Bulletin of the *Transilvania* University of Braşov
Series IV: Philology and Cultural Studies • Vol. 10 (59) No. 1 – 2017

Réalisations discursives de l'ethos de crédibilité – analyse synchronique et diachronique -

Georgiana BURBEA[1]

In order to build a political ethos discursively the speaker must resort to certain discursive strategies. This study will analyze the way each candidate uses a credibility ethos as a means to persuade the target audience, i.e. the electorate. It will investigate, both synchronically and diachronically, the various forms of the discursive ethos illustrated by political speeches from the 2017 electoral campaign in France, as well as from the 2012 and 2007 campaigns. The article starts from the question: which would be the results of a diachronic analysis as compared to a synchronic one?

Keywords: *ethos, ethos of credibility, synchronous study, diachronic study*

1. Retour sur la notion d'ethos

La notion véhiculée dans ce travail, comme le montre Amossy dans son livre intitulé *L'argumentation dans le discours*, est issue de la rhétorique et adoptée par trois disciplines de sciences humaines : les sciences du langage, la communication et la sociologie. En science du langage, l'ethos est abordé premièrement par la rhétorique, ensuite par d'autres domaines comme la linguistique de l'énonciation, l'analyse du discours, l'analyse conversationnelle et même la pragmatique contrastive. En même temps, la sociologie a, elle aussi, côtoyé la notion d'ethos, d'abord dans le domaine de la microsociologie (études des liaisons sociales élémentaires, comme la famille, le couple, etc.), pour passer ensuite, avec la contribution de Bourdieu, dans la sociologie des champs.

Dans le domaine de la linguistique, l'ethos trouve son sens et sa place fondamentale plutôt dans le champ de l'analyse du discours et dans la sociolinguistique, par le simple fait que le locuteur l'utilisera en tant que stratégie de persuasion de la cible, dans notre cas un auditoire composite, avec des attentes différentes, donc difficile à faire adhérer. Discours et actions sont alors intimement liés, car il s'agit de changer des mentalités, puisque si on suivra l'idée de

[1] Transilvania University of Braşov, burbea.georgiana@unitbv.ro

BDD-A27299 © 2017 Transilvania University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 13:00:09 UTC)

Charaudeau, pour le sujet politique, mais aussi pour tout sujet, cela constitue la mise en pratique d'un pouvoir. Si argumenter c'est influencer, agir sur le destinataire par la parole signifie, comme le souligne Charaudeau (2004, 167), tenter de « modifier un état mental » préalable et voir l'intention suivie d'effet, qui peut ou non se matérialiser chez l'auditoire, qui est cette fois-ci face à face au locuteur. Notre corpus de travail est constitué des discours faisant partie de trois campagnes électorales, donc il s'agit d'un moment crucial, où l'enjeu est de se retrouver dans le discours proposé: «Dans le cas d'une élection aussi décisive, le consensus portera sur le besoin de se reconnaître dans les valeurs communes mobilisées dans les discours prononcés» (Cabasino 2009, 11).

On suivra dans cette étude uniquement l'ethos discursif sans aucune référence à l'ethos préalable et on tentera de voir ce qui se passe au niveau du langage, dans la construction d'un type spécial d'ethos, la crédibilité.

Toutes les langues du monde sont soumises à des variations, c'est-à-dire qu'elles ne possèdent pas un ensemble unique et stable de règles et ces justement ces variations qu'on veut analyser. Il s'agit d'examiner la variation diachronique, parce que notre intuition est que même s'il n'y a pas beaucoup de temps qui s'est écoulé entre ces campagnes électorales, il y a assez de transformations qui nous donneront des indices sur l'évolution de la langue, mais aussi sur l'évolution des récepteurs des messages. Toutes les langues évoluent et voient naître de façon brutale ou imperceptible certains changements qu'ils soient phonétiques, morphosyntaxiques, lexicaux ou sémantiques.

