L'ANALYSE DU DISCOURS POLITIQUE

Oana-Alexandra Tudor

PhD Student, University of Craiova

Abstract – The political speech is a construction field of meaning that is based on a certain balance between a structure meant to produce an influence speech and well-defined production terms.
The political speech is an influence speech; the media has become a spokesperson for public opinion, at the same time as a privileged means of transmitting political ideas. The media offers strategies specific to political speech to reach public opinion. The choices made by media are fundamental in the management of meaning by the speaker and in the reception made by him. Therefore, we consider that the political speech that takes place within the genre, the media is a strong speech constrained by a double influence.
The choice of the media, the type of program and its organization are therefore relevant and strategic factors for politicians and the significance they build on this occasion. The significance of a message results from the situation in which it is addressed and on the basis of which it is constructed. Politics refers to everything that organizes and problematizes collective life within a company, in the name of certain principles, certain values that are so many moral references. The field of politics is "government of the word", as Marc Auge (1994: 23) puts it. Discourse and politics are therefore two intrinsically related notions. Political speech induces patterns of reflection, it disseminates values that serve as a reference for the building of opinions and ideological positions of citizens. Political speech focuses on building images of actors and on the use of persuasion and attraction strategies through various rhetorical processes.
In situations where opinion is formed, and especially in crisis situations, readers-spectators are faced with opinions already formed, opinions supported by ideological or political groups, so that the choice between opinions means choosing between groups. Following the attacks, the choice seems easy, we are offered to uphold universal values such as freedom, solidarity, life, against which we oppose terrorism, synonymous with death and lack of respect for democratic values. This apparent consensus only makes sense by disseminating political speech in the public sphere. This media coverage creates the reaction to be adopted and leads to a process of social identity. Indeed, it is difficult to conceive of the existence of a social group without the existence of a strong mediation that forms the basis of identity. For Marc Augé (1994: 23), the link between political speech and identity is obvious: <<Whether it is the language of consensus or the language of terror, political language is a language of identity>>. This first American identity is transmitted internationally, this internalization of information leads to the internalization of the public.
He is „you" to whom politicians appeal. Consensual opinion is necessary for the legitimation of the politician in his positions and for the international acceptance of large-scale military actions.
As Pierre Bourdieu (1982: 74) said, <<authority arises in the external language>>, thus, political speech is what allows, in a crisis situation, the popularization of emotions, opinions, the union in a common goal, the admission of facts in while dramatizing them, even if this consensus seems to have been reached beforehand. The function of political speech is both to highlight common values and to maintain a favorable disposition to these values.

Keywords: political speech, media, choice, meaning, opinion

1. Introduction

Le discours politique est un domaine de construction de sens qui se fonde sur un

BDD-A32440 © 2020 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 07:51:31 UTC)

certain équilibre entre une structuration visant à produire un discours d'influence et des conditions de production bien définies. On considère comme discours politique tout discours dont le contenu aborde des problèmes de politique. Le discours politique est un discours d'influence ; les médias sont devenus un porte-parole de l'opinion publique, en même temps qu'un moyen de transmission privilégié des idées politiques.

Les médias proposent au discours politique des stratégies particulières pour toucher l'opinion publique. Les choix faits par les médias sont fondamentaux dans la gestion du sens par le locuteur et dans la réception qui en est faite. On considère donc que le discours politique qui se réalise à l'intérieur du genre médiatique est un discours fortement contraint par une double influence. Le choix du média, celui du type d'émission et de sa mise en scène sont donc des facteurs pertinents et stratégiques pour les hommes politiques et pour le sens qu'ils construisent à cette occasion. Le sens d'un message résulte de la situation dans laquelle il est adressé et avec lequel il est construit.

Le politique réfère a tout ce qui organise et problématise la vie collective au sein d'une société, au nom de certains principes, de certaines valeurs qui sont autant de références morales. Le champ du politique est le « gouvernement de la parole » comme le dit Marc Augé (1994 : 23). Discours et politique sont donc deux notions intrinsèquement liées.

