

Le discours politique entre légitimité et crédibilité : l'exemple du
débat parlementaire

Dr. Ali ALSAFAR, Université du Koweït

Résumé

Cet article s'inscrit dans le domaine de l'analyse du discours politique. Nous nous intéressons aux stratégies de crédibilisation de soi employées par les politiques pour justifier leurs positionnements respectifs.

D'abord, nous allons faire le tour des diverses définitions du terme discours en général, et des catégories de genres de discours. Ensuite, nous aborderons la question de la légitimité et la crédibilité dans le discours politique. Enfin, nous tenterons de décrire les stratégies de crédibilisation de soi dans le discours politique, à travers l'analyse de quelques extraits du débat parlementaire sur le projet de loi pour l'abolition de la peine de mort en France.

Mots-clés: Légitimité, Crédibilité, Genres de discours, Discours politique, Analyse du discours.

ملخص

وفقا الخطاب السياسي البرلماني بين المصداقيه و الشرعية

الهدف من هذا المقال هو التوصل الي وصف الاستراتيجيات اللغويه التي يستخدمها السياسيون من أجل تبرير مواقفهم السياسية.
أولا سيتم تعريف مفهوم الخطاب بشكل عام ثم سنعرف مصطلح أصناف الخطاب.
ثانياً سوف نطرح مسألة التمييز بتن الشرعيه والمصداقيه في الخطاب السياسي. وفي
النهايه سنحاول التوصل الي وصف الاستراتيجيات اللغويه التي يستخدمها البرلمانيون من أجل
رفع مستوى المصداقيه

من خلال تحليل مقتطفات من مناقشة القانون الخاص بإلغاء عقوبة الإعدام في فرنسا عام

. 1981

الكلمات الدالة: المصداقيه الشرعية، الخطاب السياسي، أصناف الخطاب، تحليل الخطاب.

1. Le discours:

Dans le domaine de la linguistique, le terme discours connaît plusieurs acceptions. C'est pourquoi il est indispensable de l'opposer à toute une série d'autres termes pour pouvoir proposer une définition précise.

a) Discours vs phrase

Harris (1952) définit le discours comme « une unité linguistique constituée d'une succession de phrases ».

b) Discours vs langue

Dans cette dichotomie, deux types d'opposition s'imposent selon la manière de définir la langue : (1) si on considère la langue comme un système de valeurs virtuelles, le discours s'oppose à cette conception de la langue par le fait qu'il est l'usage de la langue dans un contexte particulier, qui filtre ses valeurs et peut en susciter de nouvelles ; (2) si on considère la langue comme un système partagé par les membres d'une communauté linguistique, le discours est l'usage restreint de ce système. Ainsi, le terme discours peut référer à : (1) un positionnement : dans ce cas de figure, le terme discours peut désigner aussi bien le système qui permet de produire un ensemble de textes que cet ensemble lui-même, comme le discours socialiste, capitaliste, nationaliste, etc. ; (2) un type de discours comme le discours politique, médiatique, scolaire, etc. ; (3) des productions verbales spécifiques d'une catégorie de locuteurs comme le discours de professionnels, de femmes, de jeunes, etc. ; (4) une fonction du langage tels le discours didactique, ludique, polémique, etc.

c) Discours vs énoncé

C'est cette opposition qui a permis par la suite d'attribuer un point de vue spécifique à l'analyse du discours en France. Pour Guespin (1971 : 10) : « un regard jeté sur un texte du point de vue de sa structuration en langue en fait un énoncé ; une étude linguistique de conditions de production de ce texte en fera un discours ».

Après avoir défini ce qu'est un discours par la série des dichotomies mentionnée supra, je présenterai infra les caractéristiques que Maingueneau (2002 : 186) donne au discours :

a) Le discours est orienté

Chaque discours est doublement orienté, d'une part parce qu'il se construit en fonction d'une visée du locuteur, d'autre part, parce qu'il se développe dans le temps, c'est-à-dire que chaque discours peut dévier en cours de route (digression) mais revenir par la suite à sa direction initiale.

b) Le discours est interactif

La manifestation la plus évidente de l'interactivité discursive est la conversation. Or, outre les énoncés écrits, il existe d'autres formes d'oralité qui ne relèvent pas de la conversation. C'est la raison pour laquelle Maingueneau (2002 : 188) propose de distinguer deux sortes d'interactivité : (1) l'interactivité fondamentale, celle qui concerne la conversation ; (2) l'interactivité constitutive, celle des autres formes d'énonciation, car il considère que :