Même si les variations qu'une langue peut enregistrer sur l'axe synchronique et diachronique sont multiples, comme la variation diatopique (variation régionale), la variation diastratique (variation sur l'axe social), la variation diaphasique (variation situationnelle), la variation diagénique (différences hommes/femmes), les seules variations qu'on marquera dans cette étude ce seront celles qui vont apparaître sur l'axe temporel.

2. L'éthos de crédibilité

L'ethos de crédibilité serait selon Charaudeau: «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» (2005, 91). Cela étant dit, il faut que le locuteur se montre à travers ce qu'il énonce crédible, fiable. Ce ne serait pas une tâche facile, car pour donner cette image de crédibilité, il doit se soumettre à certaines conditions clé : condition de sincérité ou de transparence, c'est-à-dire que de son discours doit sortir ses réflexions les plus honnêtes, condition de performance qui doivent prouver que celui qui parle est en mesure de tenir ses promesses, conditions d'efficacité qui

BDD-A27299 © 2017 Transilvania University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 13:00:09 UTC)

doivent montrer que le locuteur a les moyens d'appliquer ce qu'il promet et que les résultats seront positifs.

Par conséquent, pour soigner sa crédibilité, le locuteur doit travailler parallèlement un ethos de vertu, un ethos de sérieux, un ethos de compétence, un ethos de confiance, qu'on se propose d'analyser dans ce qui suit.

3. L'ethos de vertu, comme sous-classe de l'ethos de crédibilité

Aristote définissait le bon sens, la vertu et la bienveillance comme étant les éléments facilitant la confiance en l'orateur. L'ethos de «vertu» est utile et inéluctable au locuteur politique, car celui-ci choisi par le peuple, doit donner un bon exemple à ses compatriotes. Le locuteur du discours politique possédant cet ethos prouve sa sincérité et sa fidélité mais dégage finalement une image d'honnêteté personnelle.

Pour assurer sa crédibilité, le locuteur n'utilisera que très rarement le mot "sincère" pour dire «je suis sincère, crois-moi », il doit le prouver, ça ne sera pas suffisant de l'énoncer.

Le point de départ de notre étude de cas est l'analyse statistique réalisée par les chercheurs sur la plateforme «Mesure du discours»[2], de l'utilisation du mot « sincérité » par les candidats politiques de cette campagne de 2017. La distribution statistique nous montre que Marine le Pen se trouve sur la deuxième place (avec un taux de 1.1), après Fillon avec un taux de 1.3. Le taux relativement bas soutient donc notre idée selon laquelle les locuteurs évitent l'utilisation directe du mot « sincérité », qui pourrait être jugée trop agressive.

Si on prête attention à l'environnement lexical de ce mot, à ses co-occurrences, on remarquera que le mot « sincérité (sincère)», n'est pas assumé en fait par le sujet énonciateur, mais il distribué à d'autres instances :

> Fillon 2017 : *La France a besoin de transformations profondes. Elle a besoin d'une **rénovation sincère** de sa vie démocratique.*

Dans ce cas, on observe que le locuteur ne se situe pas au centre de son discours, mais la France, en tant qu'entité, c'est elle qui a besoin de transformations, d'un renouvellement authentique. On remarque un renoncement de la première personne au profit de la troisième, car la qualité de sincérité ici appartient ici au changement, à la transformation. Il s'agit d'utiliser l'énonciation délocutive centrée sur le

[2] *Mesures du discours, Observatoire de la campgane présidentielles 2017*. Plateforme d'analyse statistique du discours français, utilisant les méthodes Logométrique et Deep-Learning, de l'Université Côte d'Azur et CNRS. http://mesure-du-discours.unice.fr/

BDD-A27299 © 2017 Transilvania University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 13:00:09 UTC)

«*délocuté*», c'est-à-dire cette personne « *qui ne parle pas, à qui on ne parle pas, mais qui est simplement, comme les autres d'ailleurs, une personne dont il est parlé (3ème personne)* », (Benveniste 1966, 228).

La même stratégie est utilisée par le même locuteur:

Fillon 2017: *La politique ne peut pas se résumer à la ruse, elle doit exprimer des convictions et être empreinte de sincérité.* A remarquer que mettant l'accent ici sur la politique, le locuteur essaye aussi de réaliser de même un ethos de neutralité.

