

La construction ethotique dans le discours macronien : vers un décryptage des procédés énonciatifs.

The Ethotic Construction in Macron's Discourse: Deciphering Enunciative Techniques.

MAROUA LAHMAR *

Université Badji Mokhtar-Annaba

Affiliée au laboratoire LIPED

(Algérie)

Marwalahmer1993@gmail.com

HAZAR MAICHE

Université Badji Mokhtar-Annaba

(Algérie)

Hazarmaiche@yahoo.fr

Résumé:

Dans la présente contribution, les trois derniers discours électoraux d'Emmanuel Macron seront analysés au moyen de l'approche énonciative. Notre objectif est de mettre en lumière les mécanismes impliqués dans le processus de la construction identitaire, nous nous focalisons plus précisément sur les marques de présence d'autrui (adversaire/citoyen) et le rapport qu'entretient avec l'image discursive

informations sur l'article

Reçu

31/03/2023

Acceptation

07/05/2023

* Auteurexpéditeur

La construction ethotique dans le discours macronien : vers un décryptage des procédés énonciatifs.

que le candidat s'efforce de projeter de lui-même. Pour ce faire, nous avons effectué une analyse qualitative visant à montrer, à l'aide des extraits, comment les éléments énonciatifs (pronoms et modalisateurs) contribuent à la construction éthotique.

Mots clés:

- ✓ *Ethos l'autre*
- ✓ *procédés énonciatifs*

Abstract :

Article info

In this contribution, the last three electoral discourses of Emmanuel Macron will be analyzed by means of the enunciative approach. Our objective is to shed lights on the mechanisms implied in the process of identity construction. We focus more precisely on the indicators that signal the other's presence (adversary/citizen) and its relation with the discursive image that the candidate seeks to reflect. For this to happen, and with the helping use of extracts; we have made a qualitative analysis aiming at showing how the enunciative elements (pronouns modalities) contribute in the ethotique construction.

Received

31/03/2023

Accepted

07/05/2023

Keywords:

- ✓ *ethos the other*
- ✓ *enunciative procedure*

1. INTRODUCTION

Le discours électoral est conçu, depuis toujours, comme le meilleur moyen dont use tout homme politique en quête de pouvoir afin de déployer tous ses talents rhétoriques et de rallier le plus de monde à son idéologie. En temps de campagne présidentielle, les candidats accordent une importance croissante à leur discours en ce qu'ils leur servent à se construire un profil communicatif. En fait, l'objectif d'une campagne électorale est, non seulement la diffusion des programmes vers l'ensemble d'électeurs, mais également la mise en œuvre d'une expertise et un savoir-faire pour laisser transparaître une image personnelle et professionnelle adéquate. Dans cette optique, la compétition entre les candidats se fait sur la forme plutôt que le contenu en lui-même. Autrement dit, la plupart d'entre eux se focalisent sur le côté esthétique de leurs discours que sur le fond des programmes électoraux. Les partis ont ainsi besoin d'un expert pour concocter soigneusement leurs discours et surtout pour forger une image de soi séduisante, celle d'un homme qui possède toutes les qualifications requises pour le poste de chef d'État. Cette dernière lui permet de légitimer ses propos, promouvoir son agenda politique et pourrait même faire pencher la balance en sa faveur lors des élections.

C'est en partant de ce postulat que nous est venue l'idée de s'interroger sur la manière

La construction ethotique dans le discours macronien : vers un décryptage des procédés énonciatifs.

dont l'image de soi se construit dans le discours présidentiel. Il est jugé intéressant de se pencher sur un tel genre parce qu'il est considéré comme le terrain fertile de la présentation de soi. En vue de préciser ce que nous entendons par cette notion, nous empruntons sa définition à Barthes, pour qui elle renvoie aux «traits de caractère que l'orateur doit montrer à l'auditoire, peu importe sa sincérité, pour faire bonne impression (...). L'orateur annonce une information et en même temps il dit : je suis ceci, je ne suis pas cela. » (1970,p. 212)

Dans le présent travail, nous allons essayer d'approcher le discours d'un candidat aux élections présidentielles françaises de 2017, en l'occurrence le représentant de la République En Marche, Emmanuel Macron, et ce pour rendre compte de la façon dont il protège son ethos et gère l'échange conflictuel qui caractérise cet événement décisif. Nous nous focalisons plus spécifiquement sur le rapport discursif qu'entretient ce politicien avec autrui y compris ses opposants et le peuple français.