Toute énonciation, même produite sans la présence d'un destinataire, est un échange, explicite ou implicite, avec d'autres locuteurs, virtuels ou réels, elle suppose toujours la présence d'une autre instance d'énonciation à laquelle s'adresse le locuteur et par rapport à laquelle il construit son propre discours. Dans cette perspective, la conversation n'est pas considérée comme le discours par excellence, mais seulement comme un des modes de manifestations – même s'il est sans nul doute le plus important – de l'interactivité fondamentale du discours.

c) Le discours est contextualisé

Le discours, non seulement, intervient dans un contexte, mais aussi, il contribue à le définir et à le modifier en cours d'énonciation. Sans le contexte, le discours perd son sens.

d) Le discours est pris en charge

Selon Maingueneau (2002 : 189) : « tout discours est rapporté à une instance qui à la fois se pose comme source de repérages personnels, temporels, spatiaux et indique quelle attitude elle adopte à l'égard de ce qu'il dit et de son interlocuteur ».

e) Le discours est régi par des normes

L'activité discursive est régie par des normes spécifiques, autrement dit,

chaque discours doit obéir à certaines règles qui doivent être respectées par le locuteur s'il veut réussir son allocution.

2. Genres de discours:

Tout texte relève d'une catégorie de discours, d'un genre de discours. La dénomination de ces genres s'appuie sur des critères très hétérogènes (journal renvoie au caractère périodique de la publication, récit au mode d'organisation narratif, etc.). Cependant, l'analyse du discours ne peut pas se satisfaire de ces catégories qui sont, certes, adaptées aux besoins de la vie quotidienne, mais qui ne répondent pas à des critères de classement rigoureux. Mais, les critères, bien qu'ils soient rigoureux, varient selon les besoins, c'est la raison pour laquelle il existe des typologies de diverses sortes.

Dans le domaine de la linguistique, la notion de genre de discours a été initiée par Bakhtine (1984) et repensée par Maingueneau (1998).

2.1. Classement de Bakhtine:

Bakhtine (1984 : 267) classe les genres selon la nature communicationnelle de l'échange verbal. Ainsi, il distingue deux grandes catégories : (1) les genres premiers qui englobent les productions naturelles et spontanées du langage ; (2) les genres seconds qui concernent les productions construites et institutionnalisées.

Selon lui, les genres de discours peuvent être considérés comme un facteur d'économie cognitive, en effet, chaque locuteur a la capacité, en se concentrant seulement sur un nombre réduit d'éléments, de reconnaître à quel genre de discours appartient tel ou tel énoncé. Ceci dit, le locuteur, par sa maîtrise des genres de discours, n'a pas besoin d'accorder une attention constante à chaque énoncé pour savoir s'il appartient à tel ou à tel genre. Bakhtine (1984 : 285) souligne ce point :

Nous apprenons à mouler notre parole dans les formes du genre et, entendant la parole d'autrui, nous savons d'emblée, aux tout premiers mots, en pressentir le genre, en deviner le volume, la structure compositionnelle donnée, en prévoir la fin, autrement dit, dès le début nous sommes sensibles au tout discursif (...) Si les genres de discours n'existaient pas et si nous n'avions pas la maîtrise, et qu'il

nous faille les créer pour la première fois dans le processus de la parole, qu'il nous faille construire chacun de nos énoncés, l'échange verbal serait impossible.

D'ailleurs, Maingueneau (1998 : 29) appelle cela la compétence générique, laquelle permet, selon lui, « d'éviter la violence, le malentendu, l'angoisse de part et d'autre de l'échange, bref de sécuriser la communication ».

2.2. Classement de Maingueneau:

Maingueneau (1998 : 47) distingue, à son tour, deux sortes de genres de discours : les genres institués et les genres conversationnels. Pour lui, les genres de discours sont considérés comme « des dispositifs de communication qui ne peuvent apparaître que si certaines conditions sociohistoriques sont réunies ».

Les typologies des genres de discours ont un caractère historiquement variable, c'est-à-dire que des genres tels le « talk-show » ou le « meeting politique » sont les faits d'une société donnée à une époque donnée.

a) Les genres institués

Cette catégorie contient tous les genres qui ne relèvent pas d'une spontanéité de l'exercice de l'activité verbale, et ils peuvent être oraux aussi bien qu'écrits. On trouve dans cette catégorie des genres très variés, tels le journal quotidien, l'entretien d'embauche, le conseil d'administration, etc. Ce sont les genres de discours qui correspondent au mieux à la définition du genre comme dispositif de communication verbale socio-historiquement défini, dans la mesure où ils sont liés aux besoins d'une époque et d'un lieu déterminés, et disparaissent avec eux.

