berger dans son rôle de rassembleur, mais le berger est davantage ancré dans l'ici-bas, c'est-à-dire au même niveau que le reste de son groupe, alors que le prophète se trouve dans l'au-delà, c'est-à-dire placé à un niveau supérieur que le reste de son groupe par les qualités dont il est censé disposer. L'homme politique, en endossant le rôle du guide-prophète, apparaît comme un être inspiré, voire visionnaire, donnant confiance au peuple.

Cette figure du prophète est une tentation permanente pour tout homme politique dans la mesure où elle construit une image de père et d'inspirateur de génie qui propose au peuple une possible rédemption à la condition de le suivre.

2) La figure du chef-souverain

Elle met en avant la capacité de l'homme politique de se construire un ethos qui lui fait prendre une position de garant des valeurs et va jusqu'à le faire confondre avec ces valeurs. Il y a deux façons pour faire cela:

– La première, en tenant des propos qui rappellent au public les valeurs de la société auxquelles il est très attaché comme tous les membres

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

de la société, et en promettant de ne pas les changer, voire, au contraire, de les mettre davantage en valeur, comme par exemple la V^{ème} République, la laïcité, l'égalité, etc.

Voici un exemple tiré de la profession de foi de F. Hollande EP 2012 – 1er tour:

> "Je ferai respecter les lois de la République partout: la justice sera rendue indépendante et plus rapide; les principes de la laïcité seront inscrits dans la Constitution".

– La seconde consiste à prendre une position au dessus de la mêlée, de s'éloigner le plus possible des polémiques en refusant d'entrer dans des conflits stériles qui ne mènent nulle part. Ce faisant, l'homme politique s'attribue une position de suprématie, ou de dominance. Cependant, adopter une telle attitude peut comporter quelques risques. D'un côté, ne pas répondre aux attaques systématiques des adversaires, en faisant la sourde oreille, chercher à montrer qu'ils n'ont pas suffisamment du poids, et par conséquence qu'ils ne méritent pas de réponse, peut avoir des effets contraires: au lieu de refléter la maîtrise du candidat, cette attitude peut refléter une certaine faiblesse et construire l'image de quelqu'un qui prend les coups sans pouvoir répondre. De l'autre, le fait d'ignorer les attaques peut construire l'image de quelqu'un qui est distant vis-à-vis du peuple. C'est pourquoi il y a peu d'hommes politiques qui adoptent une telle attitude dans la vie politique actuelle. Cette figure caractérise les systèmes républicains où le président est élu directement par le peuple grâce au suffrage universel.

3) La figure de commandeur

Il s'agit ici de l'image des guides la plus agressive. En effet, le commandeur est en gros l'homme de guerre, celui qui se prend pour garant de la vie de son peuple, et qui, au nom de ce dernier, est capable de déclarer la guerre à n'importe qui, n'importe quand, peu importe le prix à payer. Cependant, ces guides-là sont priés de ne pas jouer trop au grand chef en prenant des décisions individuelles qui vont à l'encontre des intérêts de leur peuple: ce dernier, le cas échéant, peut en effet jouer son rôle de seul attributaire de la souveraineté en se rebellant contre son guide pour se faire restituer ses droits. Cette figure caractérise les dictatures ou les systèmes totalitaires.

f) L'ethos de solidarité

La solidarité se caractérise par la volonté d'être ensemble en se plaçant au même niveau que les autres membres du groupe avec lequel on vit, et donc ne pas se considérer comme supérieur aux membres de ce

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

groupe, mais au contraire partager leurs valeurs, leurs ambitions, leurs idées et leurs maux. Mais la solidarité n'est pas la compassion, car la compassion se caractérise par une asymétrie entre la personne souffrante et celle qui ne souffre pas, alors que la solidarité est égalitaire et réciproque.

Pour l'homme politique, se montrer solidaire, c'est montrer qu'il partage et défend les opinions du groupe auquel il appartient ou désire appartenir. Pour ce faire, il doit passer par un processus d'identification en faisant des déclarations invitant et incitant les gens à se réunir autour de certaines idées pour qu'ils fassent tous corps autour des mêmes objectifs. Une autre caractéristique importante que l'homme politique doit montrer est celle de l'écoute des gens, de leurs besoins et de leurs problèmes.