Au vu de ce qui précède, un ensemble d'interrogations nous traverse l'esprit, celles-ci se présentent comme suit: par quels procédés et pour quelle finalité le candidat fait-il appel à plusieurs autres instances énonciatives? Dans quelle mesure l'image discursive d'Emmanuel Macron prend-elle appui sur l'image d'autrui ? Comment l'instance citoyenne et l'instance adverse renforcent-elles l'image du candidat ?

Afin d'apporter des éléments de réponses à ce questionnement, il est tout d'abord nécessaire de: mettre en évidence toutes les traces linguistiques révélant la présence d'autrui dans le discours Macronien, identifier la relation entre cette multiplicité des instances énonciatives et les fins persuasives poursuivies par le candidat, et expliquer finalement comment cette hétérogénéité énonciative participe à la construction de l'image de soi de l'orateur.

Pour mieux rendre compte de cette problématique, nous commençons par un bref historique sur la notion d'ethos et voyons comment elle a émergé. Nous essayons également de lister les différentes définitions de cette notion pour voir comment elle s'emploie dans les différents domaines. Nous présentons par la suite le corpus d'étude que nous avons construit, la justification de son choix ainsi que la démarche suivie pour son analyse. Après la présentation de l'analyse et les résultats les plus significatifs que nous avons obtenus, nous terminerons l'article par une conclusion générale qui résume notre travail et répond à nos questions de recherche.

1. La notion d'ethos : flou terminologique et conceptuel

Si nous faisons la synthèse de la littérature sur l'ethos ainsi que d'autres notions qui gravitent autour de lui, nous constatons que les définitions présentent certaines ambiguïtés et qu'il se pose un problème de frontière à établir entre ethos, image de soi, présentation de soi,

La construction ethotique dans le discours macronien : vers un décryptage des procédés énonciatifs.

identité préalable et identité discursive... qui entretiennent des relations particulières : certains linguistes les opposent, d'autres les confondent et d'autres encore les assemblent. Dans ce cas, il convient de dire que, quoi qu'il en soit, l'utilisation d'une dénomination obéit, chez les chercheurs, à des orientations spécifiques au cadre épistémologique dans lequel ils se situent. Autrement dit, chacun appréhende la notion depuis un angle différent et propose ainsi l'appellation qui lui est convenable.

À l'origine de ce phénomène discursif se trouve la réflexion conduite par le philosophe Aristote dans la Rhétorique, un livre qui a suscité un vif succès dès sa première publication et qui représente, jusqu'à nos jours, une référence dans le domaine philosophique, mais aussi dans d'autres domaines comme l'analyse du discours et la communication. En effet, l'originalité de la conception aristotélicienne réside dans sa triade, introduite pour changer le cours des recherches sur l'art de bien parler et de l'éloquence discursive, et ce, en mettant particulièrement l'accent sur la dimension persuasive du discours. Pour Aristote, l'ethos constitue avec le logos et le pathos la trilogie des moyens de persuasion, celle-ci est inhérente à tous discours, peu importe son genre et son type. Jeancène Vilmer, J.B note à ce propos que : « l'argumentation est comme un cadeau que l'on offre (que A offre à B) et dont la réussite ne dépend pas que de l'objet offert (la démonstration, le logos), mais aussi de ce que B pense de A (ethos) et l'effet que A pense que l'objet fera sur B (pathos) » (2008, p.46).

Dans cette perspective, le terme ethos est employé pour se référer à l'image qu'un orateur projette de lui-même à travers son dire pour montrer ses qualités morales à son auditoire. Selon Eggs (1999), l'ethos, au sens aristotélicien, est de nature bidimensionnelle, elle est fondée d'une part ; sur ce qu'il appelle l'« epieikeia », qui renvoie aux vertus comme l'honnêteté et la bienséance , d'autre part sur l'« héxis », qui signifie la raison et l'objectivité, elle recouvre ainsi l'ensemble des habitudes, des mœurs et des coutumes reflétées par le sujet parlant dans le discours.

Contrairement à Aristote, Isocrate insiste sur le caractère ectotextuel de l'ethos. Pour lui, l'image de soi ne s'inscrit pas dans le discours, mais elle va plus loin pour inclure les « mœurs réelles » de l'orateur, c'est-à-dire : son statut, sa personnalité, ses fonctions sociales, bref, sa réputation. Poursuivant cette même voie, Quintilien rajoute que l'image qu'une personne projette d'elle-même au cours de sa vie, a plus de poids que celle construite dans son discours.

