

L'ethos aux temps de la haine. Analyse de l'image d'Éric Zemmour dans son discours de Villepinte

Dr. Nardjes BELHANI

Université Badji Mokhtar-Annaba, nbelhani@yahoo.fr

Soumis le : 02/03/2023

révisé le : 15/10/2023

accepté le : 29/10/2023

Résumé

La candidature d'Éric Zemmour, journaliste polémiste d'extrême droite, à l'élection présidentielle de 2022 a suscité l'indignation et la sidération des responsables politiques de tous bords. Le polémiste a tenu le 5 décembre 2021 à Villepinte son premier grand meeting depuis son annonce, où il a tenté de redorer son image et de présenter un ethos du leader idéal. Le but de cet article est d'analyser les images que Zemmour diffuse de lui-même lors du meeting ainsi que les différentes stratégies auxquelles il fait appel pour véhiculer un ethos favorable à sa personne. Il s'agit de déterminer les différentes constructions que le candidat fait de sa propre image.

Mots-clés : *Ethos, haine, stratégies discursives, rhétorique, image de soi.*

الإيثوس في زمن الكراهية: تحليل صورة إريك زمور في خطابه في فيلبينت

ملخص

أثار ترشيح إريك زمور، الصحفي اليميني المتطرف المثير للجدل، للانتخابات الرئاسية الفرنسية لعام 2022 سخط ودهشة القادة السياسيين من جميع الأطياف. عقد الصحفي المثير للجدل: في 5 ديسمبر 2021 بفيلبينت أول اجتماع كبير له منذ إعلانه الترشح، حيث حاول تلميع صورته وتقديم شخصه على أنه المترشح المثالي. الغرض من هذا المقال هو تحليل الصور التي يبثها زمور لنفسه خلال الاجتماع بالإضافة إلى الاستراتيجيات المختلفة التي يستخدمها لإيصال صورة جيدة لشخصه. ويتعلق الأمر بتحديد مختلف الصور التي يريد المرشح اظهارها. الكلمات المفتاحية: إيثوس، حقد، استراتيجيات خطابية، بلاغة، صورة الذات.

Ethos in the time of hate: Analysis of the image of Eric Zemmour in his speech at Villepinte

Abstract

The candidature of Eric Zemmour, a far-right polemicist journalist, in the 2022 presidential election has aroused the indignation and amazement of political leaders of all stripes. The polemicist held on December 5, 2021 in Villepinte his first major meeting since his announcement, where he tried to restore his image and present an ethos of the ideal leader. The purpose of this article is to analyze the images that Zemmour broadcasts of himself during the meeting as well as the different strategies he uses to convey an ethos favorable to his person. It is a question of determining the different constructions that the candidate makes of his own image.

Keywords: *Ethos, hate, discursive strategies, rhetoric, self-image.*

Auteur correspondant: Dr. Nardjes BELHANI, nbelhani@yahoo.fr

Introduction :

L'image publique occupe une place importante dans la scène politique qui se construit en fonction du public. Etant donné que ce public représente la cible des hommes politiques, ces derniers cherchent son adhésion à leurs idées, c'est la raison pour laquelle celui qui prend la parole tient absolument à soigner son image afin de faire bonne impression et d'influencer ses allocutaires. Pour comprendre selon quelles modalités l'image de l'orateur peut participer à la force des paroles, nous avons analysé le discours d'Éric Zemmour, commentateur politique, journaliste et auteur à succès français connu pour ses opinions controversées sur l'immigration, l'islam et l'identité nationale française. Ses discours portent souvent sur ces thèmes et se caractérisent par son opposition au multiculturalisme, au politiquement correct et aux politiques d'immigration. Condamné deux fois pour provocation à la haine raciale, le polémiste tente lors de son premier grand meeting ⁽¹⁾ de campagne présidentielle à Villepinte le 5 décembre 2021, de démentir son essoufflement dans les sondages en mobilisant plus de 10000 personnes. Notre corpus est tiré du site officiel du journal *valeurs actuelles*, magazine d'actualité d'opinion hebdomadaire français. Le magazine a publié le discours in extenso du candidat le 6 décembre 2021. Nous avons tout d'abord procédé à l'analyse du texte via le logiciel Tropes pour connaître son style et sa mise en scène. Ensuite, nous sommes passés au repérage des indices énonciatifs que Zemmour a utilisé pour diffuser une image positive. Ainsi, cette étude a pour objectif l'étude des procédés qui, dans un contexte donné, sont mis en œuvre pour diffuser un éthos favorable d'un dirigeant idéal, elle compte analyser les différentes images que Zemmour offre de lui-même tout au long de son allocution destinée à présenter son programme et à dévoiler le nom de son parti. Nous tenterons également de relever les différentes stratégies utilisées par le candidat pour convaincre son public. Pour mener à bien cette étude, nous ferons appel à l'approche énonciative fondée sur les bases de l'analyse du discours et en particulier sur les travaux de Patrick Charaudeau (2001; 2014) de même que sur la notion d'éthos issue de la rhétorique classique et reprise et réutilisée par des analystes du discours tels qu'Amossy (2010) ou Maingueneau (2014). Afin de répondre à notre objectif de recherche, nous nous servirons de la méthode d'analyse de contenu (logiciel Tropes) pour nous livrer des éléments statistiques se rapportant au lexique et à la sémantique du discours.