Fillon 2017 : A ce propos, comment croire à la sincérité de *ceux qui nous promettent des mesures énergiques contre l'intégrisme mais qui ne remettent pas en cause leurs relations étroites avec des régimes qui en sont plus que les complices ?* La stratégie dans ce cas est l'utilisation de la question rhétorique, qui est censée mettre en cause la sincérité des autres.

Si on regarde dans le passé, en diachronie, on verra que cet ethos est exprimé par une stratégie qui a au centre le locuteur, qui prend plus de valeur par le doublement d'un verbe au passé composé « je n'ai pas cherché » et par la suite réalisée par une stratégie délocutive, avec un essai d'effacement du subjectivisme :

N. Sarkozy 2007 : *Je n'ai pas cherché à vous cacher la vérité, parce que je pense que la vie politique de notre pays a trop longtemps souffert d'un manque de sincérité.*

Cet énoncé aurait au niveau discursif la traduction «je ne vous ai pas menti, car je considère que le manque de sincérité des autres nuits aux intérêts du pays». La vertu du locuteur est posée dans le discours par rapport aux autres, qu'on dénonce par le syntagme « manque de sincérité», par l'utilisation de l'adverbe «longtemps» et du verbe «souffrir».

En 2017, la vertu est posée dans le discours à l'aide d'une stratégie délocutive, sans effacer pourtant la subjectivité, puisqu'on parle de « ma France » ou bien par une acceptation totale de la vertu.

Fillon 2017: *Ma France doit avoir l'ambition d'être avec ses voisins européens un modèle de vertu, de prospérité et de tolérance.*

Hamon 2017 : *Je l'ai dit et je le confirme, je ne crois pas en l'homme providentiel. Je ne prétends pas détenir la vérité, je la laisse aux philosophes et aux hommes de foi. Je préfère toujours le "nous" au "je".*

BDD-A27299 © 2017 Transilvania University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 13:00:09 UTC)

Le dernier exemple est d'autant plus intéressant, que le locuteur assume l'énonciation, mais en même temps il tente une atténuation sur le plan sémantique, par l'utilisation du verbe «prétendre» à la forme négative.

Un autre ethos qui concourt à la crédibilité de l'énonciateur est celui du sérieux, sur lequel on se penchera en ce qui suit.

4. L'ethos de sérieux

Dans ce cas il s'agit de prouver, comme on l'a déjà expliqué auparavant, ses qualifications, en mettant l'accent sur des engagements réalisables. Un discours à l'eau de rose ne serait pas capable d'obtenir l'adhésion de la cible, tant recherche par le discours politique. Si dans le passé, cet ethos se construisait par une stratégie centrée sur le « je », à présent, avec la campagne de 2017, on remarque une accusation dure des promesses faites, difficiles à atteindre, comme si on exprimait on écartement évident et volontaire de celle-ci.

Au niveau sémantique, ce discours se traduit par la présence des environnements lexicaux comme : «rompre», «petites promesses démagogiques», «promesses intenables», «on ne vous trahira pas», « les promesses n'engagent plus que celui qui les croit », « hauteur de la promesse », ou par l'utilisation des lexies faisant référence toujours au malaisément : «De ces pénibles décennies, il ne reste qu'une fatigue générale, du découragement, et de l'amertume». Au niveau syntaxique, on mettra l'accent sur l'utilisation des verbes aux temps passés : « Il ne s'agit pas de lui faire des promesses, on lui en a trop fait ».

Sur l'axe synchronique, «Mesure du discours » nous montre un taux de 2.5 % pour Marine le Pen, au pôle opposé se trouvant Melenchon avec un taux de – 3.3%. Par ailleurs, toujours la lexie « romesses» augmente de 3.96% dans le discours de 2 avril 2017, par rapport à l'ensemble des discours enregistrés.