Voici un exemple tiré de la profession de foi de Ph. Poutou EP 2012 – 1er tour:

> "Ouvrier dans l'automobile, je partage vos difficultés, vos inquiétudes, vos luttes, vos espoirs. Comme la majorité d'entre vous, je suis salarié et je vis de mon travail. À la différence des professionnels de la politique, je suis l'un d'entre vous."

Chacun de ces ethos peut être construit à l'aide des éléments énumérés *supra*, mais aussi à partir de certains procédés énonciatifs.

3.2. Les procédés énonciatifs permettant de mettre en place un ethos politique

Les procédés énonciatifs par lesquels l'énonciateur peut s'adresser aux électeurs sont au nombre de trois: se mettre lui-même en scène (énonciation élocutive), impliquer son interlocuteur dans son acte de langage (énonciation allocutive) et/ou présenter ce qui est dit comme si personne n'était impliqué (énonciation délocutive).

De plus, ces procédés permettent aussi de construire un ethos politique de chef, de solidarité ou les deux à la fois. Mais ce qu'il faut préciser, c'est que ces procédés n'ont d'effets que dans le contexte dans lequel ils sont employés, en sachant aussi que certains procédés peuvent produire plusieurs effets à la fois: construire une image positive de l'orateur et négative de son adversaire.

3.2.1. L'énonciation élocutive

L'énonciation élocutive s'exprime à l'aide des pronoms personnels de première personne (je) et de quatrième personne (nous) et accom-

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

pagnés de verbes de modalité, d'adverbes et de qualificatifs qui révèlent l'implication de l'orateur et décrivent son point de vue personnel.

Certains de ces indices élocutifs contribuent à fabriquer un ethos correspondant aux images et figures précédemment énumérés comme, par exemple, la figure de guide (chef) qui peut être exprimée par les verbes d'engagement tels *s'engager, vouloir, lutter, mener, faire, conduire*, etc.

Voici un exemple tiré de la profession de foi de F. Bayrou EP 2012 - 1er tour:

> "Je veux être le président de la République qui rendra son équilibre à notre pays".

Quant à l'usage de la quatrième personne, il contribue à mettre en place un ethos de solidarité comme dans l'exemple *infra* tiré de la profession de foi d'O Besancenot EP 2007 – 1er tour.

> "Supprimons les multiples aides aux entreprises privées qui n'ont jamais créé d'emploi, et qui ne les ont jamais empêchées de licencier. Obligeons-les à rembourser l'ensemble de ces aides publiques lorsqu'elles décident de se délocaliser sous peine de réquisition."

3.2.2. L'énonciation allocutive

L'énonciation allocutive s'exprime à l'aide de pronoms personnels de deuxième personne (Tu) et de cinquième personne (nous), accompagnés de verbes modaux, de qualificatifs et de diverses dénominations, qui révèlent à la fois l'implication de l'interlocuteur, la place que lui assigne le locuteur, et la relation qui s'instaure entre les deux.

Cette façon d'impliquer l'auditoire a pour effet de fabriquer en retour une certaine image de l'orateur. Comme pour la modalité élocutive, divers indices allocutifs contribuent à fabriquer certaines figures d'ethos comme celle de chef-souverain qui peut se construire en utilisant les termes d'adresse qui ont pour but d'identifier l'auditoire comme citoyen participant à la vie politique, tout en légitimant le statut de l'orateur comme: *mes chers compatriotes, mes chers concitoyens* etc. Parfois, les termes d'adresse spécifient l'appartenance à une famille politique où à un parti politique, comme *travailleuses, travailleurs.*

3.2.3. L'énonciation délocutive

Selon Charaudeau (2005: 138), l'énonciation délocutive "présente ce qui est dit comme si le propos tenu n'était sous la responsabilité de personne et ne dépendait que du seul point de vue d'une voix tierce, voix de la vérité".

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

Elle présente ce qui est dit comme une évidence et non comme dépendant du point de vue de l'énonciateur. Cette modalité s'exprime à l'aide de phrases qui effacent toute trace des interlocuteurs, pour se présenter sous une forme déliée de l'énonciation:

4. Corpus et protocole d'analyse

4.1. Corpus

Le corpus est constitué des professions de foi (disponibles en entier dans le site d'internet mis dans la bibliographie) des deux candidats du FN: J.-M. Le Pen et M. Le Pen.