1- A propos de l'éthos

Si, depuis Aristote, on reconnaît que l'élaboration de l'éthos sert à transmettre un message, mais il est également vrai que le message peut contribuer à la construction de l'éthos. L'éthos, dans la tradition rhétorique est défini par Barbéris comme « l'image que l'orateur donne de lui-même à travers son comportement verbal, sa tenue, son élocution » ⁽²⁾ Pour Aristote, l'image de soi est construite dans le discours, il divise les moyens discursifs qui nous permettent d'agir sur l'auditoire en trois composants : le logos, basé sur la raison et permet de convaincre, et l'éthos et le pathos qui font appel à l'émotion. Néanmoins, si l'éthos comme l'explique Charaudeau⁽³⁾ (2005) se concentre sur l'orateur, le pathos lui fait appel aux émotions de l'auditoire. Roland Barthe considère l'éthos comme « les traits de caractère que l'orateur doit montrer à l'auditoire (peu importe sa sincérité) pour faire bonne impression. » ⁽⁴⁾ Dans cette lignée, Amossy (2013) distingue l'éthos prédiscursif correspondant à l'image élaborée par le locuteur et qui « s'appuie sur des éléments préexistants, comme l'idée que le public se fait du locuteur avant sa prise de parole, ou l'autorité que lui confère sa position ou son statut » de l'éthos discursif qui constitue « l'image que le locuteur construit, délibérément ou non, dans son discours, qui constitue un composant de la force illocutoire » ⁽⁵⁾. Pour traiter l'éthos, il est nécessaire de tenir compte des deux aspects et ne pas se contenter de l'image que se fait l'interlocuteur de ce dernier à partir de ce qu'il prononce. Du point de vue énonciatif, l'image de soi est repérée à travers les indices verbaux qui la construisent et la proposent aux récepteurs. Ducrot (1984) évoque l'éthos dans sa théorie polyphonique de l'énonciation et distingue le locuteur de l'énonciateur, il associe l'éthos au locuteur et affirme que dans un acte d'énonciation, l'éthos reste au second plan de l'énonciation, c'est-à-dire qu'il n'est pas exprimé dans l'énoncé, il doit être détecté par l'interlocuteur: « Il ne s'agit pas des affirmations flatteuses

que l'orateur peut faire sur sa propre personne dans le contenu de son discours, affirmations qui risquent au contraire de heurter l'auditeur, mais de l'apparence que lui confèrent le débit, l'intonation, chaleureuse ou sévère, le choix des mots, des arguments... L'ethos est rattaché à L, le locuteur en tant qu'il est à la source de l'énonciation, qu'il se voit affublé de certains caractères qui, par contrecoup, rendent cette énonciation acceptable ou rebutante »⁽⁶⁾. Pour identifier les images diffusées par Zemmour pendant son discours à Villepinte, nous allons nous baser sur la classification de l'ethos soumise par Charaudeau (2014) pour l'analyse de l'image des hommes politiques. Il distingue l'ethos de crédibilité qui inclut (le sérieux, la compétence et la vertu) de l'ethos d'identification englobant l'ethos de « chef », l'ethos de « Puissance », l'ethos de « caractère », l'ethos « d'intelligence », l'ethos « d'humanité » et l'ethos de « solidarité ».

2-L'ethos de crédibilité

Un candidat à la présidentielle a besoin de paraître crédible, pour cela il utilise des stratégies afin de diffuser une image d'un président capable de tenir ses promesses et répondre aux exigences du peuple mais qu'est-ce qu'un ethos de crédibilité et comment se manifeste-t-il ?

Éric Zemmour dont l'ensemble de l'allocution est tourné vers la construction de l'image d'un bon président, lutteur et défenseur des valeurs de la grande République, développe différentes stratégies discursives afin de construire un « ethos de crédibilité », un ethos capital dans le discours politique qui se construit par le sujet parlant dans le but de pousser ses interlocuteurs à le juger digne de leur confiance.

2-1-L'ethos de compétence

Le 1^{er} type d'ethos de crédibilité repéré chez Zemmour est celui de compétence, ce dernier cherche à disqualifier Emmanuel Macron et à le ridiculiser en lui attribuant une image négative, et cela en mobilisant de nombreux termes à valeur péjorative tels que : « *petit, fantôme, marionnette* » comme le montre l'énoncé suivant :

« *Alors, quand ce fantôme aura quitté l'Elysée et quand la gauche aura perdu sa dernière marionnette, nous la remplacerons par la France.* »⁽⁷⁾

Le candidat fait appel à ces éléments axiologiques dans le but de décrédibiliser son adversaire et de contester sa compétence et son honnêteté. Ainsi, nous retrouvons cette tonalité négative tout au long de son allocution :

« *Macron a vidé de leur substance notre économie, notre identité, notre culture, notre liberté, notre énergie, nos espoirs, nos existences. Il a tout vidé, parce qu'il est à lui tout seul le grand vide, le gouffre.*

« *... Nous remplacerons le petit Macron par " la Grande Nation". Nous remplacerons le vide par l'identité. Nous remplacerons la suffisance par l'excellence. Nous remplacerons le dérisoire par l'Histoire* »⁽⁸⁾