1.1. L'ethos en analyse du discours :

En analyse du discours, c'est Dominique Maingueneau qui a adopté la notion d'ethos tout en essayant de la remettre au goût du jour. À l'origine de sa réflexion se trouvent les travaux conduits par Emile Benveniste et Oswald Ducrot. En effet, son projet se fonde essentiellement sur les reproches faits à la méthode énonciative proposée par Emile Benveniste et reprise par Catherine Kerbrat-Orecchioni dans ses travaux sur la subjectivité. Avant de voir les raisons

La construction ethotique dans le discours macronien : vers un décryptage des procédés énonciatifs.

pour lesquelles cette dernière a été remise en cause, il convient d'ouvrir une petite parenthèse pour dire que la théorie énonciative représente la première méthode ayant abordé l'ethos d'un point de vue linguistique. En fait, les travaux menés par les représentants de cette approche s'inscrivent dans la continuité des travaux d'Aristote. Pour le dire autrement, c'est en s'inspirant des apports philosophiques que l'ethos a été intégré dans l'étude de l'énonciation.

Précisons d'emblée que l'hypothèse sur laquelle repose cette théorie énonciative stipule que, chaque sujet parlant est inscrit au sein de son énoncé, que ce soit de façon directe ou indirecte. Cette présence se matérialise au moyen de ce que Kerbrat Orecchioni nomme les marques de la subjectivité. Le rôle d'une telle approche réside ainsi dans « la recherche des procédés linguistiques, modalisateurs, terme évaluatif, par lesquels le locuteur imprime sa marque dans l'énoncé, s'inscrit dans le message (implicitement ou explicitement) et se situe par rapport à lui, problème de « la distance énonciative. » (Kerbrat-Orecchioni, 1999, p. 36)

Cette conception constitue donc le point de départ de la réflexion fondatrice de Dominique Maingueneau. En fait, deux points sur lesquels ce linguiste a insisté, et qui le distinguent de tous ses prédécesseurs. En premier lieu, le fait de critiquer la conception issue de la rhétorique antique, qui stipule que l'analyse de l'ethos se fait exclusivement sur les textes oraux. Pour ce linguiste, même les textes écrits doivent être pris en considération. Il accorde ainsi un rôle central à la notion de ton, au lieu de voix, car elle présente l'avantage de valoir aussi bien pour l'écrit que pour l'oral. D'ailleurs dans sa définition, il affirme que chaque texte possède un ton qui permet au coénonciateur de façonner une représentation de son énonciateur. En second lieu, il récuse toute analyse qui se borne au strict repérage des éléments énonciatifs. Pour Maingueneau, l'étude de l'ethos doit dépasser ce niveau-là pour aller plus loin. Selon cette nouvelle vision, l'ethos dépend en grande partie de la scène de l'énonciation, il est lié plus précisément à la scène générique, concept introduit par Dominique Maingueneau pour se référer au choix du genre discursif que fait le locuteur. Le discours publicitaire est un bon exemple pour souligner l'étroite relation entre la scène générique et l'ethos. Aujourd'hui, la plupart des messages publicitaires, notamment ceux qui sont destinés à promouvoir les produits cosmétiques, optent pour le discours scientifique comme scène générique, et ce afin de donner plus de crédibilité à leur image.

En outre, Dominique Maingueneau accorde une importance particulière au caractère implicite de l'ethos. Il s'inscrit, par ce fait, dans la ligne que trace Oswald Ducrot. En effet, selon ces deux linguistes, l'analyse de l'ethos ne doit pas s'effectuer sur ce que le locuteur dit de lui-même « en se prenant comme thème de son propre discours », mais plutôt de ce qu'il montre implicitement à travers sa parole. Selon les propres termes de Maingueneau : « ce que l'orateur prétend être, il le donne à entendre et à voir : il ne dit pas qu'il est simple et honnête, il le montre à travers sa manière de s'exprimer. L'ethos est ainsi attaché à l'exercice de la

La construction ethotique dans le discours macronien : vers un décryptage des procédés énonciatifs.

parole, au rôle qui correspond à son discours, et non à l'individu « réel », appréhendé indépendamment de sa prestation oratoire » (1993, cité par Amossy, 2000, p. 66).