Le mot *profession de foi* désigne à l'origine, une déclaration ouverte et publique d'une croyance et/ou d'une foi, au contraire de la *confession de foi*, qui correspond à une déclaration privée. En politique, elle correspond, d'une certaine manière, aux programmes électoraux des candidat(e)s que les électeurs reçoivent à leur domicile peu avant les élections. Il s'agit donc d'un engagement écrit du candidat envers les électeurs, et qui leur renvoie une image du candidat.

4.2. Protocole d'analyse

Les cinq éléments analysés dans les professions de foi des deux candidats sont:

a) Le slogan

Le slogan concentre l'enjeu de la PDF. Il m'est apparu nécessaire de mettre en avant le choix de la modalité qui la sous-tend et les mots qui le composent, afin de comprendre s'il contribue à mettre en avant un ethos politique spécifique ?

b) Les termes d'adresse

Comment s'adresse-t-on aux électeurs? Quels mots choisit-on? Comment ces derniers sont-ils actualisés? Permettent-ils de jeter les bases d'un ethos politique particulier.

c) Les marques de personne

L'analyse des marques de personne (*je, vous, nous* et *on*) a pour objectif de déterminer le mode de textualisation privilégié dans la PDF, car le choix de personne est directement lié à la construction de l'ethos.

d) Les mots phares

Nous avons tous nos mots phares, qui disent aussi ce que nous sommes. Les candidat(e)s n'échappent pas à ce phénomène. Cette analyse

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

des mots phares des candidat(e)s me permettra de les relier à l'ethos, et de montrer que le plus souvent, ils confortent l'ethos construit à partir des trois premiers éléments.

e) La modalité énonciative

L'analyse de la modalité énonciative que le ou la candidat(e) privilégie pour annoncer ses priorités et mesures, ou même pour se présenter aux électeurs s'impose, car chaque modalité énonciative permet de d'afficher un ethos différent.

5. Analyse des professions de foi des deux candidats du Front National

5.1. Profession de foi de J.-M. Le Pen

5.1.1. Analyse des postures énonciatives en relation avec les modes de textualisation

a) Le slogan: Votez Le Pen

Le slogan de J.-M. Le Pen est singulier: le candidat invite explicitement les Français, dès le début de sa profession de foi (désormais PDF), à voter pour lui, car il se présente comme le seul candidat crédible et capable de changer la vie du peuple Français, donc, le seul candidat méritant leurs votes.

b) L'énoncé d'ouverture: Appel à la France et à tous les Français

L'énoncé par lequel le candidat du FN commence sa PDF rappelle le fameux appel de 18 juin 1940 du général de Gaulle adressé au peuple français pendant l'occupation allemande. En effet, pendant cette période-là, certains généraux ont trahi la France en collaborant avec les Allemands, et les Français étaient, entre autres, privés de leurs libertés les plus fondamentales. Le général de Gaulle, par cet appel de résistance, s'est manifesté en sauveur de la République et des citoyens.

C'est exactement l'idée que tente de véhiculer J.-M. Le Pen par le choix de cet énoncé, et dans le reste de la PDF, et sa mise en page, reproduite quasiment à l'identique de l'Appel du général de Gaulle, notamment pour ce qui est de l'encadrement et de la signature. Il cherche à dire aux électeurs, de manière indirecte, que la France vit aujourd'hui, plus ou moins, la même situation qu'en 1940, non parce qu'elle est en guerre, mais à cause, selon lui, des hommes politiques qui la gouvernent: ils sont les premiers responsables de la dégradation du niveau de vie du peuple français, qui, comme en 1940, n'est plus libre de vivre comme il souhaite vivre.

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

C'est l'image de guide-prohète que le candidat du FN veut refléter au début de cette PDF: comme le général de Gaulle, il va débarrasser la France de mauvais politiques, et va rendre aux Français la vie qu'ils méritent.

c) Les marques de personne

La PDF du candidat du FN est construite sur un mode de textualisation en *soi-même,* où les deux pôles énonciatifs *candidat-électeurs* se distinguent par les deux pronoms personnels *je-vous*. En effet, J.-M. Le Pen emploie 13 fois la première personne pour se désigner, et utilise 8 fois la cinquième personne pour désigner les électeurs. Néanmoins, le candidat tente, dans certains passages de la PDF, de fondre son identité discursive dans celle des électeurs, en employant 9 fois la quatrième personne, qui lui permet de créer un rapport d'empathie avec ces derniers, proposant la synchronisation des points de vue. Surtout il met entre *je* et *nous* un tiers: *ils*, pronom personnel de P6 anaphorique de "les partis du système".