L'auteur dans ces énoncés engage un combat sur les valeurs avec Emmanuel Macron en faisant appel au procédé d'opposition binaire. En effet, il produit une certaine analogie entre la manière catastrophique de gouverner du pouvoir en place, et celle qu'il propose « *le petit Macron, " la Grande Nation"* », « *le vide, l'identité* », « *la suffisance, l'excellence* », « *le dérisoire, l'Histoire* ». L'énonciateur tourne en dérision le candidat en place en usant des figures d'intensité telle que l'hyperbole⁽⁹⁾, une figure de style qui crée l'amplification ou l'exagération d'une idée, elle permet d'impressionner ou même faire rire l'auditoire :

« *La "personne" Emmanuel Macron ne nous intéresse pas, parce qu'elle est fondamentalement inintéressante ! Trouvez-moi un seul Français dans le pays qui puisse expliquer la pensée d'Emmanuel Macron. Un seul ! Il n'y en a aucun, pas même lui. Personne ne sait qui il est, parce qu'il n'est personne* »⁽¹⁰⁾.

Dans cet extrait, l'énonciateur s'appuie sur l'adverbe *même* pour exagérer et amplifier ses propos. L'exagération contribue à consolider la fonction persuasive et à appuyer un propos ironique. Le candidat stigmatise les membres du pouvoir en place en mobilisant de nombreux termes à valeur négative tels que : *cyniques, vaniteux* afin de les disqualifier aux yeux du peuple

français, et les pousser à réagir et à se lever contre eux. L'auditoire est interpellé et appelé à se rallier autour de lui, et à défendre une cause comme le montre l'exemple qui suit :

« *Nous allons récupérer la France, contre les cyniques et les vaniteux, contre ceux qui n'ont que le mépris et la morgue au fond des yeux. Contre tous ceux qui veulent nous faire disparaître, nous nous levons !* » ⁽¹¹⁾.

2-2- L'éthos de vertu

Un autre ethos faisant partie des éthos de « crédibilité » a été repéré chez Zemmour, celui de « vertu ». Il exige de l'homme politique de faire preuve de sincérité et de fidélité comme le montrent les énoncés suivants :

1. « *Ma force pour diriger notre pays sans compromission, sans lâcheté, sans faiblesse... dans ma conception de la politique, la sincérité, la cohérence et l'honnêteté n'ont jamais été des défauts... ma force dans cette campagne pour toucher le cœur des Français avec mon style, ma personnalité, ma sincérité, et maintenant mon projet* » ⁽¹²⁾.

Dans ces énoncés, Zemmour affirme sa conscience de l'enjeu politique et se donne l'image d'une personne responsable et dévoué, déterminé à ne pas ménager ses efforts pour diriger son pays. En dévoilant son projet, le candidat fait preuve d'honnêteté et montre qu'il agit au nom des valeurs (honnêteté, sincérité, cohérence), la base de sa conception politique. Néanmoins, les images vertueuses ne suffisent pas pour être crédible car il faut aussi se doter d'honnêteté personnelle comme l'explique Charaudeau :

« *À ces images doit s'ajouter celle d'honnêteté personnelle. Cette image – à l'encontre de celle de l'esprit de ruse- renvoie la droiture et à la sincérité aussi bien dans la vie publique que dans la vie privée, dire ce que l'on pense, avoir une vie transparente (ne rien avoir à cacher), ne pas avoir trempé dans des affaires louches* » ⁽¹³⁾ C'est pourquoi, Zemmour tente via cet ethos de vertu de redorer son image et faire oublier ses condamnations pour provocation à la haine raciale. Il n'hésite pas à avoir recours à des figures rhétoriques comme les oxymores ⁽¹⁴⁾ (*France des villes, France des champs*) ou bien (*retraités, actifs*), jouant sur des catégories oppositives, lui comme le garant de l'égalité, et les autres (gouvernement en place) comme les pratiquants de discrimination : « *dans ma conception de la politique, on s'adresse à tous les Français. Je refuse de choisir entre les classes aisées des métropoles et la France périphérique. Je refuse de choisir entre la France des villes et la France des champs. Je refuse de choisir entre la Métropole et l'outre-mer. Je refuse de choisir entre les retraités et les actifs.* » ⁽¹⁵⁾

Le candidat enchaîne avec la stratégie de victimisation pour toucher l'affect de son public. Il inscrit son affectivité par la multiplication des mots ou groupes de mots appartenant à la violence tels que : *meute, mes trousses, mort, veulent ma mort*. Selon Zemmour, tout le monde est contre lui (journalistes, djihadistes, adversaires politiques) et veulent l'empêcher de défendre les intérêts de son pays, ce qui le pousse à dénoncer ses détracteurs et de rassembler son public pour se rallier à sa cause. Ainsi, il se présente comme persécuté par ses détracteurs qu'il transforme en persécuteurs :

« *Contre moi, tout est permis. Et la meute est désormais lancée à mes trousses : mes adversaires veulent ma mort politique, les journalistes veulent ma mort sociale et les djihadistes veulent ma mort tout court* » ⁽¹⁶⁾.