Sur l'axe diachronique, on prend en compte le discours d'Hollande de 2012, où on remarque une volonté de rompre avec ce discours de promesse, par une énonciation centrée sur le sujet, pour continuer ensuite par une promesse qui prend plutôt la forme d'un souhait, par l'utilisation du verbe au futur et par omission volontaire, fort probablement, du mot «promesse» :

> F. Hollande 2012 : *Je ne veux rien promettre que je ne sois capable de tenir. (…) Je veillerai à l'exemplarité de l'État et des élus.*
>
> Fillon 2017 : *Le Président de la République ne devrait pas être un Président de faits divers, prenant la parole à tort et à travers, usurpant la direction du gouvernement, multipliant les petites promesses démagogiques et occupant les rubriques mondaines.*

BDD-A27299 © 2017 Transilvania University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 13:00:09 UTC)

Fillon 2017 : *Je veux rompre avec cette politique de l'illusion et des promesses intenables.*

Le Pen 2017 : *Comme si à chaque élection, depuis trente ans, les Français n'avaient pas d'autre choix que de tendre l'autre joue : la joue droite puis la joue gauche puis la joue droite et ceci jusqu'à l'épuisement.* De ces pénibles décennies, il ne reste qu'une fatigue générale, du découragement, et de l'amertume. *Regardez ces représentants de l'alternance unique : «cette fois ci on a compris ….. on ne vous trahira pas. On ne reculera plus- On ne fera pas comme la dernière fois ! «j'ai changé»» et dès l'élection le calvaire reprend, les promesses n'engagent plus que celui qui les croit.*

Macron 2017 : *Depuis 40 ans, nous n'avons pas réussi à régler le problème du chômage de masse, la déprise des territoires, la langueur de l'Europe, les divisions internes allant jusqu'aux fractures se sont plus récemment établies. La France est bloquée par les corporatismes, de tous ordres et n'est plus à la hauteur de sa promesse. En même temps, nous sommes rentrés dans une ère nouvelle. La mondialisation, le numérique, le changement climatique, les inégalités croissantes de notre mondialisation, les conflits géopolitiques, le terrorisme, la crise démocratique des sociétés occidentales, le doute qui s'installe au cœur de nos sociétés.*

Au niveau discursif, on doit remarquer dans cet extrait l'énumeration de quelques concepts, le manque du verbe, pour finir par le syntagme « le doute qui s'installe », sans faire référence à qui appartient ce doute, qui constitue une construction atypique. Nous percevons de même que la maxime de quantité de Grice qui est enfreinte délibérément. L'énumération dont on parle constitue sur la chaîne discursive une sorte d'effacement énonciatif, au plan de la référence verbale, par l'utilisation des phrases averbales.

Dans l'exemple suivant, tiré de notre corpus, la structure modalisante du devoir-faire est flagrante, par l'utilisation du pronom «nous» («nous devons saisir») et les «promesses» en position de COD:

Macron 2017 : *Mais elle a en même temps des opportunités, des promesses que nous devons saisir. Nous ne pouvons pas demander sans cesse aux Français de faire des efforts sans fin.*

BDD-A27299 © 2017 Transilvania University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 13:00:09 UTC)

Dans le dernier exemple, la même structure du devoir-faire est cachée dernière une construction impersonnelle négative («il s'agit», l'utilisation du pronom caméléon «on»), avec un renvoi aux promesses faites et irréalisables du passé :

> Macron 2017 : *Par l'école et la transmission ensuite. Notre pays se redressera par sa jeunesse. Je sais que beaucoup doutent de la jeunesse ils ont tort. Il ne s'agit pas de lui faire des promesses, on lui en a trop fait.*

L'ethos de compétence, dont on s'occupera dans ce qui suit, pourtant sans y trop insister, contribue lui aussi à la crédibilité de celui qui énonce.

5. L'ethos de compétence

Le locuteur dans ce cas, il doit mettre l'accent sur le savoir et sur le savoir-faire. Il ne s'agit pas de dénoncer tout simplement les problèmes de la société, mais donner dans son discours des solutions à ces problèmes, afin d'accabler un nombre élevé d'électeurs. Par la suite, on verra des discours qui mettent en avance les compétences des candidats, qui vont parler directement des postes qu'ils ont occupés et qui leur permettent d'avoir les habilités à accomplir leur rôle.