Il y a quatre modes de genres institués :

- Mode (1) : il s'agit des genres extrêmement contraignants, y compris dans leur formulation : actes juridiques, bulletins médicaux, fiches administratives, annuaires téléphoniques, etc. Ce sont des genres dans lesquels la scénographie est stable et les locuteurs sont, a priori, substituables ;
- Mode (2) : il s'agit des genres qui sont la plupart de temps soumis à certaines contraintes, autrement dit, ce sont les genres où la scène générique appelle

de préférence telle ou telle scénographie (journaux télévisés, cours universitaires). Mais à la différence des genres de mode (1), les genres de mode (2) permettent au locuteur d'échapper à ces contraintes en choisissant une scénographie plus originale. Ainsi, chaque journaliste a sa propre façon d'animer le journal télévisé ;

- Mode (3) : dans les genres de ce mode, la scène générique n'exige aucune scénographie préférentielle, c'est donc aux locuteurs de choisir la scénographie qu'ils jugent la mieux adaptée à la scène générique. C'est le cas des publicités, chansons, émissions de divertissement ;

- Mode (4) : cela concerne surtout les textes philosophiques et littéraires où l'auteur ne peut pas se contenter des scénographies préétablies. En effet, les écrivains sont d'une certaine manière obligés d'inventer sans cesse de nouvelles scénographies pour leurs œuvres afin de capter l'attention du public.

b) *Les genres conversationnels*

Contrairement aux genres institués, les genres conversationnels ne sont pas liés à des lieux institutionnels, à des rôles pour leurs partenaires, à des scripts relativement stables. Toutefois, ils obéissent à des contraintes fortes, mais essentiellement locales comme les formules d'ouverture et de clôture de l'échange verbal. Dans les genres institués, les contraintes sont globales et surtout verticales, en revanche, dans les genres conversationnels, les contraintes sont horizontales comme les stratégies de négociation et d'ajustement des tours de parole. Il s'agit donc plutôt des conversations familières, amicales ou entre collègues dont les thématiques et la finalité sont la plupart du temps floues.

2.2.1. Les conditions sociohistoriques d'un genre de discours:

Comme il a été souligné supra dans la définition des genres de discours, tout genre de discours est soumis à des conditions sociohistoriques sans lesquelles il n'existe pas:

a) *une finalité reconnue :*

Chaque discours doit avoir un objectif précis qui se résume en répondant à la question : « On est là pour dire ou faire quoi ? » (la formule est de Charaudeau 1995 : 102). Par exemple, le genre publicitaire vise à séduire

pour vendre un produit, et le discours électoral vise à séduire pour obtenir un maximum de voix, etc.

b) le statut des partenaires légitimes :

Il s'agit des rôles qu'assument l'énonciateur et son ou ses coénonciateur(s) dans le discours. Un discours électoral met en relation un candidat et des électeurs ;

c) le lieu légitime :

Certains genres de discours, et surtout les institutionnels, impliquent un certain lieu comme les débats parlementaires qui doivent avoir lieu dans l'Assemblée nationale.

d) la temporalité d'un genre de discours :

Cette notion implique plusieurs aspects :

- une périodicité : certains genres de discours sont périodiques, même s'il ne s'agit pas de la même période (une messe est hebdomadaire, le journal est en principe quotidien, etc.), alors que d'autres ne sont pas soumis à périodicité comme les circulaires administratives ou certaines conférences de presse ;
- une durée de déroulement : la durée d'accomplissement d'un genre de discours varie, certains genres exigent une durée minimale comme les publicités (30 secondes), d'autres durent plus longtemps comme les meetings politiques ;
- une continuité : une publicité doit être vue ou lue en entier en une seule fois, alors qu'un roman peut être lu en nombre indéterminé de séances.
- une durée de péremption attendue : certains textes sont censés être lus pendant une durée déterminée, au-delà de laquelle ils perdent leur valeur potentielle, comme les journaux ou les magazines. En revanche, d'autres textes ont une longévité supérieure, voire éternelle, comme certains textes littéraires et religieux.

e) une organisation textuelle :

Certains genres de discours doivent obéir à des règles discursives strictes, autrement dit, des normes spécifiques comme par exemple les lettres administratives, alors que d'autres peuvent profiter de toute la panoplie des styles communicatifs qui existent, voire d'en inventer, comme les publicités ou les textes littéraires.