Nous retrouvons dans le discours du polémiste plein d'assertions de vérités générales du genre « *on sait que* » et son discours se présente comme une succession de maximes comme le montrent les énoncés suivants :

« *-Nous savions qu'ils allaient s'en prendre à nous et nous les attendions de pied ferme.*

« *-Nous savons que l'Histoire est implacable et nous serons à la hauteur de celle-ci.*

« *-Nous savons que la France s'est appauvrie ces dernières années* » ⁽¹⁷⁾.

Le polémiste essaye de diffuser un ethos de compétence et d'action, capable de réaliser les programmes envisagés, mais l'opposition qu'il fait entre les Français « nous » et les étrangers « ils » peut être interprétée comme une incitation à la haine raciale et à l'appel à la violence. En effet, en liant par « et » « ils allaient s'en prendre à nous » et « que nous les attendions à pied ferme », l'énoncé présuppose que les deux segments sont étroitement liés, c'est un « et » qui

asserte une équivalence entre les deux parties de l'énoncé. Dans cette lignée, l'immigration apparaît comme un danger, et Zemmour se révèle implicitement comme un défenseur de son territoire. C'est pourquoi, cela ne peut être traduit que comme une forme d'exhortation à la violence.

3-L'ethos d'identification

Les images qui caractérisent l'ethos d'identification sont orientées tout d'abord vers le soi-même car l'homme politique se sert de ces images pour diffuser des traits qui le caractérisent. Elles sont aussi orientées vers le citoyen tel que l'ethos de « chef » dans la mesure où elles reposent sur une essentielle relation entre soi et l'autre.

3-1- L'ethos du chef

L'ethos d'identification est perçu chez Zemmour à travers l'ethos de « chef », repéré chez lui par la figure du guide prophète ⁽¹⁸⁾, une figure où l'énonciateur se présente dans son récit comme un visionnaire, un être inspiré voulant sauver la France. Avec un ton ironique et hyperbolique ainsi qu'un discours basé sur la tragédie, le polémiste véhicule l'image d'un chef de guerre, une image construite comme le souligne Charaudeau (2014) à partir de « déclarations guerrières contre des ennemis proches ou lointains, circonscrits à un pays ou formant une coalition plus ou moins déterminée » ⁽¹⁹⁾.

Dans une tentative de persuader son public de la gravité de la situation, Zemmour fait des déclarations alarmistes et utilise des propos forts, insistant ainsi sur son rôle de visionnaire de ce que devrait être la France s'il n'intervient pas contre les envahisseurs, comme il ne cesse de le répéter dans ses énoncés : « *la France devait continuer à tranquillement sortir de l'Histoire et les Français devaient disparaître en silence sur la terre de leurs ancêtres* » ⁽²⁰⁾.

Dans une stratégie de répétition, le candidat répète le mot *reconquête* dans son discours, qu'il a pris d'ailleurs comme nom de son parti, et joue avec les sentiments de son auditoire. Ainsi, le mot *reconquête* a été répété 8 fois dans l'extrait qui suit :

« Oui, la Reconquête est lancée !
La reconquête de notre économie, La reconquête de notre sécurité, la reconquête de notre identité, la reconquête de notre souveraineté, la reconquête de notre pays !
Nous partons à la reconquête de nos villages abandonnés, de notre école sinistrée, de nos entreprises sacrifiées, de notre patrimoine culturel et naturel dégradé
Rejoignez-nous. Rejoignez la reconquête de notre pays ! » ⁽²¹⁾

La répétition au quelle l'énonciateur a eu recours dans le passage précédent s'appelle l'anaphore qui se caractérise par la répétition d'un mot ou groupe de mots en début de phrase. La présence des substantifs *villages, patrimoine, école, pays, identité, souveraineté* déterminés par le possessif *nos* montrent la communion entre le polémiste et son auditoire. De ce fait, le polémiste se présente comme membre d'un groupe de citoyens avec lesquels il partage les mêmes idées politiques. De plus, l'énonciateur se présente comme le leader, un chef engagé prêt à diriger son groupe pour reconquérir le pays, il fait appel aux émotions de l'auditoire en employant le lexique de la détresse comme *abandonnés, sinistrée, sacrifiées, dégradé*. Zemmour fait référence dans ces énoncés à la guerre qu'il veut mener avec ses partisans pour reconquérir leur terre (la France) colonisée. Cette vision darwinienne ⁽²²⁾ appelle à écraser l'autre pour survivre : « *C'est pour cela que nous nous engageons aujourd'hui dans une grande bataille pour la France !* » ⁽²³⁾ En ayant recours à des termes violents, il espère par son discours inquiétant instaurer un climat de peur et de rejet de l'étranger. Il fait appel à « la rhétorique de l'inversion » ⁽²⁴⁾, ce procédé visant à instrumentaliser les valeurs pour les redéfinir à sa convenance, et par ce fait transformer les dominés (les musulmans) en dominants (ils veulent occuper le territoire français).

3-2- L'ethos de rassemblement

Un autre ethos d'identification a été repéré chez le candidat, celui du « rassemblement ». En effet, ce dernier fait appel dans son discours à cet ethos en s'adressant aux électeurs du Front national ainsi qu'aux militants républicains et aux sympathisants de l'ancien parti de droite le RPR. De ce fait, il se présente comme un candidat ouvert au débat et prêt à rallier les militants

des autres partis partageant ses idées, dans le but de disqualifier leurs leaders ayant échoué à son avis à satisfaire leurs aspirations.