1.2. Ethos et interaction :

Le sociologue américain Erving Goffman, quant à lui, intègre cette notion dans son propre domaine de recherche l'abordant ainsi dans une perspective sociologique. Ce sont, plus précisément, les interactions sociales qui sont mises au centre de ses préoccupations. En effet, l'ensemble des enquêtes qu'il a mené lui a permis de conclure que chaque individu est amené, au cours de ses échanges avec autrui, à projeter de lui-même une image qui se construit au fur et à mesure de sa conversation. Celle-ci ne se réalise pas uniquement au niveau verbal, tous les comportements que les partenaires adoptent durant l'échange (non verbaux et paraverbaux) sont inclus.

1.3. Ethos et argumentation :

C'est à travers la mise en corrélation de ces trois domaines ; la rhétorique d'Aristote, la sociologie de Goffman et l'analyse du discours de Dominique Maingueneau, que Ruth Amossy fonde la nouvelle théorie de l'argumentation dans le discours. Ceci explique sa volonté d'aborder cette notion sous un angle pluridisciplinaire et de proposer une définition dite exhaustive. En effet, l'hypothèse de départ de son travail stipule que la dimension argumentative est inhérente à tout énoncé, et puisque l'ethos est l'un des moyens les plus efficaces de l'argumentation, il est indissociable du discours. Il est fondamental de préciser ici que Ruth Amossy n'a pas négligé le caractère extra verbal du discours, au contraire, elle a essayé de mettre fin à cet ancien débat quant au caractère discursif et prédiscursif de l'ethos, et ce en proposant la catégorisation suivante :

- L'ethos préalable : c'est la représentation ou l'image qu'a un auditeur vis-à-vis de l'orateur indépendamment de son discours. En d'autres termes, l'image construite préalablement avant sa prise de parole. Celle-ci « s'élabore sur la base du rôle que remplit l'orateur dans l'espace social (ses fonctions institutionnelles, son statut et ses pouvoirs). Mais aussi sur la base de la représentation collective ou du stéréotype qui circule sur sa personne » (2013, p.94)

- L'ethos discursif : à l'inverse du type précédent, celui-ci intervient après la prise de parole, il renvoie ainsi à l'image que le locuteur projette de lui-même dans et à travers son discours. Elle se traduit par de nombreux procédés discursifs pour qu'elle acquière plus de force. C'est ce que Ruth Amossy explique dans ce passage « l'image que le locuteur projette de lui-même dans son discours tel qu'elle s'inscrit dans l'énonciation plus encore que dans l'énoncé et la façon dont il retravaille les données prédiscursives. » (2000, p.69) Cette définition met en évidence un autre point important qui caractérise cette conception, à savoir

La construction ethotique dans le discours macronien : vers un décryptage des procédés énonciatifs.

le fait que le locuteur peut se servir de son identité verbale pour renforcer ou retravailler son identité prédiscursive.

2. Présentation du corpus et méthode d'analyse :

Comme il est déjà indiqué préalablement, le corpus sur lequel se base cette contribution est constitué de discours électoraux tenus par Emmanuel Macron, au cours de la dernière phase de la campagne présidentielle. Il comprend ainsi les discours prononcés à partir du début du second tour, précisément du 23 avril 2017 jusqu'au 6 mai 2017. Ceux-ci ont été recueillis depuis le site « la vie publique » qui nous a facilité l'accès à l'ensemble de la transcription de notre corpus. Il a, seulement, suffi de sélectionner les critères du discours souhaité (date, lieu, événement, type et format, etc.) pour que tous les documents correspondant à ces caractéristiques s'affichent, accompagnés souvent des circonstances qui offrent une vue d'ensemble sur les discours en question.

Nous avons donc opté pour trois discours de grande importance ; le discours du 27 avril à Arras, du 1er mai à La Porte de la Vieltte de Paris et du 4 mai à la Place du Vigan. Ces dernières recouvrent les deux dernières semaines avant que la campagne officielle prenne fin et avant que Macron soit président de la République française. Le choix du corpus nous semble judicieux dans la mesure où il répond à toutes les conditions classées par Bardin (2001) ; il est homogène, car tous les discours sont émis par un locuteur unique, en l'occurrence le candidat de la république en marche, Emmanuel Macron, durant la même période (le second tour de la campagne électorale 2017. De plus, il appartient à un genre discursif commun (seuls les discours à sens unique sont pris en considération). Il est aussi pertinent parce que le choix des textes a été présidé par la question et l'objectif de la recherche, et notamment par le constat. Finalement, nous trouvons qu'il est relativement exhaustif, d'une part parce qu'il inclut tous les discours qui ont été prononcés pendant la dernière étape des élections présidentielles, d'autre part, sa richesse thématique contribue à effectuer une analyse profonde et plus intéressante, c'est-à-dire la sélection des discours qui traitent plusieurs thèmes, permet d'avoir une vision claire et variée sur la question étudiée.