Le discours politique induit des schèmes de pensée, il diffuse des valeurs qui servent de référence à la construction des opinions et des positionnements idéologiques des citoyens. Le discours politique s'attache à construire des images d'acteurs et à user de stratégies de persuasion et de séduction par le biais de divers procédés rhétoriques.

2. Un facteur de mobilisation internationale : les attentats

Aborder l'analyse du discours politique n'est pas chose aisée. Face à la crise initiée par les attentats, les contraintes structurelles de la situation de communication politique sont fortes, il est nécessaire de les prendre en considération avant toute interprétation discursive.

Parles de discours politique revient alors à s'interroger sur l'organisation du langage et surtout sur ces effets psychologiques et sociaux en situation de crise. La notion de discours prévoit non seulement l'existence du langage, en tant que système de la langue, mais également celui d'actes de langage qui circulent dans le monde social, en l'occurrence l'espace médiatique. Pour Pécheux (1990 : 123) « le discours s'étaye toujours sur du discursif préalable », en effet, ces actes de langage, exercés dans l'urgence, renvoient à des univers de pensée et à des valeurs qui s'imposent historiquement dans la société américaine.

Nous appréhendons le discours politique comme un acte de communication, où l'objectif principal est « d'influencer les opinions afin d'obtenir des adhésions, des rejets, ou des consensus. Il en résulte des regroupements qui constituent ce qui structure une partie de l'action politique – notamment les déclarations télévisuelles – et construisent des imaginaires d'appartenance communautaire »[1] (Charaudeau 2005 : 30).

Pour éclairer nos questionnements, nous nous interrogeons sur le rôle des médias dans le champ politique, en tant qu'ils auraient une influence sur les stratégies de communication et les discours politiques. Nous interrogeons plus particulièrement la question du discours politique en tant qu'inscrit dans une pratique sociale, en tant que forme du langage circulant dans un espace public et médiatique caractérisé par une communication de crise où s'érigent des rapports de force entre individus et organisations dominantes. Un double choix s'offre alors, l'espace public peut rester le lieu des débats, des valeurs contradictoires ou devenir

[1] Citons à ce propos les nombreuses références à Pearl Harbor qui ponctuent les interventions médiatiques et font écho au vocabulaire guerrier employé par le chef de l'état américain.

BDD-A32440 © 2020 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 07:51:31 UTC)

progressivement l'espace de réification des valeurs égalitaires, rationalistes, démocratiques.

L'étude de contenu de ces discours et l'examen de leur médiatisation nous permet de dégager des lignes de force dans la création du consensus lié à la riposte.

Une deuxième partie de cette étude nous conduira à nous intéresser plus particulièrement au lien entre discours politique, espace médiatique et espace public.

En effet, les médias jouent un rôle déterminant dans la diffusion des opinions et des affects exprimés dans les discours politiques. Nous mettrons ainsi en exergue les modalités de création du consensus autour de ces deux notions centrales.

2.1. Des discours ancrés dans une communication de crise

Charaudeau nous précise que « l'art du discours politique est l'art de s'adresser au plus grand nombre pour le faire adhérer à des valeurs communes » (Charaudeau 2005 : 187), ceci est d'autant plus efficace dans une situation où tous les référents identitaires sont remis en cause. Le discours politique oscille entre deux récits des faits : on aborde les attentats comme un état de fait qui vient prouver l'existence du « mal » on en parle également comme un état potentiel, ce qui a pour objectif de créer une situation d'attente qui oblige à envisager l'existence d'un mal plus globalisant, générateur d'angoisse, en l'occurrence le terrorisme international.