Enfin, Maingueneau (1998 : 54) souligne le fait que toutes ces normes ne sont pas toujours respectées à la lettre par l'énonciateur : « il ne faut pas oublier que l'énonciateur peut toujours transgresser les normes, soit parce qu'il les maîtrise mal, soit délibérément, pour produire un certain effet, à interpréter en fonction du contexte ».

2.2.2. Les trois aspects du genre de discours:

Afin de caractériser les genres de discours, on recourt à des métaphores empruntées à trois domaines : juridique (contrat), ludique (jeu) et théâtral (rôle). Chacune de ces métaphores met en évidence un aspect important du genre de discours.

a) *Le contrat*

Il s'agit du fait que chaque genre de discours est soumis à certaines règles implicites qui doivent être respectées par les participants de la situation d'énonciation (les énonciateurs et les coénonciateurs) sous peine de subir les sanctions encourues.

b) *Le rôle*

Chaque genre de discours contraint les participants à endosser un rôle qui ne leur est attaché qu'à travers la situation d'énonciation dont ils sont partie prenante. Ainsi, les protagonistes d'un débat présidentiel télévisé n'agissent pas en tant que président, premier ministre ou premier secrétaire d'un parti politique, mais en tant que candidats qui se soumettent au jugement des électeurs. D'ailleurs c'est ce que J. Chirac a essayé de rappeler à F. Mitterrand lors du débat présidentiel de 1988, pendant lequel F. Mitterrand (Président sortant) ne cessait d'appeler son interlocuteur J. Chirac (Premier ministre en exercice) Monsieur le Premier ministre.

Voici l'extrait de cet échange qui a eu lieu pendant le débat des EP de 1988:

Mitterrand : je vous ai observé pendant deux ans vous me donnez là un bien mauvais exemple mais je ne vais pas m'engager davantage moi je je vous appelle et je je n'ai qu'une observation particulière sur votre façon de vous exprimer vous en avez le droit moi je continue de vous appeler monsieur le Premier ministre puisque c'est comme cela

que je vous ai appelé pendant deux ans et que vous l'êtes et bien en tant que premier ministre j'ai constaté que vous aviez et c'est bien juste de le dire de très réelles qualités vous n'avez pas celles de l'impartialité et de sens de la justice dans la conduite de l'État

Chirac : permettez-moi juste de vous dire que ce soir je ne suis pas le Premier ministre et vous n'êtes pas le Président de la république nous sommes deux candidats à égalité et qui se soumettent au jugement des Français seuls qui comptent vous me permettrez donc de vous appeler monsieur Mitterrand

Mitterrand : mais vous avez tout à fait raison monsieur le Premier ministre .

c) Le jeu

Comme la plupart des jeux, le genre de discours implique le respect de certaines règles prédéfinies et connues par les participants, mais à la différence du jeu, les règles du genre de discours ne sont pas rigides : elles ont des zones de variation, les genres peuvent se transformer ».

Après avoir défini ce qu'est le discours en général, je proposerai, dans le point suivant, une approche définitoire du discours politique

3. Le type de discours politique:

Pour Charaudeau (2005 : 24), parler de discours politique, c'est tenter de définir une forme d'organisation du langage dans son image et dans ses effets psychologiques et sociaux, à l'intérieur d'un certain champ de pratiques. Ainsi, Pour l'auteur du Discours politique (2005 : 30-31) :

Il n'existe pas un discours politique en soi, mais c'est la situation de communication qui le rend politique (...) Ainsi, tout énoncé, aussi innocent soit-il, peut avoir un sens politique dès lors que la situation le justifie.

3.1. Les lieux de fabrication du discours politique:

Suite à l'idée que c'est la situation de communication qui rend un discours politique ou non, Charaudeau (2005) propose de distinguer trois lieux de fabrication du discours politique, qui correspondent chacun à un enjeu d'échange langagier particulier :

a) *Un lieu d'élaboration des systèmes de pensée :*

Le discours politique est considéré comme un système de pensée, autrement dit, il est le résultat d'une activité discursive qui cherche à fonder une idéalité politique en fonction de certains principes qui doivent servir de référence à la construction des opinions et des positionnements.

b) *Un lieu dont le sens est attaché à l'acte de communication :*

Il concerne les acteurs de la scène politique qui visent, à travers leurs discours (meetings, débats parlementaires, professions de foi, etc.), à influencer ou à faire adhérer le public à leurs idées. Ce processus d'influence ne se fait plus au nom d'un système de pensée mais au nom d'un comportement commun plus ou moins ritualisé. Il s'agit pour l'homme politique de se construire une image de soi, qui lui permet de mettre en place ses stratégies de persuasion.