« *J'en appelle à ces militants, à ces cadres, à ces électeurs du Front national, J'en appelle à ces militants et ces électeurs des Républicains, Je tends la main aux électeurs, aux cadres, aux sympathisants des Républicains Je veux parler aux orphelins du RPR.* »⁽²⁵⁾.

Le polémiste se sert également de la stratégie de promesse pour diffuser l'éthos de rassemblement. Selon Austin « promettre est une forme de défi : il ne vous suffit pas d'avoir tout à fait l'intention, vous devez aussi entreprendre de montrer que vous êtes en mesure de promettre, c'est-à-dire que c'est en votre pouvoir »⁽²⁶⁾. Cela revient à indiquer que la promesse électorale représente les différents engagements que les politiciens s'obligent à tenir vis-à-vis du public qu'ils souhaitent convaincre. La stratégie de promesse représente un outil efficace pour gagner la confiance et l'espoir du public visé. Cette dernière se traduit dans le discours de Zemmour par l'emploi du pronom « je », repéré 198 fois dans l'allocution avec un taux de 33,4%⁽²⁷⁾ de l'ensemble des pronoms. Ce pronom est souvent associé au verbe « vouloir » marquant la volonté, et présent dans les énoncés du candidat près de 60 fois. L'orateur fait appel à ce verbe exprimant l'autorité dans le but de présenter son programme à travers la démonstration de ce qu'il veut accomplir pour la France comme le montrent les exemples :

« *Je veux répondre à ces craintes...Je veux que le salaire net soit plus élevé...Je veux redonner du pouvoir d'achat aux salariés les plus modestes...Je veux que davantage de petites entreprises bénéficient d'un taux réduit d'impôtJe veux que la France redeviene une puissance industrielle mondialeJe veux supprimer les droits de succession et de donation pour la transmission des entreprises familiales Je veux que la France sorte du commandement militaire intègre de l'OTAN* »⁽²⁸⁾

Dans ces exemples l'éthos du polémiste prend forme et se révèle implicitement à travers la manifestation de ses motivations, clairement exprimées. Il montre principalement sa volonté d'agir : *je veux répondre à ces craintes. Je veux supprimer les droits de successions.* Ces énoncés mettent en avant certains traits de la personnalité de l'énonciateur tels que la force, l'action et la compétence. A travers cette stratégie de volonté, il espère être crédible et convaincant et paraître comme un homme qui avance des idées et des projets.

Dans sa quête d'influence sur l'auditoire, Zemmour se présente comme initiateur en employant le verbe « proposer » dans « *je propose l'assimilation* ». Il propose d'assimiler⁽²⁹⁾ les personnes étrangères et met l'accent sur le choix des prénoms, qui doit selon lui refléter l'histoire et la tradition française.

« *Pour tous ceux dont, comme moi, les ancêtres viennent d'ailleurs mais qui veulent que le futur de leurs enfants s'écrivent ici, je propose l'assimilation. C'est le plus beau cadeau que la France puisse vous offrir.....Je continuerai de rendre publique les mesures que je propose pour la France.* »⁽³⁰⁾

En plus du pronom « je », nous avons détecté la présence du pronom « nous » dans le discours du polémiste avec un taux de 25,3% du total. En effet, le candidat a prononcé 150 fois ce pronom démontrant la volonté de rassembler et de s'associer, une stratégie de rapprochement impérative pour gagner une élection :

« *-Nous devons retrouver notre rang.*

« *-Nous savons qu'ils allaient s'en prendre à nous.*

« *-Nous savons que la France s'est appauvrie ces dernières années* »⁽³¹⁾.

L'orateur montre dans ces énoncés que le peuple et lui partagent les mêmes valeurs et vise comme l'explique Perleman (1970) à « renforcer une communion autour de certaines valeurs, que l'on cherche à faire prévaloir, et qui devront orienter l'action vers l'avenir »⁽³²⁾. Il désigne le peuple par le pronom inclusif « nous » qui englobe son auditoire, et de ce fait diffuse un éthos de lutte dans : « *nous nous engageons pour nos enfants et les enfants de nos enfants* » ou « *nous allons devoir convaincre chaque français* »⁽³³⁾. Il projette aussi un éthos de détermination et

appelle à l'unification et à au regroupement quand il dit : « *nous devons nous réunir, nous devons nous rassembler, nous devons nous unifier* »⁽³⁴⁾.

Le « nous » apparaît ici comme une instance, soucieuse du rassemblement et de l'union. A travers ce pronom, plusieurs images sont projetées dont celles de la responsabilité et de l'autorité. Ces images remplissent plusieurs fonctions dans l'interaction avec le public, en particulier la légitimation des propos du polémiste et surtout la légitimation du candidat à la présidentielle.

Le candidat fait aussi appel aux Français de confession musulmane dans « *oui, nous tendons la main aux Français de confession musulmane qui veulent devenir nos frères !* »⁽³⁵⁾ et affiche une image d'ouverture dans le but de mettre fin à l'éthos de raciste qui se diffuse contre lui. Néanmoins, il leur demande de « renoncer à la pratique de l'islam » en leur proposant l'assimilation, définie plus haut.