J'analyse *infra* la mise en place du mode de textualisation en *soi-même* par l'emploi des deux pronoms personnels *je-vous*, et les outils permettant son dérèglement.

c.1) Les pronoms personnels je-vous (marques d'une textualisation en soi-même)

Les marques linguistiques permettant au candidat de construire une textualisation en *soi-même*, dans cette PDF, sont les pronoms personnels de P1 et de P5.

Parmi toutes les occurrences de ces deux pronoms personnels, j'en ai sélectionné deux qui sont représentatives de toutes les autres:

(1) Le 21 avril 2002, porté au second tour par vos suffrages, je vous avais dit: "N'ayez pas peur, entrez dans l'espérance!"

(2) Faites-moi confiance pour incarner le peuple et l'État.

Dans les deux énoncés précédents, qui sont respectivement l'énoncé d'ouverture et de clôture de la PDF, J.-M. Le Pen s'adresse directement aux électeurs en utilisant la modalité allocutive qui s'exprime par le couple de pronoms personnels *je-vous.* Cette stratégie lui permet de se poser comme le maître de la scène d'énonciation, prenant la responsabilité de tout ce qui est dit dans la PDF.

Dans l'énoncé (1), il incite les électeurs à voter pour lui, en leur rappelant qu'ils l'ont déjà fait aux élections de 2002, lorsqu'il a réussi à accéder au deuxième tour grâce à leurs votes. La formule impérative: *Entrez dans l'espérance* est la même que celle employée par le Pape Jean-Paul II. Il s'agit donc d'un double dialogisme: avec lui-même et avec Jean-Paul II.

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

Dans l'énoncé (2), il s'adresse aux électeurs, par le biais du verbe *faire* en mode impératif, pour leur demander de manière explicite de voter pour lui, afin d'incarner la France qu'ils veulent.

L'emploi des pronoms personnels *je-vous*, ainsi que l'emploi du verbe *faire* conjugué à la P5 de l'impératif, illustrent ce qui a été dit au début de ce point, à savoir que cette PDF est construite sur un mode de textualisation en *soi-même*, qui se dérègle dans certains passages, par certains outils comme l'emploi de *nous* inclusif et les procédés d'effacement énonciatif.

c.2) Le pronom personnel nous en emploi inclusif (outil du biaisage de la textualisation en soi-même par monstration de points de vue posés comme synchronisés)

Tous les emplois du pronom personnel de P4 sont inclusifs, autrement dit, ils renvoient à la fois au candidat et aux électeurs.

Parmi les neuf occurrences de la P4, j'en ai sélectionné quelques-unes qui sont représentatives de toutes les autres:

(3) En cinq ans, nous allons ensemble restaurer la souveraineté française, retrouver les frontières qui protègent notre peuple, et notre économie, rétablir dans leurs droits légitimes les Français et leurs familles, retrouver nos libertés et la première d'entre elles: la sécurité, rendre à l'État son autorité et son rôle protecteur, rendre à chacun le bonheur et l'honneur d'être Français.

La locution verbale *aller* + *infinitif* conjuguée à la P4 et les substantifs *peuple, économie* et *liberté* actualisés par le déterminant possessif de P4 témoignent de la volonté du candidat d'attirer les électeurs vers ses idées politiques, voire de les impliquer dans celles-ci. Par ce processus, le candidat du FN appréhende les électeurs comme des *mêmes*, créant ainsi une sorte d'espace commun avec eux, qui rend plus facile la synchronisation des points de vue et l'adhésion des électeurs au dire du candidat.

d) L'effacement énonciatif (outil du biaisage de la textualisation en soi-même)

La plupart des énoncés de cette PDF sont construits soit sur la modalité élocutive, soit sur la modalité allocutive, mais pas tous, car le candidat utilise aussi la modalité délocutive comme dans l'énoncé suivant:

(4) La France est aujourd'hui ruinée, démoralisée, humiliée et, pour la première fois de son histoire, chaque Français pense au fond de lui qu'il n'arrivera pas à assurer à ses enfants un avenir meilleur que le sien.