2.2. Une requalification des faits et des acteurs : l'attrait du manichéisme

Face à l'urgence de donner une information juste au plus grand nombre dans un minimum de temps, le discours politique entre dans un double procédé de singularisation et d'essentialisation. Dès lors « toute définition de la situation est construite selon des principes d'organisation qui structurent les événements, […] opère une stratification de la réalité »[2] (Goffman 1974b), ceci donne lieu à l'utilisation de formules significatives servant à qualifier et ainsi « cadrer » l'événement. Les discours cherchent à toucher le public en induisant un sentiment de crainte vis-à-vis de « l'autre » et le besoin d'une réponse concrète à ces attaques, l'auditoire est d'autant plus atteint que nous sommes dans une situation de crise politique et sécuritaire. Les discours portant sur le consensus identitaire en arrivent donc à produire des discours d'exclusion.

La désignation des coupables est par conséquent elle aussi plurielle : ils sont « auteurs de cet acte », « responsables » mais ils sont surtout ceux qu'on accuse sans pouvoir les voir : « la lâcheté sans visage », « ceux qui se cachent derrière ces actes funestes ».

Ils peuvent ainsi être évoqués en tant qu'individualités, mais ils sont le plus souvent globalisés sous le terme de « terroristes ».[3] Ainsi, le discours politique parvient à construire des visions de monde unifiées et cohérentes, nous rejoignons alors Murry Edelman (1971) pour qui « mythes et métaphores (politiques) permettent aux hommes de vivre dans un monde dont les causes sont simples et ordonnées, et dans lequel les solutions sont apparentes »[4]. Ces dispositifs d'attaque et de défense sont organisés dans un discours où l'affect prend le pas sur la raison. « L'autre » est avant tout celui qui suscite la peur, et dont il est rationnel de se méfier. Ces discours « à chaud » sur l'événement conduisent à une narrativisation des faits, il

[2] Tony Blair, discours tenu à la tribune du Congrès annuel des Syndicats à Brighton, le 11 /09/01; Jacques Chirac ; Vladimir Poutine, allocution télévisée sur *RTR* ; Ariel Sharon ; Serguei Iastrajemb, adjoint au président russe ; Mohammad Khatami, président iranien ; le colonel Mouammar Kadhafi, chef de la Jamahiriya Libyenne ; Saddam Hussein sur Al Jazeera : interventions diffusées sur *TF1* et *France 2*, le 11/09/01.

[3] Celle-ci inclut des individus qui ont conscience d'avoir un rôle à jouer dans l'organisation politique de la vie sociale.

[4] À ce sujet, se référer à l'article de J.-J. Courtine, 1990.

BDD-A32440 © 2020 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 07:51:31 UTC)

est difficile de faire la part entre la réalité et la fiction.

Dans les discours médiatiques, le « récit des événements » propose des figures opposées, les bons et les méchants, le bien et le mal.[5]

3. Des discours relayés médiatiquement : la création d'un consensus international

La requalification de l'événement a construit une vision comme des faits dans l'espace publique. Par les médias, les discours deviennent accessibles à l'opinion publique, parallèlement, eux-mêmes accèdent à cette opinion publique qui donnera leur légitimité aux propos. Ainsi, « on passe de l'échange indéterminé à la lutte explicite pour le contrôle des représentations collectives, les médias faisant une entrée spectaculaire dans le processus » (Gerstlé 2004 : 11-12).

3.1. Opinion publique et discours politique

Dans toute communication entrant en jeu des individualités qui ne peuvent trouver leur place que par rapport à d'autres. Cette relation à l'autre est au cœur du processus médiatique de diffusion des discours politiques. C'est donc dans le cadre du principe d'altérité, ou l'homme politique prend conscience de son auditoire, que se développe un principe d'influence, où le but ultime est le partage des opinions.