Pour mener à bien cette étude, nous mettons en place une démarche qui s'appuie sur une seule approche linguistique, celle-ci propose des éléments d'analyse qui peuvent expliquer et rapporter une contribution importante quant à la question de l'image de soi. En fait, nous nous référons aux théories de l'énonciation, plus précisément aux travaux initiés par Emile Benveniste (1966, 1974), et poursuivis par Catherine Kerbrat-Orecchioni (1980) dans ses travaux sur la subjectivité dans le langage. Ceux-ci nous serviront à déceler les procédés énonciatifs qui illustrent l'image projetée par le sujet énonçant.

Par souci de rigueur, ce travail se limite à l'examen des marques discursives révélant la présence des opposants ainsi que du peuple, et à les mettre par la suite en jonction avec

La construction ethotique dans le discours macronien : vers un décryptage des procédés énonciatifs.

l'image de soi du locuteur. Il exclut par ce fait l'étude des images construites par le candidat sans faire appel à l'autre. Une telle démarche servira à appréhender de manière élargie et approfondie le phénomène linguistique en question en ce qu'elle permet d'identifier les images discursives les plus récurrentes.

Pour que le protocole d'analyse soit suffisamment explicite, il est intéressant de signaler que notre analyse s'inscrit dans une perspective qualitative. Elle suivra ainsi le plan suivant : nous commencerons dans un premier temps par repérer des éléments énonciatifs (pronoms et modalisateurs) pour les mettre, dans un deuxième temps, en corrélation avec l'ethos de l'énonciateur. Et ce, dans le but d'étudier les associations entre le recours stratégique à ces techniques énonciatives et la construction éthotique.

3. Comment Emmanuel Macron interpelle-t-il et représente l'autre via les procédés énonciatifs ?

3.1. Les indices personnels :

Les pronoms personnels font partie de ce que les fondateurs de l'approche énonciative nomment les déictiques ou les embrayeurs. Cette catégorie englobe toutes les unités linguistiques que personne ne comprend à quoi elles renvoient indépendamment de leurs contextes, puisque leurs significations sont toujours tributaires de certaines données situationnelles. C'est en ce sens que Dominique Maingueneu note que : « *L'interprétation des embrayeurs de personne n'est indissociable de la scène énonciative qu'elle implique chaque texte* » (2001, p.03). Ceci dit, l'analyste doit obligatoirement passer par la situation d'énonciation pour déterminer la référence de ces indices personnels, qui peuvent se manifester sous forme de pronoms personnels (je, nous, tu, vous) ou de pronoms possessifs (ma, mon, ton, ta, etc.).

3.1.1. Le pronom « nous »

D'un point de vue grammatical, la première personne du pluriel est conçue comme « une sommation ou une amplification du je ». (Maingueneu (1981). Cependant, le nous contrairement au « je », recèle de nombreuses valeurs référentielles. C'est pour cela que la référence réelle de ce pronom dans un discours est souvent difficile à déterminer, voire même indéterminée. Catherine Kerbrat-orecchioni note à ce propos que *le « nous ne correspond jamais, sauf dans des situations très marginales comme la récitation ou la rédaction collective, à un je pluriel »* (2002, p. 46)

Selon cette linguiste, la première personne du pluriel peut prendre trois formes : 1) le nous collectif qui « se caractérise par la pluralité des instances qui logent en son enseigne » (Tshilombo Bombo, 2003 :174). Ce type englobe le « je »+ « tu »+il(s). 2) le nous inclusif, comme son nom l'indique, inclut le « je »+ « tu »/« vous ». 3) le nous exclusif, quant à lui,

La construction ethotique dans le discours macronien : vers un décryptage des procédés énonciatifs.

exclut le destinataire pour comprendre un tiers absent, il réunit ainsi le « je » + « il(s) ». Dans le domaine politique, ce dernier type est nommé « le nous institutionnel » puisqu'il renvoie souvent au chef du parti ainsi que les autres membres.

Compte tenu de son caractère polysème, il est jugé indispensable de définir la manière selon laquelle ce pronom sera appréhendé dans cette étude. Comme vu ci-dessus, l'objectif de cette recherche consiste à mettre en évidence les stratégies indiquant la présence de l'instance adversaire et l'instance citoyenne dans le discours d'Emmanuel Macron, puisque cette dernière est inscrite dans les « nous inclusif », seul ce type sera pris en compte lors de l'analyse afin de mieux cibler notre objectif.