L'effacement énonciatif est une stratégie qui permet à l'énonciateur de poser ses propos comme objectifs, et donc de leur donner une allure d'évidence. Tandis que l'inscription énonciative de type (*je* + *verbe d'opinion*)

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

permet à l'énonciateur, certes, de montrer son point de vue personnel, mais, elle attribue à l'énoncé une valeur subjective la rendant facilement contestable. En outre, l'effacement énonciatif, permet au candidat de construire un rapport empathique avec les électeurs, puisqu'il propose la synchronisation des points de vue.

Dans ce point, il a été question d'analyser la mise en place du mode de textualisation *en soi-même* par l'emploi des pronoms personnels *je-vous,* qui permet au candidat de travailler l'ethos de chef, et les outils permettant son dérèglement comme le *nous* inclusif, qui sert à construire un rapport d'empathie avec les électeurs, et donc, de construire l'ethos de solidarité.

Dans le point suivant, je traiterai les outils discursifs permettant au candidat de construire un ethos politique dominant, et les contours de cet ethos.

5.1.2 La construction de l'ethos politique

Dans cette PDF, J.-M. Le Pen tient à confirmer son image préalable, à savoir quelqu'un de provocateur. Pour ce faire, il traite, à plusieurs reprises, et de manières diverses, tous les autres candidats de menteurs, de traitres et d'incompétents. Mais ce n'est pas la seule image que le candidat du FN veut refléter de lui-même, car dans la deuxième séquence, il cherche, d'un côté, à construire l'image de guide rassembleur et protecteur de tous les Français, qui va leur restituer la vie qu'ils méritent, et de l'autre, à construire un ethos de solidarité en déclarant vouloir être un président à l'écoute de son peuple par la voie de référendum sur les grands sujets de société.

J'analyserai *infra* tous les indices verbaux permettant au candidat de construire un ethos dominant dans cette PDF, à savoir l'ethos de caractère, et les indices verbaux permettant de construire, au second plan, les autres facettes de l'ethos politique montré dans cette PDF.

a) Construire un ethos de caractère

Les indices qui permettent au candidat de construire un ethos de caractère sont les suivants:

a.1) Montrer l'incompétence des autres candidats par l'emploi des adjectifs et des substantifs axiologiquement dévalorisants

> (Séq.1) (1) Cinq ans désastreux pour notre pays: toujours plus de pauvreté, de chômage, de délocalisation, d'immigration, d'insécurité, toujours plus de dettes. Et toujours plus de promesses de la part de ceux qui, depuis trente ans, ont participé comme ministres ou apporté leur soutien à des gouvernements dont les politiques ont

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

mis en péril notre indépendance, notre équilibre économique, notre stabilité sociale, et notre identité nationale.

(Séq.1) (2) La France est aujourd'hui ruinée, démoralisée, humiliée et, pour la première fois de son histoire, chaque Français pense au fond de lui qu'il n'arrivera pas à assurer à ses enfants un avenir meilleur que le sien.

Le candidat du FN décrit la situation de la France, sous la gestion des partis qui l'ont gouvernée au cours des dernières années, par des adjectifs axiologiques négatifs comme *ruinée*, *démoralisée* et *humiliée*, et par des substantifs dévalorisants tels *pauvreté*, *chômage*, *délocalisation* et *insécurité*.

a.2) Montrer la malhonnêteté des autres candidats en les traitant de traîtres ou de menteurs qui n'ont jamais réalisé leurs promesses

(Séq.1) (3) Hélas, dans un même élan de complicité destiné à tromper l'opinion, les partis du système UMP-UDF-PS-PC se sont solidarisés pour maintenir leurs privilèges.

(Séq.1) (4) Leurs engagements d'aujourd'hui ne valent pas plus que leurs promesses passées.

Comment pourriez-vous croire qu'ils feront demain ce qu'ils non ni su, ni pu, ni voulu faire hier?

(Séq.3) (5) Je suis le candidat de la vérité contre le mensonge. Je suis le candidat de la lucidité contre l'aveuglement, le candidat du bon sens contre l'incompétence. Je suis le candidat des vraies réformes contre les candidats des fausses promesses.

Dans les énoncés (3), (4) et (5), le candidat du FN traite les représentants des autres partis politiques de complices, qui se sont mis d'accord pour tromper le peuple, et de menteurs qui ne cessent de faire de promesses sans vouloir jamais les réaliser.