> Dupont-Aignan 2012 : *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 créé en quelques années plus de 400 logements sociaux. Il a aussi reçu le prix de la Fondation 30 millions d'amis pour sa gestion de l'environnement. En 2008, il a été réélu avec 80% des voix au premier tour.*
> De Villiers 2007 : *Il a fait de la Vendée le premier département écologique de la France (énergies renouvelables, gestion des déchets, protection de la biodiversité.*
> Fillon 2017: *Je fus Chef du gouvernement, chef d'une majorité parlementaire que j'ai dirigée et qui ne m'a jamais fait défaut : je ne renie rien, je fus plus que loyal, autrement plus loyal que tous ces ministres socialistes qui prennent la poudre d'escampette, mais je veux changer ce que j'ai vu, et surtout faire ce qui doit être fait pour relancer notre pays dont les atouts sont immenses.*
> Hamon 2017: *Devenu Ministre de l'éducation nationale ma priorité était la même, l'égalité à l'école. Comment tordre le coup à cette réalité*

BDD-A27299 © 2017 Transilvania University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 13:00:09 UTC)

insupportable d'une école qui trie par l'échec, se concentre sur la sélection les élites, reproduit et parfois accentue les inégalités.

Hamon 2017 : *J'ai été ministre et je ne le regrette pas.*

Mais l'ethos de crédibilité ne serait rien, sans l'image de confiance.

6. L'ethos de confiance

Pour gagner la confiance du destinataire, il faut se montrer digne de confiance, ce qui n'est pas une chose aisée dans une société qui a perdu la confiance dans la classe politique. Si on prend en compte l'utilisation du mot «confiance», l'analyse statistique réalisée par les chercheurs de l'Université de Côte d'Azur, on remarque que Fillon se trouve en première position avec un taux de 3.0, suivie de le Pen avec 2.4, au pôle opposé se situant Melenchon avec un taux de – 4.3. Cela voudrait dire, que sur l'axe synchronique, il y a des grands écarts entre les discours des candidats, qui vont parler trop de la confiance ou pas du tout.

Les stratégies sont multiples dans ce cas, comme le montrent les exemples suivants:

Fillon 2017: *J'ai voulu vous regarder dans les yeux – chez moi – à Sablé – dans cette ville qui m'a fait confiance quand je n'avais pas 27 ans, pour vous dire: «Je suis candidat à la présidence de la République française».*

Hamon 2017: *Combien de fois l'avions-nous entendu durant la campagne? «Cette fois ci, ne nous décevez pas ». «C'est la dernière fois que je vous fais confiance ».*

Dans cet énoncé, la stratégie est de dénoncer la confiance attribuée à d'autres personnes, par un type de discours rapporté, marqué au niveau textuel par des guillemets.

Hamon 2017 : *Dans un monde où l'information est directement accessible à chacun, où les sources de la désinformation se multiplient, où il faut plus que jamais savoir faire preuve d'esprit critique et d'indépendance, les élèves doivent avoir confiance dans les apprentissages qui leur sont proposés. Voilà ce à quoi je leur demande de s'engager dans le cadre du nouveau contrat social que je leur propose.*

On remarque dans cet extrait, un jeu remarquable entre un ethos de neutralité et celui de l'engagement par une énonciation élocutive, exprimée par une forme modalisante

BDD-A27299 © 2017 Transilvania University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 13:00:09 UTC)

du devoir-faire qui est d'ailleurs évidente. Il faut aussi dire qu'un ethos de neutralité contribue aussi à la crédibilité du locuteur.