Charaudeau (2005 : 62) distingue ainsi conviction et persuasion :

La première relèverait du pur raisonnement, reposerait sur des facultés intellectuelles, et serait tournée vers l'établissement de la vérité. La seconde relèverait des sentiments ou de l'affect, reposerait sur des mouvements émotionnels et serait tournée vers l'auditoire. En somme, d'un côté le logos, de l'autre le pathos et l'ethos, ce dernier concerne l'image de celui qui parle et qui est également susceptible de toucher l'auditoire par identification possible de celui-ci à la personne de l'orateur.

c) *Un lieu où est produit du commentaire :*

Ici, le discours politique est conçu comme un simple commentaire sans aucune finalité politique. Le propos porte sur du politique, mais il s'inscrit dans une situation dont la finalité se situe hors du champ de l'action politique.

3.2. Le discours politique entre légitimité, crédibilité et autorité:

Selon Charaudeau (2005 : 50) la légitimité désigne « l'état ou la qualité de qui est fondé à agir comme il agit (...), elle est ce qui donne droit à exercer un certain pouvoir avec la sanction ou la gratification qui l'accompagne ». Tandis que le même auteur (2005 : 91) définit la crédibilité comme « le résul-

tat 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, la légitimité est le droit institutionnel du sujet à dire ou à faire, alors que la crédibilité est la capacité du sujet à dire ou à faire. Mettre en cause la légitimité de quelqu'un, c'est mettre en cause le droit lui-même et non la personne. En revanche, mettre en cause la crédibilité de quelqu'un, c'est mettre en cause la personne en ce qu'elle ne donne pas la preuve de son pouvoir de dire ou de faire. Ainsi, tout homme politique doit avoir une légitimité qui lui permet d'avoir l'autorité de dire et de faire, mais sa crédibilité reste à conquérir de manière quasi perpétuelle.

Voici un extrait d'un échange discursif qui a duré 5'27" entre la candidate du Front National aux élections présidentielles françaises de 2012 Marine Le Pen et l'animateur de la chaîne de télévision nationale France 2 Laurent Ruquier dans l'émission On n'est pas couché le 18/02/2012 illustrant la question de la légitimité :

Début de la séquence consacrée à M. Le Pen : L. Ruquier lui demande de commenter une caricature la représentant :

Le Pen : Moi je retire ma légitimité du peuple ce qui n'est pas votre cas

Ruquier : Ecoutez vous tirez vous tirerez votre légitimité du peuple quand vous serez élue madame

Le Pen : mais je serai élue je suis élue

Ruquier : alors on en reparlera ailleurs comme vous le disiez

Le Pen : monsieur je suis député européen je suis conseiller régionale je suis élue

Ruquier : oui oui mais quand vous serez élue présidente de la république

Vers la fin de la séquence consacrée à M. Le Pen : L. Ruquier revient sur la question de la légitimité :

Ruquier : J'admets votre légitimité électorale mais admettez aussi que ma légitimité je ne la tiens ni du sérail d'où je viens ni de ma

famille et que c'est grâce à mes audiences que je suis sur le service public.

Il existe trois types de légitimité :

a) Légitimité par filiation

C'est la légitimité héritée, que ce soit d'ordre naturel (fils de ...), d'ordre religieux (descendants du prophète), elle peut relever aussi de l'ordre social (les aristocrates), ou de l'ordre biologique (talent ou don particulier). En gros, il s'agit d'être « bien né ».

b) Légitimité par formation

C'est le fait d'avoir fait des études prestigieuses dans des établissements prestigieux et d'avoir occupé des postes importants dans des organismes d'autant plus importants. En gros, il s'agit d'être « bien formé ».

c) Légitimité par mandatement

C'est la légitimité qui caractérise les systèmes démocratiques où les tenants du pouvoir tirent leur légitimité de gouvernance du peuple qui les a mandatés ou délégués à gouverner en leur nom comme les députés ou les maires qui sont élus par le peuple pour les représenter dans les lieux institutionnels. À ce propos, Charaudeau (2005 : 52) dit que :

La légitimité populaire doit, à un moment ou à un autre, se transformer en légitimité représentative, car il est difficilement concevable que la totalité d'un peuple gouverne. S'instaure alors un système de délégation du pouvoir qui fait que les représentants issus de ce système de délégation sont comptables de leurs actes devant ceux qui les ont élus : ils sont mandatés.

4. Les stratégies de crédibilisation de soi dans le discours politique:

4.1. Corpus:

Nous avons choisi, comme corpus d'étude, quelques extraits du débat sur le projet de loi pour l'abolition de la peine de mort en France qui a eu lieu à l'Assemblée Nationale et au Sénat en 1981.