C'est donc l'action qui est première dans le discours politique. Elle a pour but de répondre au bien commun, à un problème posé et publicisé tant dans l'espace politique que dans l'espace public. Le premier peut être défini comme le lieu des affrontements, des prises de positions tranchées, c'est le lieu où l'homme politique acquiert sa légitimité à travers la construction d'opinions. L'espace public quant à lui est le lieu où se met en place un rapport de force entre instance politique et opinion publique, autrement dit instance citoyens établit alors une mise en variation entre parole de persuasion et parole de séduction visant à établir un rapport d'autorité entre le « chef » de l'état et les citoyens.[6]

Dominique Wolton a avancé à ce sujet la notion de « communication politique », c'est « l'espace où s'échangent les discours contradictoires des trois acteurs qui ont la légitimité à s'exprimer publiquement sur la politique et qui sont les hommes politiques, les journalistes et l'opinion publique » (1989 : 4).[7] L'opinion publique dont nous parlons est la première cible visée par les instances politiques et médiatiques.

Elle se construit sur « des affects qui sont ensuite rationalisés. Plus l'opinion est généralisée et partagée par un grand nombre d'individus, plus sa base affectuelle est prégnante, et plus la rationalisation devient ténue » (Charaudeau 2005 : 195).

En effet, « les médias parviennent à supplanter l'expérience individuelle dans la formation des attitudes et constituent donc une source de dépolitisation de l'expérience personnelle » (Gerstlé 2004 : 98), Diana Mutz (1998) parle à ce sujet « d'influence impersonnelle ». En situation de crise, l'opinion publique se construit entre essentialisation et fragmentation. Essentialisation par ce mécanisme qui convertit une opinion relative qui pourrait être discutée en opinion collective absolue, au nom d'une raison identitaire, ce mécanisme est agrémenté à la fois par les médias qui accentuent par leur commentaire le

[5] Cette notion est particulièrement développée dans leur ouvrage de 1996, *Les cérémonies télévisuelles.*

[6] Celle-ci inclut des individus qui ont conscience d'avoir un rôle à jouer dans l'organisation politique de la vie sociale.

[7] Norris reprend ces notions en 2000 en définissant la communication politique comme « un processus interactif concernant la transmission de l'information entre les acteurs politiques, les médias d'information et le public ».

BDD-A32440 © 2020 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 07:51:31 UTC)

caractère dramatique de l'événement, et par les politiques qui exacerbent les passions.

Fragmentation du fait de la multiplication des opinions collectives qui entrent en conflit et créent des antagonismes, des conflits que la mémoire collective retient souvent comme le fondement d'un « grand » événement. Pour qu'il joue son rôle de ciment identitaire, ce système de valeur doit être partagé par l'ensemble des membres de la communauté, sa circulation est ici assurée par une instance légitimée et omniprésente : les médias.

3.2. Le rôle des médias dans la création du consensus

Dominique Wolton reconnaît que « la publicisation, par l'intermédiaire des médias à l'avantage de faciliter le passage des problèmes et discours dans l'espace public: tout est devenu discutable » (1995 : 74). Toutefois, pour toucher l'auditoire, il faut que les citoyens soient « disponibles », cette disponibilité d'esprit, ce sont les médias qui la garantissent par la diffusion exclusive, en boucle, des attentats. Nous sommes aujourd'hui dans ce que beaucoup appellent une société de médiatisation qui contribue d'une part à forger un lien tenu entre monde politique et société civile, ce lien étant représenté dans un nouvel espace de communication où l'agir communicationnel domine : d'autre part à unifier ces univers par la publicisation des acteurs, des idées, des actions, par la construction d'un « sens commun » à l'événement.

Le discours de l'instance médiatique est ainsi pris entre une visée de captation qui l'engage à la dramatisation des événements et une visée de crédibilité qui l'oblige à être critique et objectif envers les discours qu'elle profère.[8] Dans le cas des attentats, c'est la première qui prévaut. Outre la constitution d'un univers de croyance particulièrement présent dans les champs lexicaux récurrents dans les discours politiques (mort, catastrophe, massacre, crime, compassion...), les médias rapportent l'événement à des scénarios dramatiques afin de susciter des mouvements émotionnels, d'antipathie vis-à-vis des agresseurs, de sympathie vis-à-vis des sauveteurs, de compassion vis-à-vis des victimes.