Cette manière forte, explicite et directe de critiquer les autres candidats et leurs politiques permet au candidat du FN de construire un ethos de caractère, l'ethos de celui qui est prêt à aller jusqu'à la provocation pour exhiber son point de vue et s'opposer à tous les autres politiques.

b) Combiner l'ethos de chef et l'ethos de solidarité

Dans la deuxième séquence, le candidat cherche à construire d'autres ethos comme ceux de solidarité et de chef:

(5) En cinq ans, nous allons ensemble restaurer la souveraineté française, retrouver les frontières qui protègent notre peuple, et

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

notre économie, rétablir dans leurs droits légitimes les Français et leurs familles, retrouver nos libertés et la première d'entre elles: la sécurité, rendre à l'État son autorité et son rôle protecteur, rendre à chacun le bonheur et l'honneur d'être Français.

(6) Ma vision de la France est réaliste et humaine car elle vise à assurer à chaque Français, quels que soient sa race, sa religion, ses choix personnels et sa condition sociale, le choix de son avenir et la priorité dans son propre pays. Mon projet est avant tout populaire dans la mesure où les grands desseins de société ne peuvent se faire qu'avec le soutien du peuple souverain, par le référendum.

(7) Tout dans mon engagement politique témoigne de mon attachement aux libertés de chacun.

(8) C'est parce que j'ai une haute considération pour les valeurs de la République française, que j'ai toujours défendues, et un profond respect de la dignité humaine que je dirigerai la France en rassembleur de tous ses fils et filles.

Dans les énoncés précédents, J.-M. Le Pen construit:

– un ethos de solidarité: d'abord, par l'emploi de l'adverbe *ensemble* et la locution verbale *aller + infinitif* conjuguée à la P4 pour annoncer ses engagements, ensuite, en affichant, contrairement à son ethos préalable cette fois, sa volonté d'être le président de tous les Français, peu importe leurs origines, et leurs races, enfin, en affirmant vouloir gouverner la France en rassembleur;

– un ethos de chef-souverain: d'abord, en s'engageant à défendre les valeurs de la République française, à assurer la sécurité de la France et des Français, et à restituer aux Français leurs libertés et la fierté d'être Français, ensuite, en promettant de rendre à l'État son autorité, et de redonner au peuple son droit de décider de son avenir par référendum sur les grands sujets qui le concernent.

5.2. Profession de foi de M. Le Pen

Dans sa PDF la candidate du FN dénonce le système politique mis en place dans le pays par les partis qui détiennent le pouvoir, et présente ses engagements et les mesures qu'elle mettra en œuvre si elle est élue.

5.2.1. Analyse des postures énonciatives en relation avec les modes de textualisation

a) Le slogan: Oui, la France

Le slogan de la candidate du FN est atypique, en effet, il semble une réponse à une interrogation totale mettant en valeur la priorité de la France

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

et des Français «de souche» dans les choix politiques qu'elle sera amenée à faire.

b) L'adresse: Mes chers compatriotes

Généralement, le désignant social *compatriotes* n'est pas censé être propre à un parti ou à une idéologie politique quelconque, ce qui permet à celui ou à celle qui en fait usage de se présenter comme le candidat ou la candidate de tous. En revanche, le fait que la candidate du FN se définisse comme la candidate du patriotisme et appelle ses électeurs à se rassembler autour du patriotisme laisse entendre que la formule a été choisie pour répondre aux critères spécifiques de l'électorat du candidat, à savoir un électorat très attaché aux valeurs patriotiques, qui refuse toutes les forme de communautarisme.

c) Les marques de personne

La PDF de la candidate du FN est construite sur un mode de textualisation en *soi-même,* où les deux pôles énonciatifs *candidate-électeurs* se distinguent par les deux pronoms personnels *je-vous*. En effet, M. Le Pen emploie 25 fois la première personne pour se désigner, et utilise 3 fois la cinquième personne pour désigner les électeurs. Néanmoins, la candidate tente, dans certains passages de la PDF, de synchroniser ses idées avec celles des électeurs, en employant 17 fois la quatrième personne.

5.2.2. La construction de l'ethos politique

Dans la première et la troisième séquence de cette PDF, M. Le Pen tient à affirmer un ethos de caractère. Pour ce faire, elle critique, à plusieurs reprises, et de manières diverses, tous les autres candidats, et surtout ceux de l'UMP et du PS. Mais ce n'est pas la seule image que la candidate du FN veut refléter d'elle-même, car dans la deuxième séquence, elle cherche aussi à construire l'image de guide-prophète, salvatrice du peuple et de la nation.