> Fillon 2017 : *Un concours de circonstances, le destin, m'a conduit à diriger cette ville puis à représenter les Sarthois à l'Assemblée nationale. J'ai ressenti une immense fierté pour cette* confiance accordée *au jeune inconnu que j'étais et j'ai simplement cherché à m'en montrer digne*.
>
> Fillon 2017 : *Je suis allé à la rencontre des agriculteurs, des médecins, des infirmières, des travailleurs sociaux, des artisans, des commerçants, des policiers et des gendarmes, des maires, des entrepreneurs, des enseignants. Tous m'ont dit à leur manière la même chose : Que l'Etat arrête de nous emmerder ! Laissez-nous travailler ! Faites-nous confiance ! Libérez-nous des normes inutiles, des charges exorbitantes, des impôts confiscatoires, des règlementations absurdes ! ici*

Cette stratégie d'interpellation, relevant de ce que R. Jakobson appelle la fonction conative, la modalité impérative vise la réaction immédiate de l'allocutaire ou la variation de son comportement et partant, de son régime de croyances. L'impératif suppose pragmatiquement la présence de l'autre, c'est-à-dire «*l'absolue prééminence du locuteur sur son partenaire discursif*» (Kerbrat-Orecchionni 1980, 61). La littérature de spécialité le classifie dans la catégorie des procédés de l'«*intimation* » qui impliquent toujours l'autre, la deuxième personne.

> Le Pen 2017: *Je veux transformer votre colère tellement légitime en un acte d'amour pour cette communauté vitale et unique qu'est, au même titre que votre famille, votre nation, je veux que là où vous vivez le désespoir, vous puissiez à nouveau trouver des raisons de croire, d'entreprendre et de réussir, je veux que vous puissiez avoir confiance dans notre pays et dans l'entité autour duquel il s'organise : l'Etat.*
>
> N. Sarkozy 2012: *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.*
>
> Sarkozy 2012: *Je ne vous mentirai pas, je ne vous trahirai pas, je ne vous décevrai pas. Je vous demande votre confiance pour qu'ensemble tout devienne possible.*
>
> Sarkozy 2012: *Dimanche prochain, je vous demande votre confiance pour le seul choix qui compte : celui de la France.*

BDD-A27299 © 2017 Transilvania University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 13:00:09 UTC)

Dans les deux énoncés précédents, le locuteur fait usage de la modalité allocutive, qui s'exprime à l'aide de «je» et «vous», le but étant de mettre un jeu une sorte de dialogue direct avec ses destinataires d'abord pour les remercier de lui avoir fait confiance au premier tour, ensuite, pour leur demander de lui faire de nouveau confiance au second tour, afin de pouvoir être élu à la tête de l'État et réaliser ses promesses. Il s'agit de mettre en discussion une sorte de connivence entre locuteur et allocutaire, pour le but final : le bien de la France. Par conséquent, les destinataires deviennent par ce type de stratégie des co-énnonciateurs.

7. Conclusions

Même si la notion de discours a été longtemps analysée et repensée, la présence de l'image de soi dans le discours actuel montre l'importance de la rhétorique classique, la connaissance de ses principes par les locuteurs. A présent, l'art de persuasion intéresse non seulement le littéraire, mais aussi tout preneur de parole qui a comme but l'adhésion de l'auditoire. Dans cette ligne, l'art de la persuasion intéresse d'autant plus l'homme politique: «La présence ou l'absence des connaissances oratoires dans le discours politique peut peser plus qu'on ne le croyait, en influençant l'auditoire qui peut ainsi apprécier ainsi la performance sans se rendre compte qu'elle est due à la maîtrise des notions élémentaires de la construction d'un discours» (Felea 2015, 104)[3].

Parmi ces connaissances de la rhétorique se trouve la construction de l'ethos, considéré comme un moyen de preuve, que Maingueneau reprend et réadapte à l'analyse du discours, l'ethos faisant partie dorénavant de la scène d'énonciation au même titre que le vocabulaire ou les modes de transmission qu'entraîne l'énoncé par son mode d'existence.

En étudiant notre corpus, on a remarqué un souci permanent pour cette image de soi conçue discursivement et que les données pour réaliser cet ethos, dont il a été question, étaient fort nombreuses, que malheureusement nous n'avons pas pu les présenter toutes dans notre travail.