Selon le classement de Bakhtine, le genre de discours débat parlemen-

taire fait partie des genres seconds, qui concernent les productions construites et institutionnalisées. Et si on se base sur le classement de Maingueneau, le débat parlementaire fait partie des genres de discours institués du mode (2), car le débat est, certes, soumis à certaines contraintes, mais le député peut se permettre de jouer avec certaines de ces contraintes.

Bien évidemment, tous les députés et sénateurs ont la légitimité qui leur permet de participer au débat sur le projet de loi en question, les premiers étant élus au suffrage universel direct, et les seconds étant élus au suffrage universel indirect. Il s'agit, en effet, de la légitimité par mandatement.

Donc, la légitimité étant, d'ores et déjà acquise, ils sont tous à la recherche de la crédibilité, c'est-à-dire, ils tentent tous à se rendre crédibles par leurs interventions respectives.

C'est la raison pour laquelle, nous cherchons, à travers l'analyse d'une dizaine d'interventions que nous avons sélectionnées pour les exposer et les analyser dans cet article, à décrire la ou les manière(s) dont les parlementaires qui sont contre l'abolition de la peine de mort, et ceux qui sont favorables à l'abolition, défendent et justifient leurs choix de voter contre ou pour le projet de loi.

4.2. Méthodologie:

Il y a deux méthodologies d'analyse : l'analyse transversale et l'analyse longitudinale :

a) L'analyse transversale

Elle procède en étudiant un phénomène, préalablement identifié, dans les différentes interactions du corpus, L'identification peut être fondée sur une catégorie a priori, ou être construite, en partant des données, comme c'est le cas pour cet article.

b) L'analyse longitudinale

L'autre type d'analyse est l'analyse longitudinale. Elle cherche à rendre compte d'une interaction dans son déroulement.

Le type d'analyse le plus adapté ici est donc la transversalité, car on cherche à examiner les stratégies de crédibilisation de soi auxquelles ont recouru les parlementaires lors du débat sur l'abolition de la peine de mort.

4.3. La stratégie de crédibilisation de soi des anti-abolitionnistes:

Observons les extraits suivants :

(1) *Quelle que soit leur appartenance politique, de nombreuses personnes viennent me trouver pour réclamer une plus grande fermeté et davantage de justice. Ces électeurs expriment tous leur indignation devant l'espèce de sollicitude avec laquelle on se penche sur le sort de tel grand criminel, devant la publicité que l'on fait à tel assassin, alors que jamais on ne paraît se soucier de la situation matérielle et morale des proches de la victime. Ce que demandent ces Françaises et ces Français, c'est que la peine de mort soit non seulement maintenue, mais appliquée aux auteurs de meurtres les plus odieux. Et rien, sachez-le bien, ne les fera changer d'avis, ni les statistiques, ni la théorie sur la non-exemplarité [...], ni le fait que la France soit le dernier pays de l'Europe occidentale où subsiste le châtement suprême.*

(Hyacinthe Santoni, Député)

(2) *Monsieur le Garde des Sceaux, ces derniers temps, j'ai rencontré beaucoup de mes concitoyens à qui, bien sûr, j'ai parlé de votre projet. Quelle que soit la couche sociale à laquelle ils appartiennent, quelle que soit leur tranche d'âge, ils sont, dans une très grande majorité – et plus particulièrement les jeunes, d'ailleurs, qui vous ont fait confiance il n'y a pas si longtemps, et qu'on ne me dise pas qu'ils ne sont pas informés – ils sont, dis-je, dans leur très grande majorité, contre votre projet de loi, Monsieur le Garde des Sceaux.*

(Rémi Herment, Sénateur)

(3) *Il faut bien s'en convaincre, c'est la France profonde et provinciale qui demande, dans la proportion des deux tiers, une justice exemplaire et une vraie peine. Le projet ne répond pas à cette attente de nos concitoyens qui, eux au moins, ne sont pas guidés par le parti pris idéologique de certains milieux intellectuels.*

(François Grussenmeyer, Député)

Dans ces trois extraits, les orateurs anti-abolitionnistes se présentent comme les porte-parole des citoyens français avec qui disent avoir des entre-

tiens avant le débat sur le projet de loi en question.

Pour transmettre les points de vue des gens avec qui ils se sont entretenus, les orateurs utilisent le procédé du discours rapporté indirect, en synthétisant, en quelque sorte, tout ce que les électeurs ont dit concernant l'abolition de la peine de mort en France comme (1) de nombreuses personnes viennent me trouver pour réclamer une plus grande fermeté et davantage de justice, et (2) j'ai rencontré beaucoup de mes concitoyens à qui, bien sûr, j'ai parlé de votre projet (...) ils sont, dis-je, dans leur très grande majorité, contre votre projet de loi.