4-La négation polyphonique et l'éthos

Avant d'expliquer le lien entre l'éthos et la négation, il est nécessaire de présenter le principe de base sur la négation polémique considérée comme polyphonique. Mariana TUTESCU (2003) la définit comme « une stratégie argumentative basée sur la contestation d'un énoncé antérieure. Sa valeur polyphonique est incontestable ; elle fait intervenir deux instances énonciatives : l'énonciateur de l'affirmation antérieure et le locuteur de l'énoncé qui rejette celle-ci »⁽³⁶⁾. Quant à O. Ducrot, il confirme la présence de deux points de vue appartenant à deux énonciateurs distincts⁽³⁷⁾ dans ce type d'énoncés négatifs polémiques : un énonciateur *E1* accomplissant l'acte illocutionnaire d'affirmation (point de vue positif) et un deuxième énonciateur *E2* qui rejette cette assertion (point de vue négatif). Le locuteur en question s'associe à *E2* (responsable du point de vue négatif), et à partir de cette association le sujet parlant peut se présenter comme quelqu'un de « lutteur » voulant se dresser contre ce qu'il juge être des mensonges. Zemmour dans son allocution se montre ainsi comme contrecarrant à des voix, qu'il met en avant dans son discours, le traitant de *raciste*, *fasciste* et *misogyne*. Les énoncés qui suivent représentent une illustration de la polyphonie de la négation, où l'énonciateur tente de mettre fin à l'éthos pré discursif négatif qu'on lui attribue, et produit un discours de justification récusant les accusations qui lui sont adressées :

« *Non, je ne suis évidemment pas raciste. Vous n'êtes évidemment pas racistes. Tout ce que nous voulons, c'est défendre notre héritage* »⁽³⁸⁾.

La stratification de l'énoncé nié

Point de vue 1 : « je suis raciste »

Point de vue 2 : « je ne suis pas raciste. »

Le point de vue 1, qui représente l'affirmation du fait que « je suis raciste », est sous-jacent à l'énoncé nié. Nous pouvons concevoir cette affirmation comme une « voix » implicite à la négation, une voix qui peut être attribuée à un autre que celui qui produit l'énoncé, dans ce cas à Zemmour. Le polémiste attribue cette affirmation à ses adversaires, ce point de vue défavorable est nié par le candidat et peut se traduire ainsi : « vous pensez que je suis raciste mais je ne le suis pas ». Éric Zemmour se sert de son histoire pour crédibiliser son discours, le fait qu'il soit juif, pied noir, arrivé en France après 1962, le sert comme justification de ne pas être raciste. Il utilise un « discours de justification »⁽³⁹⁾ comme l'appelle Charaudeau (2014) pour se disculper des accusations qui lui ont été adressées et réparer son ethos endommagé.

Ci-dessous, Zemmour diffuse l'image d'un candidat libre et insoumis, en qualifiant indirectement Macron, le président en place, de vassal des Etats-Unis, de l'OTAN et de l'Union européenne. Il fait allusion directement à l'éthos pré discursif de Macron, de quelqu'un de soumis aux Etats-Unis et à l'OTAN, et incapable de prendre des décisions sans les consulter :

« *Nous ne sommes pas les vassaux des États-Unis, nous ne sommes pas les vassaux de l'OTAN ou de L'Union européenne* »⁽⁴⁰⁾

En ayant recours à la négation polémique, Zemmour met en relief son ethos positif, sous-jacent dans l'énoncé nié. En effet, l'image négative de Macron qu'il fait passer à travers la négation a renforcé son ethos de l'homme de la situation.

Conclusion

Cet article fournit un aperçu des différents types d'ethos diffusés par Éric Zemmour lors de son discours prononcé le 5 décembre 2021 à Villepinte. Le polémiste tente de convaincre son auditoire et de le rallier à sa cause, en provoquant une prise de conscience critique chez lui face à la situation politique qu'il vit. Il tente de construire une image multiple aux yeux du public, celle d'un leader prêt à guider son peuple et à le sortir de la situation catastrophique qu'il est en train de subir. Tout au long de son allocution, il a usé d'un lexique dramatique et alarmant, des termes tragiques dressant un tableau sombre de la situation économique et politique que vit le pays. Il tente de réparer son ethos pré-discursif, celui de (raciste, fasciste et misogyne) en ayant recours à l'ethos de justification et celui de victimisation. Néanmoins, s'il voulait diffuser une image d'un débateur ouvert d'esprit, l'utilisation d'hyperboles dévastatrices a prouvé le contraire. En effet, le scénario tragique qu'il a présenté pour la France et les figures d'exagération présentes tout au long du discours ont produit l'effet inverse. Il fait aussi appel à la stratégie de négation polémique, lui permettant dans le même énoncé de disqualifier son adversaire, et cela en abordant son ethos pré-discursif négatif, et en même temps se valoriser implicitement grâce à l'ethos positif qui se dégage de l'énoncé nié.

Sur le plan pragmatique, nous avons relevé plusieurs procédés contribuant à la discrimination tels que l'ironie et l'accumulation, etc., provoquant la moquerie, le mépris et la critique, et se combinant pour appuyer une discrimination généralisée envers les immigrés.