Cette étude a eu comme but l'analyse de construction discursive de l'ethos de crédibilité chez les candidats aux présidentielles de France, dans une perspective synchronique et diachronique (sur une période étendue sur 10 ans), pour pouvoir déceler certaines fluctuations au niveau des stratégies utilisées par le locuteur.

[3] Trad. « Prezența sau absența cunoștințelor de oratorie în discursul politic poate cântări mai mult decât s-ar crede, influențând auditoriul care poate aprecia performanța și fără să își dea seama că ea se datorează stăpânirii unor noțiuni elementare de construire a unui discours»

BDD-A27299 © 2017 Transilvania University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 13:00:09 UTC)

Des modifications sont apparues, comme on l'a pu remarquer au cours de l'analyse, qui n'est certes pas une exhaustive, tant au niveau synchronique, qu'au niveau diachronique.

Dès le début, on remarque un type de discours actuel centré sur le changement, un discours qui veut rompre avec le passé et qui présente au niveau discursif certaines marques de ce désir de scission. C'est une des données que la perspective diachronie nous a fournies.

Nous nous sommes intéressés à la diachronie, car notre intuition était qu'il y avait, par rapport au passé, un changement au niveau du lexique, mais aussi au niveau syntaxique dans la réalisation de ce type d'ethos, car étant donné les évènements du présent, les destinataires, dans notre cas, les électeurs semblaient avoir perdu la confiance en politique et par conséquent dans le discours politique. Une des preuves qui ont soutenu l'idée de départ étant l'absence des verbes à l'impératif de genre : *Ayez confiance en nous*!

En effet, on a pu noter que les données offertes par cette analyse en diachronie sont différentes dans certains points de celles offertes par la synchronie, mais on ne doit pas perdre de vue la complémentarité des deux dimensions. Étant donné que le discours dont il s'agit est politique, on peut mesurer à un certain moment quels types d'ethos réussit à mieux attirer la cible. L'enjeu est de taille, car si on se penche sur ce côté diachronique, on peut se rendre compte plus du pôle destinataire et utiliser les mêmes stratégies qui ont donné des résultats positifs dans d'autres types de discours, par exemple celui publicitaire.

Par cette analyse en diachronie, on remarque une forte présence de l'énonciation délocutive qui traduit un ethos d'engagement faible, qui va plutôt vers une énonciation allocutive, ce qui nous montre que la cible a évolué, elle ne veut plus de promesse en vain, mais une cible qui veut être impliquée dans ce processus de transformation.

En conclusion, une analyse de discours fondée tant sur les faits évolutifs, que statiques ne serait ne serait que bien venue dans un type de discours où l'adhésion de l'auditoire se montre si importante. Partant de là une analyse du discours en diachronie et synchronie pourrait nous donner des indices sur l'évolution de la société et donne ainsi la possibilité d'ouvrir d'autres chantiers de recherche en sociolinguistique ou bien en praxématique.

Bibliographie

Amossy, Ruth. 2000. *L'argumentation dans le discours*. Paris: Nathan.
Benveniste, Emile. 1966. *Problèmes de linguistique générale*, t 2. Paris: Gallimard.

BDD-A27299 © 2017 Transilvania University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 13:00:09 UTC)

Charaudeau, Patrick. 2005. *Le Discours politique: les masques du pouvoir*. Paris: Vuibert.

Charaudeau, Patrick., Maingueneau Dominique. 2002. *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris: Seuil.

Felea, Alina Silvana. 2015. *Domenii ale referinţei. Poetica, retorica şi istorie literară*. Cluj-Napoca: Casa carţii de ştiinţă.

Kerbrat-Orecchioni, Catherine. 1980. *L'Enonciation. De la subjectivité dans le langage.* Paris : A.Colin.

Sitologie

Cabasino, Francesca. 2009. « La construction de l'*ethos* présidentiel dans le débat télévisé français », in *Mots. Les langages du politique* [En ligne], 89 | 2009, mis en ligne le 30 mars 2011, consulté le 08 avril 2017. URL : http://mots.revues.org/18743.

BDD-A27299 © 2017 Transilvania University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 13:00:09 UTC)