Les trois discours étudiés sont fortement marqués par l'usage du « nous inclusif », sous lequel est inséré le sujet énonçant (Emmanuel Macron) et l'énonciataire (les citoyens français). En fait, l'examen du coetexte de son discours a montré que, pour renforcer ce procédé et en faire une arme persuasive puissante, Emmanuel Macron choisit soigneusement les sujets à traiter lors de l'utilisation de ce pronom. Pour une analyse rigoureuse, nous avons classé les « nous inclusif » en fonction de leur usage par le candidat, ce qui a donné lieu à deux catégories :

La première est relative à l'usage du « nous inclusif » qui renvoie à tous les Français, il s'agit ainsi d'une voix plurielle qui s'exprime. Le recours à ce procédé par le candidat témoigne de son désir de satisfaire les différentes catégories sociales. C'est-à-dire il tente de « miser sur des points d'accord » (Amossy, 2006, p.44), et ce, en répondant à une doxa commune issue du système de croyances de tous les Français. Chaque membre appartenant à cette nation va de ce fait se reconnaître dans le discours. En fait, certains linguistes proposent de nommer un tel sous type du nous inclusif, le « nous national », ils le définissent d'ailleurs comme « un nous qui désigne effectivement la nation tout entière et dans lequel tous les Français sont représentés sur un pied d'égalité » (2007, p. 61). Le représentant de la république en marche, recourt fréquemment à ce procédé énonciatif quand il traite la question de l'identité et ses symboles : l'histoire, la culture, la langue, etc. cela lui permet d'établir des liens non seulement avec les auditoires en présence, mais également avec la population française entière. L'intention première que véhicule cet usage est de projeter l'image de l'homme patriote, c'est-à-dire celle d'une personne fière de son appartenance.

Afin de clarifier ce que nous venons de voir, voici trois exemples qui illustrent ce procédé:

la culture, notre culture comme notre sciences, c'est ce qui nous fait, c'est à la fois notre héritage et cette promesse d'avenir à chaque fois recommencée, c'est notre langue, notre histoire, nos artistes, nos savoirs [...] notre France, elle est forte de sa langue, parce que celle-ci s'est nourrie de tant et tant de différences, de ces langues régionales qui continueront à vivre avec elle [...]

La construction ethotique dans le discours macronien : vers un décryptage des procédés énonciatifs.

parce qu'elle est forte et qu'elle est parlée sur tous les continents, précisément, parce qu'elle est forte et qu'elle est notre histoire (discours du 1er Mai à la Porte de la Villette de Paris).

ce grand acte de confiance et ce grand acte d'avenir [...]il passera aussi par la culture.[...]celle qui doit irriguer tous nos territoires[...]et permettre partout dans notre beau pays [...]d'accéder à une émotion collective qui fait aussi un peuple qui fait que nous sommes là ce soir (discours d'Albi le 4 mai 2017, Place du Vigan)

[...] parce que les terres où nous sommes, ces terres des Hauts de France, elles sont au cœur de notre histoire, de notre passé et du défi politique qui est aujourd'hui le nôtre (discours de 26 avril 2017 à Arras)

Quant à la seconde catégorie, elle se rapporte au nous de « porte-parole », Ruth Amossy a bien expliqué l'intérêt stratégique de ce pronom, en disant que: « la relation du « je » au « nous » comporte de toute évidence des enjeux sociaux et politiques importants. Elle marque la volonté du sujet de se montrer en membre d'un groupe qui fonde son identité propre. En retour, elle signifie aussi qu'il entend représenter tous ceux que reconnaît le pronom « nous », qu'il se donne comme leurs porte-parole officiels ». (2010, p. 156) Le candidat exprime via ce procédé son appartenance à un groupe bien déterminé, et ce, dans le but de montrer qu'il est profondément préoccupé par les problèmes dont souffrent les personnes appartenant à ce groupe. Cette technique va lui servir ainsi à se forger un ethos de solidarité et de se rapprocher à sa cible. Puisque ce procédé est en étroite relation avec une autre stratégie discursive, nous y reviendrons plus en détail ci-dessous. Voici quelques extraits qui montrent comment Emmanuel Macron se met à la place du peuple français et exprime leurs revendications.

Pour réconcilier notre peuple, réconcilier les uns et les autres - nos territoires, nos classes sociales - dans un projet commun. Celui de réussir pour être plus juste. C'est cela dont notre jeunesse a besoin. (Discours d'Albi le 4 mai 2017, Place du Vigan)

3.1.2. « Nous » et « Il » : quel rapport ?