L'orateur a tenté de crédibiliser son discours en diffusant des images vertueuses de sincérité et de droiture, mais les déclarations de haine émises à travers un choix de lexique tragique et alarmant ainsi que ses condamnations pour provocation à la haine raciale, l'ont trahi.

Références :

- 1- Le discours prononcé par Éric Zemmour a été tiré du site officiel du journal valeurs actuelles, publié le 6 décembre 2021 et dont voici le lien :
<https://www.valeursactuelles.com/politique/retrouvez-le-discours-in-extenso-prononce-par-eric-zemmour-a-villepinte>
- 2-BARBERIS, J.-M. 2001. « Éthos ». In C. Détrie, P. Siblot et B. Verine (dir.), *Termes et concepts pour l'analyse du discours*. Paris : Honoré Champion, p 112.
- 3- CHARAUDEAU, Patrick. [2005]. *Le discours politique : les masques du pouvoir*. 2014, p87.
- 4- BARTHES, Roland. [1970]. « L'ancienne rhétorique », dans *Communication*, 16 (1994), p 315.
5. AMOSSY, Ruth. 2013. *L'argumentation dans le discours*. p.94.
6. DUCROT, Oswald. 1984. « Esquisse d'une théorie polyphonique de l'énonciation ». In *Le dire et le dit*. p 201.
7. Extraits tirés du discours de Zemmour, publié le 6 décembre 2021 dans le site officiel du journal valeurs actuelles et dont voici le lien :
<https://www.valeursactuelles.com/politique/retrouvez-le-discours-in-extenso-prononce-par-eric-zemmour-a-villepinte>
8. Ibid.
9. L'hyperbole est, par définition, une figure de style qui contribue à l'amplification et à l'exagération d'un fait, d'un événement ou d'une situation. Elle est souvent utilisée dans l'écriture pamphlétaire.
- 10.Extraits tirés du discours de Zemmour, publié le 6 décembre 2021 dans le site officiel du journal valeurs actuelles et dont voici le lien :
<https://www.valeursactuelles.com/politique/retrouvez-le-discours-in-extenso-prononce-par-eric-zemmour-a-villepinte>
- 11.Ibid.
- 12.Ibid.
- 13.CHARAUDEAU, Patrick. [2005]. *Le discours politique : les masques du pouvoir*. 2014. p 90.
- 14.Figure paradoxale qui se présente comme « une association de termes antithétiques dans un même syntagme » ROBRIEUX, Jean-Jacques. [2010]. *Rhétorique et argumentation*. Paris : Armand Colin, 2012. p 99.
- 15.Extraits tirés du discours de Zemmour, publié le 6 décembre 2021 dans le site officiel du journal valeurs actuelles et dont voici le lien :
<https://www.valeursactuelles.com/politique/retrouvez-le-discours-in-extenso-prononce-par-eric-zemmour-a-villepinte>

16.Ibid.

17.Ibid.

18.CHARAUDEAU pense que la figure du prophète est « une tentation permanente pour tout homme politique dans la mesure où elle construit à la fois une image de « père » et « d'inspirateur du génie » *Le discours politique : Les masques du pouvoir*. p119.

19.CHARAUDEAU, Patrick. [2005]. *Le discours politique : les masques du pouvoir*. 2014. p.122.

20.Extraits tirés du discours de Zemmour, publié le 6 décembre 2021 dans le site officiel du journal valeurs actuelles et dont voici le lien :

<https://www.valeursactuelles.com/politique/retrouvez-le-discours-in-extenso-prononce-par-eric-zemmour-a-villepinte>

21.Ibid.

22.Un terme retrouvé chez Cécile Aludy qui précise que « peu enclin à la nuance, Zemmour essentialise l'Homme en créant un climat de psychose chez nos concitoyens. Adeptes d'un nietzschéisme et d'un darwinisme social grossiers, la langue du polémiste fait du monde un champ de batailles permanent »

23.Extraits tirés du discours de Zemmour, publié le 6 décembre 2021 dans le site officiel du journal valeurs actuelles et dont voici le lien :

<https://www.valeursactuelles.com/politique/retrouvez-le-discours-in-extenso-prononce-par-eric-zemmour-a-villepinte>

24.Naëm Bestandji .2018. « En luttant contre l'islamisme, on lutte aussi contre l'extrême droite » [en ligne] <https://france-fraternites.org/naem-bestandji/11/> [consulté le 2/02/23].

25.Extraits tirés du discours de Zemmour, publié le 6 décembre 2021 dans le site officiel du journal valeurs actuelles et dont voici le lien :

<https://www.valeursactuelles.com/politique/retrouvez-le-discours-in-extenso-prononce-par-eric-zemmour-a-villepinte>

26.AUSTIN, John L. [1976]. Quand dire c'est faire. Paris : Editions du Seuil ; réédité avec une postface de F. Récanati dans la coll. « Points-essais », 199. p 43

27.Nous avons fait appel au logiciel Tropes, un outil lexicométrique d'analyse sémantique de textes qui fonctionne sous Windows. Le logiciel offre une palette de fonctions statistiques qui permettent de mieux aborder le texte et nous donner des statistiques exactes du nombre d'occurrences.