Cette manière de rapporter le discours permet aux orateurs d'affirmer qu'il y a bien eu des rencontres avec les concitoyens, et que ces mots ne sont pas fabriqués par eux-mêmes. En outre, l'utilisation des expressions comme (1) *Quelle que soit leur appartenance politique*, (2) *Quelle que soit la couche sociale à laquelle ils appartiennent, quelle que soit leur tranche d'âge*, et (3) *La France profonde*, permet de représenter ce qui est dit comme étant le point de vue de tous, de l'ensemble de la société française, et non seulement d'une communauté précise ou d'un courant politique particulier.

Donc, dans les discours des orateurs anti-abolitionnistes, il y a une forte volonté de suivre l'opinion générale, celle de la masse populaire. En gros, les parlementaires et sénateurs anti-abolitionnistes ne se présentent qu'entant que trait d'union entre les citoyens et les législateurs.

Une autre manière de crédibilisation de soi peut être observée dans les extraits (4) et (5) :

(4) Telle est la réalité qui se traduit dans le sondage de ce matin : 62 % des Français répondent qu'ils désapprouvent votre projet. Et parce que vous le savez, vous ne voulez pas de référendum, vous vous abritez derrière la Constitution. [...] Ce refus de référendum est antidémocratique. Vous semblez considérer au fond de vous-mêmes que les Français n'ont pas un niveau intellectuel suffisant pour en traiter.

(Pierre Micaud, Député)

(5) Au terme de mon intervention, sachant que j'ai mené un combat d'arrière-garde dans un débat où la majorité qui soutient le gouvernement

auquel vous appartenez, au lieu d'exprimer sa conviction et l'opinion du peuple français, votera selon les consignes, en allégeance au gouvernement, je vous demande, Monsieur le Garde des Sceaux, de tenir compte de la France silencieuse qui n'a pu faire entendre sa voix et qui, cependant, veut que nous répondions à son attente et à son intime conviction en votant contre ce projet.

(Louis Souvet, Sénateur)

Dans les extraits précédents, la stratégie de crédibilisation est basée sur la construction d'une image positive de soi, et par contre coup, négative de l'adversaire. En effet, les orateurs anti-abolitionnistes accusent leurs adversaires de ne pas respecter l'opinion publique en refusant de faire un référendum sous un prétexte constitutionnel. En d'autres mots, les anti-abolitionnistes veulent s'attribuer l'image de bons parlementaires, qui respectent les règles de la démocratie et agissent selon la volonté de ceux qui les ont mandatés. Ainsi, ils attribuent l'image de mauvais parlementaires à leurs adversaires, qui, selon eux, ne respectent pas l'opinion de la majorité des concitoyens, et qui n'agissent que selon les consignes de vote de leurs chefs de partis.

4.4. La stratégie de crédibilisation de soi des abolitionnistes:

Les orateurs abolitionnistes emploient d'autres stratégies de crédibilisation de soi qu'on peut observer dans les extraits suivants :

(6) Jusqu'à hier, dans une France chloroformée à dessein par opportunisme, où le pouvoir ne faisait plus un pas sans s'assurer de sa cote dans les sondages, la peine de mort a agonisé ou ressuscité au gré des variations de l'opinion. C'est l'honneur des législateurs de dépasser le stade trop facile des impressions, de donner une dynamique à une idée qui, peu à peu, s'affirmera dans une population où elle ne sera plus étouffée par opportunisme.

(Denise Cacheux, Député)

(7) Aider l'homme à réfléchir, à dépasser le stade de l'instinct, de la réaction de simple compensation, de contrepartie un peu sauvage qu'on a appelé la loi du talion, à dépasser ce moment [...], c'est le devoir, difficile certes, mais nécessaire de l'homme de pensée, de l'écrivain, du phi-

losophe, du religieux et, pour ce qui nous concerne, du législateur. [...] Mandatés pour un projet de société, nous avons le devoir d'en définir mieux, à chaque instant, les diverses formes d'exigence. En ce sens, il nous appartient d'éclairer l'opinion et de la devancer.

(Jean-Paul Desgranges, Député)

(8) Même si, aujourd'hui, la barbarie prend l'aspect d'un sondage, elle reste la barbarie ; et, puisque je fais allusion à ces sondages, je pose la question : est-ce que des leaders doivent suivre les sondages ou conduire l'opinion publique ? [...]