Le linguiste Emil Benveniste se focalise dans sa théorie énonciative sur le couple « je/tu » au profit de la troisième personne, et ce, pour plusieurs raisons. Les principales raisons résident dans le fait que le « je » et le « tu » renvoient à des êtres animés ce qui n'est pas toujours possible pour le « il ». Pour cela, il préfère désigner ce dernier par « la non-personne » à la place de la 3e personne. Il note d'ailleurs : « Il ne faut donc pas se présenter la "3e personne" comme une personne apte à se dépersonnaliser. Il n'y a pas aphérèse de la personne, mais exactement la non-personne » (1966, p. 233).

Néanmoins, le point de vue de Moignet diffère radicalement de celui de Benveniste. Pour lui, il est incorrect d'envisager ce pronom comme « non-personne », il s'agit plutôt d'une « personne de tout ce que la pensée a appris à désigner. La personne inhérente à toute

La construction ethotique dans le discours macronien : vers un décryptage des procédés énonciatifs.

sématèse, à tout ce dont le langage est la personne cardinale substantive » (1981, p. 92)

Malgré cette divergence de définitions qui rend la tâche de concevoir le « il » plus difficile, il existe quand même des points communs entre les différents chercheurs quant à la nature et la spécificité de ce pronom. En d'autres termes, la plupart des linguistes s'accordent à dire que ce dernier possède des caractéristiques qui lui sont propres : premièrement, il est souvent un élément anaphorique, sa référence dépend donc du contexte, contrairement au « je » et « tu » que seules leurs mises en relation avec les données situationnelles permet de déterminer leur valeur référentielle. En second lieu, il peut être remplacé par de nombreux substituts grammaticaux, chose qui n'est pas possible pour le « je » et le « tu ». En opposition de ses derniers qui ont comme référence toujours les deux protagonistes de la communication, la référence de la troisième personne peut, dans un certain cas, être indéfinie ou absente dans l'énoncé.

Dans notre corpus, une fréquence considérable de la troisième personne est remarquée. Cependant seul le «il/ils/elle» dont le référent est l'instance adverse sera prise en compte, laissant ainsi de côté toutes les autres catégories ; impersonnels, anaphoriques, etc. puisqu'ils interviennent à un autre niveau.

Dans le discours d'Emmanuel Macron, le procédé dont il est question ici, est souvent accompagné d'un « nous », et ce, dans le but d'insister sur l'opposition entre le « nous » qui représente tous les Français et parfois le parti du candidat et le « il » qui se rapporte aux adversaires. Ceci dit, Emmanuel Macron ne se contente pas de présenter son programme et son agenda politique, mais il les relie à ceux du parti opposé pour créer une sorte de polarisation, une telle stratégie est à double tranchant en ce qu'elle lui permet d'une part, de mettre en exergue les lacunes de ses adversaires et d'autre part, de valoriser son image de soi. Voici quelques exemples qui témoignent de ce procédé.

Mais oui, je veux aussi ce droit de condamner le cynisme d'entreprise lorsqu'il pense que créer des emplois se fait au détriment de la justice sociale, des équilibres, de la formation des salariés ou du progrès écologique [...] Parce qu'à ce moment-là, les profits qu'ils font ne sont plus des profits durables, parce qu'à ce moment-là, ce qu'ils choisissent, c'est aussi leur propre perte, à terme. (Discours d'Albi le 4 mai 2017, Place du Vigan)

Ils ont durant les derniers jours aggravé leur cas. Au grand appauvrissement, ils ont ajouté le grand désordre. Nous n'en voulons pas ! Et tout est ainsi. [...] Alors, je pourrais vous dire combien ce qu'ils proposent, c'est notre affaiblissement (Discours du 1er Mai à la Porte de la Villette de Paris).

En ce sens, il est nécessaire de remarquer un autre procédé important qui caractérise le discours d'Emmanuel Macron. En effet, celui-ci substitue souvent la troisième personne à « certains » et « ceux », à l'aide desquels il met en scène son adversaire sous couvert d'un

La construction ethotique dans le discours macronien : vers un décryptage des procédés énonciatifs.

anonymat référentiel. Pour Barry, ce procédé sert « à effacer le statut de personne, et à établir l'identité des adversaires en le jetant dans l'anonymat » (2002, p.210).