28.Extraits tirés du discours de Zemmour, publié le 6 décembre 2021 dans le site officiel du journal valeurs actuelles et dont voici le lien :

<https://www.valeursactuelles.com/politique/retrouvez-le-discours-in-extenso-prononce-par-eric-zemmour-a-villepinte>

29.« L'assimilation » a été le mot d'ordre de la politique française vis-à-vis de ses immigrés durant la III^e République. Il s'est appliqué aux habitants des colonies, mais aussi aux vagues d'immigration européennes. Formalisé dans les années 1920, le principe demande au candidat à la nationalité de se fondre dans l'identité française, sous tous les aspects de la vie courante : langue, habillement, manières, logement.

30.Extraits tirés du discours de Zemmour, publié le 6 décembre 2021 dans le site officiel du journal valeurs actuelles et dont voici le lien :

<https://www.valeursactuelles.com/politique/retrouvez-le-discours-in-extenso-prononce-par-eric-zemmour-a-villepinte>

31.Ibid.

32.PERLEMAN Chaim et OLBRECHTS Tyteca Olga. [1958]. *Traité de L'argumentation. La nouvelle rhétorique*. 1970. p33.

33.Extraits tirés du discours de Zemmour, publié le 6 décembre 2021 dans le site officiel du journal valeurs actuelles et dont voici le lien :

<https://www.valeursactuelles.com/politique/retrouvez-le-discours-in-extenso-prononce-par-eric-zemmour-a-villepinte>

34.Ibid.

35.Ibid.

36.TUTESCU, Mariana.2003. *L'argumentation : Introduction à l'étude du discours*. [En ligne]. Bucarest (Roumanie) : Université de Bucarest. http://ebooks.unibuc.ro/lls/Mariana_Tutescu-Argumentation/index.htm, (consulté le 13 /8/ 2023).

37.La distinction que fait Ducrot entre locuteur et énonciateur montre la pluralité des énonciateurs présents dans un énoncé. DUCROT, Oswald. 1984. *Le dire et le dit*. p205

38. Extraits tirés du discours de Zemmour, publié le 6 décembre 2021 dans le site officiel du journal valeurs actuelles et dont voici le lien :

<https://www.valeursactuelles.com/politique/retrouvez-le-discours-in-extenso-prononce-par-eric-zemmour-a-villepinte>

39. CHARAUDEAU, Patrick. [2005]. *Le discours politique : les masques du pouvoir*. 2014, p.96.

40. Extraits tirés du discours de Zemmour, publié le 6 décembre 2021 dans le site officiel du journal valeurs actuelles et dont voici le lien :

<https://www.valeursactuelles.com/politique/retrouvez-le-discours-in-extenso-prononce-par-eric-zemmour-a-villepinte>

Bibliographie

-ALUDY, Cécille. 2022. *La langue de Zemmour*. Seuil.

- AMOSSY, Ruth. 2013. *L'argumentation dans le discours*. Armand Colin.

-AMOSSY, Ruth. 2010. *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*. Paris, PUF.

-AMOSSY, Ruth. 1999. *Images de soi dans le discours : La construction de l'ethos*. Paris : Delachaux et Nestlé.

-AUSTIN, John L. [1976]. Quand dire c'est faire. Paris : Editions du Seuil; réédité avec une postface de F. Récanati dans la coll. « Points-essais », 1991

-BARBERIS, J.-M. 2001. « Éthos ». In C. Détrie, P. Siblot et B. Verine (dir.), *Termes et concepts pour l'analyse du discours*. Paris : Honoré Champion : 112-114.

-BARTHES, Roland. [1970]. « L'ancienne rhétorique : aide-mémoire ». *Recherches rhétoriques*. Paris : Éditions du Seuil. coll. « Points-Essais ». *Communications*, n° 16. 1994. p. 254- 333.

-BENVENISTE, E. 1974. *Problèmes de linguistique générale 2*. Paris : Gallimard.

-CHARAUDEAU, Patrick. [2005]. *Le discours politique : les masques du pouvoir*. Limoges : Lambert-Lucas. 2014.

-DUCROT, Oswald. 1984. *Le dire et le dit*. Paris : Éditions de Minuit.

-DUCROT, Oswald. 1980. *Les mots du discours*. Paris, Minuit.

-KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. 1980. *L'énonciation : de la subjectivité dans le langage*. Paris : Armand Colin.

-MAINGUENEAU, Dominique. 2014. *Analyser les textes de communication*. Paris : Armand Colin

-MAINGUENEAU, Dominique. 2002. « L'ethos, de la rhétorique à l'analyse du discours ». *Pratiques*, 113-114, 5-67.

-PERLEMAN Chaim et OLBRECHTS Tyteca Olga. [1958]. *Traité de L'argumentation. La nouvelle rhétorique*. Editions de l'Université de Bruxelles. 1970

-PERRET, Michel (dir). [2001]. *La morphologie : forme et sens des mots du français*. Armand Colin. 2005.

-TUTESCU, Mariana. 2003. *L'argumentation : Introduction à l'étude du discours*. [En ligne]. Bucarest (Roumanie) : Université de Bucarest. http://ebooks.unibuc.ro/lis/Mariana_Tutescu-Argumentation/index.htm, (consulté le 13 /8/ 2023).