J'analyserai *infra* toutes les stratégies que la candidate adopte pour construire un ethos dominant dans cette PDF, à savoir l'ethos de caractère, et aussi celles qui lui permettent de construire, au second plan, les autres facettes de l'ethos politique montré dans cette PDF.

a) Construire l'ethos de caractère

Pour construire un ethos de caractère, M. Le Pen dénonce l'incompétence et la malhonnêteté des candidats de l'UMP et du PS par l'emploi d'adjectifs et de substantifs axiologiquement dévalorisants:

> (Séq.1) (1) Pour être élu en 2007, M. Sarkozy avait beaucoup promis mais il a très vite déçu car il n'a rien tenu. Malgré les dis-

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

cours électoraux et des annonces opportunistes, la situation de la France et des Français n'a cessé de se dégrader au cours des cinq dernières années. (…) Au pouvoir, la droite a été contaminée par le laxisme de la gauche et a laissé notre justice dériver dans la culture de l'excuse.

(Séq.1) (2) Je vous propose aujourd'hui d'en finir avec la pseudo-alternance entre les représentants du PS et de l'UMP, tous deux inféodés au mondialisme ultralibéral, à la culture du renoncement, et dont la mauvaise gestion et les gaspillages sont payés au prix fort par les Français.

(Séq.3) (3) En ce moment périlleux où le chômage, le mondialisme, la précarité, les mensonges et la peur nous dépossèdent de notre passé, de notre pays, de notre avenir…

Aux urnes citoyens!

Avec moi, dites oui à la France!

La candidate du FN décrit la situation de la France, sous la gestion des partis qui l'ont gouvernée au cours des dernières années, par des termes axiologiques négatifs comme *se dégrader, laxisme, mauvaise gestion, gaspillage, chômage, précarité, mensonge* etc. Elle dénonce aussi le président sortant car, selon elle, il n'a pas tenu ses promesses.

Cette manière forte, explicite et directe de critiquer les autres candidats et leurs politiques, permet à la candidate du FN de construire un ethos de caractère: elle est prête à aller jusqu'à la provocation (*Aux urnes citoyens*) pour montrer son point de vue sur les autres partis politiques.

b) Articuler l'ethos de chef et l'ethos de puissance

Afin de construire ces deux ethos, la candidate met en place deux opérations: la première consiste à se poser en guide-prophète, différente de tous les autres candidats; la seconde consiste à s'afficher en femme de décision qui ose dire et faire ce que les autres n'osent ni dire ni faire:

(Séq.2) (4) Je suis la seule à avoir le courage de défendre l'identité et les valeurs de la France.

(Séq.2) (5) Si le système s'oppose à moi, c'est que je suis la seule à m'opposer réellement au système.

(Séq.2) (6) J'ai la volonté politique de protéger notre économie et nos emplois, de rétablir la souveraineté nationale, de mettre fin à l'immigration massive et incontrôlée et d'appliquer la tolérance zéro pour les délinquants.

(Séq.2) (7) Je vais rétablir les Français dans leurs droits légitimes en recouvrant notre souveraineté nationale par la remise à plat des traités européens.

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

(Séq.2) (8) Je vais expulser du sol français les immigrés clandestins et les délinquants étrangers, (…).

(Séq.2) (9) Je vais restaurer la laïcité républicaine face aux revendications politico-religieuses (…).

En (4), (5) et (7), la candidate du FN se définit comme l'unique candidate ayant, d'une part, le courage d'aller contre le système en défendant les valeurs et l'identité de la France, et d'autre part, la volonté de redonner le pouvoir de décision aux Français quant aux sujets les concernant, en abrogeant les traités de l'UE. Cela lui permet de construire la figure du guide-prophète en se posant comme salvatrice du peuple et de la nation.

En (6), (8) et (9), elle déclare qu'elle sera intransigeante et sévère avec les délinquants, d'une part, et avec les immigrés clandestins ou non d'autre part, en projetant même de les expulser de sol français.

Par toutes ses fortes déclarations, M. Le Pen construit un ethos de chef, en affirmant sa volonté de changer le système mis en place, mais aussi, l'ethos de puissance, en promettant d'appliquer la tolérance zéro aux délinquants et de changer drastiquement les politiques d'immigration.

Synthèse et conclusion

Dans sa profession de foi, J.-M. Le Pen confirme son ethos préalable, à savoir celui du caractère, ou plus précisément, de provocateur, en critiquant par des mots forts les autres partis politiques et leurs représentants, allant même jusqu'à les traiter de menteurs, de traîtres et d'incompétents.