Je suis leur chef, donc je les suis ? Ah non ! Si on a peur de son électorat, on ne mérite pas d'être député.

(Florence d'Harcourt, Député)

La stratégie de crédibilisation de soi repose ici sur une autre forme : celle de conduire l'opinion publique et non la suivre. Pour les orateurs abolitionnistes, être un bon législateur consiste à éclairer l'opinion publique et à aider les gens à mieux réfléchir. Ainsi, le discours des élites de la société ne doit pas se placer au même niveau que celui de la masse populaire mais doit être plus rationnel voire plus civilisé.

Pour ce faire, les abolitionnistes citent les paroles des grandes figures historiques comme dans les extraits suivants :

(9) Une autre raison pour ne pas croire à la peine de mort, c'est la foi que nous avons, nous hommes de gauche, en l'homme. À ce sujet, je fais miennes les paroles de notre camarade Jean Jaurès, que vous avez si bien rappelées hier, Monsieur le Garde des Sceaux. « Je crois pouvoir dire, déclarait-il voici soixante-treize ans, que la peine de mort est contraire à ce que l'humanité, depuis 2000 ans, a pensé de plus haut et de plus noble. Elle est contraire à la fois à l'esprit du christianisme et à l'esprit de révolution ».

(François Mortelette, Parlementaire)

(10) Mes chers collègues, le vote de l'abolition rappellera à la face du monde les mots du plus glorieux des Français, si vivant parmi nous en ce

débat, je veux parler de Victor Hugo : « La peine de mort est le signe spécial et éternel de la barbarie. Le droit de vie et de mort n'appartient qu'à Dieu ».

(Ciccolini, Sénateur)

Les abolitionnistes se distinguent de leurs adversaires anti-abolitionnistes, qui disent ne rapporter que les paroles des citoyens français, en intégrant les discours d'un autre type de communauté : celle des grandes figures historiques de la société.

Donc, contrairement aux anti-abolitionnistes qui tirent leur légitimité des discours des citoyens, les abolitionnistes préfèrent s'appuyer sur les paroles des figures historiques de la société pour légitimer leur position.

Un autre facteur permettant encore de distinguer la stratégie des abolitionnistes de celle de leurs adversaires réside dans la manière dont ils rapportent les paroles des autres. En effet, les anti-abolitionnistes parlent au nom des citoyens en général, sans individualisation et en utilisant le type de discours rapporté indirect. Tandis que les abolitionnistes préfèrent désigner explicitement ceux dont ils citent les paroles (Hugo et Jaurès) en utilisant le type de discours rapporté direct.

Synthèse:

Il s'avère, à la lumière des observations faites sur les extraits du débat parlementaire sur le projet de loi pour l'abolition de la peine de mort, qu'il y a deux stratégies de crédibilisation de soi. Les anti-abolitionnistes basent leur crédibilité sur un dialogue effectif qu'ils disent avoir avec les citoyens. Le discours rapporté indirect a pour objectif de montrer que ceux-ci constituent une sorte d'énonciateur générique représentatif de tous les Français. Ainsi, les orateurs prétendent parler au nom des Français et considèrent que leur devoir, en tant que parlementaires mandatés par les électeurs, est de suivre leur volonté.

En revanche, les orateurs favorables à l'abolition de la peine de mort estiment que le rôle de parlementaire est celui de conduire l'opinion et non se faire influencé par elle. Pour ce faire, ils s'appuient sur les discours des grandes figures historiques de la société, qu'ils présentent comme modèles de

la société rationnelle, civilisée.

Bibliographie:

- BAKHTINE, M. (1984) Esthétique de la création verbale. Paris : Gallimard.
- BENVENISTE, E. (1974) Problèmes de linguistique générale, Tome 2. Paris: Gallimard.
- CABASINO, F. (2009) La Construction de l'ethos présidentiel dans le débat télévisé français. *Mots* 89, pp. 11-23.
- CHARAUDEAU, P. (1995) Une analyse sémiologique du discours politique. *Langage* 117, pp. 96-111.
- CHARAUDEAU, P. (2005) Le Discours politique : les masques du pouvoir. Paris : Vuibert.
- GUESPIN, L. (1971) Problématique des travaux sur le discours politique. *Langages* 23, pp. 3-24.
- HARRIS, Z. (1952) Discourse analysis, *Language* 28. pp. 1-30.
- LE BART, Ch. (1998) Le Discours politique. Paris : P.U.F.
- MAINGUENEAU, D. (1998) Analyser les textes de communication. Paris : Dunod.