On concentre l'attention du public sur le geste exemplaire de son rassemblement et de sa solidarisation, c'est la communauté telle qu'elle doit être, on assiste à une mobilisation politique internationale. L'objectif de ce type de discours est de transformer des opinions empreintes d'émotion, à travers la construction identitaire des acteurs du monde politique. Ces derniers sont distingués car ils interviennent en tant que représentants d'une nation.

Conclusion

Dans les situations où se constitue l'opinion, et plus particulièrement en situation de crise, les lecteurs-spectateurs sont devant des opinions déjà constituées, des opinions soutenues par des groupes idéologiques ou politiques, de telle sorte que choisir entre des opinions, c'est choisir entre des groupes. Suite aux attentats, le choix semble aisé, on nous propose de soutenir des valeurs universelles telles que la liberté, la solidarité, la vie, auxquelles on oppose le terrorisme, synonyme de mort et de non respect des valeurs démocratiques.

Cet apparent consensus de fait ne prend sens que par la diffusion des discours politiques dans l'espace public. C'est cette médiatisation qui construit la réaction à adopter et conduit à un processus social identitaire. En effet, il est difficile de concevoir l'existence d'un

[8] Les contraintes liées au système d'information médiatique sont développées par Michel Rocard en 1987 *(Le cœur à l'ouvrage,* Institut International de géopolitique). Il évoque notamment la transparence, l'instantanéité, la redondance de l'information, sa diffusion circulaire.

BDD-A32440 © 2020 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 07:51:31 UTC)

groupe social sans l'existence d'une médiation forte qui en constitue le ciment identitaire. Pour Marc Augé (1994 : 23), le lien entre discours politique et identité est évident: « Qu'il soit langage du consensus ou langage de terreur, le langage politique est un langage de l'identité ». Cette identité d'abord américaine est véhiculée à l'international, cette l'internalisation de l'information conduit à une internalisation du public. Il est le « vous » auquel les hommes politiques s'adressent. Une opinion consensuelle est nécessaire à la légitimation de l'homme politique dans ses fonctions et à l'acceptation internationale d'actions militaires de grande envergure. Comme le disait Pierre Bourdieu (1982 : 74) « l'autorité advient au langage du dehors », ainsi, le discours politique est ce qui permet, en situation de crise, de vulgariser les émotions, les opinions, de fédérer dans un but commun, de faire admettre les faits tout en les dramatisant, même si le consensus semble au préalable acquis. Le discours politique a ainsi pour fonction autant la mise en exergue de valeurs communes que le maintien d'une disposition favorable à ces valeurs.

BIBLIOGRAPHY

Augé Marc, 1994, *Pour une anthropologie des mondes contemporains,* Paris, Aubier/Critiques.

Bourdieu Pierre, 1982, *Ce que parler veut dire,* Paris, Fayard.

Charadeau Patrick, 2005, *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Paris, Vuibert.

Edelman Murray, 1971, *Politics as Symbol Action,* New York, Academic Press.

Gerstlé Jacques, 2004, *La communication politique,* Paris, Armand Colin.

Goffman Erving, 1974a, *Les rites d'interaction,* Paris, Minuit.

Mutz Diana Carole, 1998, *Impersonal Influence. How Perceptions of Mass Collectives Affect Political Attitudes,* New York, Cambridge University Press.

Pêcheux Michel, 1990, *L'inquiétude du discours,* Paris, Éd. des Cendres.

Wolton Dominique, 1989, « Communication politique : construction d'un modèle », *Hermès,* 4, « Le nouvel espace public ».

Wolton, Dominique, 1989, « Communication politique : les médias, maillon faible de la communication politique », *Hermès,* 4, « Le nouvel espace public ».

BDD-A32440 © 2020 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 07:51:31 UTC)