En filigrane, le candidat tient aussi à mettre en avant son ethos de chef capable de présider la France et la transformer:

(1) en sollicitant un énoncé dialogique tels *Appel à la France et aux Français*, qui lui permet de s'afficher en guide-prophète, sauveur de la République;

(2) en s'engageant à défendre les valeurs de la République, et à protéger les Français contre les risques de la vie;

(3) en employant le verbe *diriger* conjugué à la première personne, qui renvoie à l'image de chef capable de gouverner le pays;

(4) en s'appuyant sur des substantifs tels *vision*, *projet* et *engagement* actualisés par le déterminant possessif de première personne, qui témoignent d'un candidat ayant une certaine idée du pouvoir.

Quant à la profession de foi de M. Le Pen, l'ethos dominant est aussi celui de caractère que la candidate met en avant en critiquant de ma-

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)

nière forte et directe, allant jusqu'à la provocation, les dirigeants des autres partis politiques.

Au second plan, la candidate frontiste met en avant les ethos de chef, tantôt sous la figure du chef-souverain en s'engageant à défendre les valeurs de la République, tantôt sous la figure du guide-prophète en promettant de protéger les Français contre les risques de la vie et en s'exposant comme la seule candidate capable de présenter des nouvelles propositions.

L'analyse des professions de foi des candidats du FN aux élections présidentielles françaises de 2007 et de 2012 ne laisse donc aucun doute sur le fait que les deux candidats suivent la même stratégie pour ce qui concerne la mise en place de l'ethos politique. En effet, les candidats tiennent à mettre en avant, dans leurs professions de foi respectives, un ethos de caractère en utilisant un langage fort contre leurs adversaires en les traitant des menteurs, traitres et incapables d'améliorer la vie des Français. Ensuite, ils se posent, tous les deux, en guides-prohpètes portant de nouvelles propositions et de nouvelles solutions aux problèmes des Français.

Bibliographie

ARISTOTE (1991), *Rhétorique, Livres I et II* (texte établi et traduit par Médéric Dufour), Gallimard, Paris.

BALLY, Ch. (1932/1965), *Linguistique générale et linguistique française*, Francke Berne.

BALLY, Ch. (1933/1969), "Les notions grammaticales d'absolu et de relatif", in *Essais sur le langage*, Éditions de Minuit, Paris, pp.189-204.

BARBÉRIS, J.-M., SIBLOT, P., BRES, J. (1998), *De l'actualisation*, Éditions CNRS, Paris.

BENVENISTE, E. (1966), *Problèmes de linguistique générale*, Tome 1, Gallimard, Paris.

CHARAUDEAU, P. (1992), *Grammaire du sens et de l'expression*, Hachette, Paris.

CHARAUDEAU, P. (2005), *Le Discours politique: les masques du pouvoir*, Vuibert, Paris.

DÉTRIE, C., SIBLOT, P., VERINE, B. (ed.), (2001), *Termes et concepts pour l'analyse du discours*, H. Champion, Paris.

DÉTRIE, C., VERINE, B. (2003), "Modes de textualisation et production du sens: l'exemple de (Complainte d'un autre dimanche) de Jules Lagorgue", in Amossy, R. & Maingueneau, D. (ed.), *Analyse du discours dans les études littéraires*, Presses Universitaires du Mirail, Toulouse, pp. 213-225.

DÉTRIE, C. (2006), *De la non-personne à la personne. L'apostrophe*, Éditions CNRS, Paris.

MAINGUENEAU, D. (1998/2007), *Analyser les textes de communication*, Dunod, Paris.

RABATEL, A. (2004), "Effacement énonciatif et effets argumentatifs indirects dans l'incipt du «Mort qu'il faut» de Semprun", in *Sermen*, 17, pp.111-130.

VERINE, B. (2011), *L'Actualisation de l'intersubjectivité*, Lambert-Lucas, Limoges.

VION, R. (2001), "Effacement énonciatif et stratégies discursives", in De Mattia, Monique & Joly, André (ed.), *De la syntaxe à la narratologie énonciative*, Ophrys, Paris, pp. 331-354.

Sitographie

http://www.politiquemania.com/presidentielles-2012-france.html.

BDD-A22444 © 2015 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 09:39:16 UTC)