3.2. Les modalisateurs

Les modalisateurs représentent l'ensemble des expressions qui révèlent l'attitude de l'énonciateur, à travers lesquelles il indique un jugement ou une évaluation vis-à-vis du monde, de son énonciataire ou du discours lui-même. Ils se manifestent sous trois formes ; les modalités appréciatives, les modalités déontiques et les modalités épistémiques.

Dans le présent travail, nous nous intéressons aux modalités appréciatives puisqu'elles sont en étroite relation avec la problématique de notre recherche. Ce type recouvre tous les adverbes, les adjectives et même les interjections, qui apparaissent au sein d'un discours pour dénoter les sentiments et les émotions du sujet parlant. Dès lors, nous tenterons, dans ce qui suit, de mettre en exergue le rapport existant entre la mise en scène de l'autre et la modalité appréciative. Expliquons par la suite, comment celle-ci intervient quant à la construction de l'identité discursive du sujet parlant.

Dans le discours d'Emmanuel Macron, une utilisation signifiante de la modalité appréciative est remarquée, notamment dans le dernier discours du second tour. Le candidat se sert de ce procédé, plus précisément les modalités affectives pour exprimer ses émotions. Le choix d'un tel procédé témoigne sa volonté de :

- Dévoiler ses sentiments à l'égard des Français, et ce, au moyen des modalités affectives valorisantes. En effet, il les utilise tantôt pour exprimer sa fierté d'appartenir au peuple français «La France est un peuple fier qui s'est construit par la langue » (discours de 26 avril 2017 à Arras), tantôt pour afficher sa compassion et sa peur pour leur avenir. Ces deux émotions servent de matière première pour tisser des liens avec les Français tout en présentant comme un homme patriote et conservateur.

- Montrer à quel point il se trouve émotionnellement impliqué, devant les décisions prises par l'adversaire et leurs répercussions sur les Français. Les modalités affectives dévalorisantes sont également employées pour critiquer et dénoncer la situation et les conditions difficiles que vivent les Français. Le but qui se cache derrière ces énoncés expressifs est de projeter l'image d'une personne solidaire qui montre son intérêt pour le peuple, mais aussi le protecteur, dans la mesure où il va apparaître aux yeux des électeurs comme celui qui mobilisera contre les ennemis du pays. Ainsi, la mise en articulation de ces deux types d'ethos (solidarité, protecteur) permet à Emmanuel Macron de faire d'une pierre deux coups ; il se rapproche du public-électeurs en décrivant leurs souffrances et dégrade l'image de l'autre en l'accusant d'être l'unique responsable de tous les problèmes. Prenons les exemples suivants tirés du corpus : « Et à ce moment-là, les extrêmes continueront à monter, à gravir les échelons

La construction ethotique dans le discours macronien : vers un décryptage des procédés énonciatifs.

parce qu'ils se nourrissent d'une chose, de cette inefficacité [...] les extrêmes sont là, dans toutes nos démocraties. Le doute s'est installé, les injustices sont profondes, les inégalités renforcées. » (Discours d'Albi le 4 mai 2017, Place du Vigan)

En guise de conclusion

En conclusion, cet article vise à mettre en évidence les procédés énonciatifs auxquels Emmanuel Macron a eu recours pour mettre en scène « l'autre ». Nous avons essayé par la suite d'expliquer le rôle important que joue la présence d'autrui dans le processus de la construction identitaire de l'orateur. Afin d'atteindre notre objectif et de mener à bien cette recherche, il était nécessaire de faire appel d'une part à une base théorique, ce qui nous a conduits à proposer un panorama historique de la notion d'ethos, en mettant l'accent particulièrement sur sa manifestation dans le discours argumentatif. Et d'autre part, à un protocole d'analyse qui nous permet d'examiner de façon rigoureuse notre corpus. Pour cela, nous avons adopté, comme nous l'avons vu en préambule une approche énonciative pour rendre compte des rapports qui se tissent entre les trois instances ; énonciatrice, citoyenne et adversaire.

À la lumière de ces travaux, nous avons pu analyser l'ensemble des discours prononcés par Emmanuel Macron au cours de la dernière période des élections présidentielles de 2017, et d'examiner le niveau micro de son discours. Nous faisons référence ici aux procédés énonciatifs y compris les pronoms et les modalisateurs qui renvoient à l'autre. Les résultats obtenus nous montrent que le candidat opte pour une construction identitaire axée sur deux stratégies générales, l'une vise la proximité avec le peuple et l'autre la discréditation et l'attaque des concurrents. Il adopte ainsi un discours énonciativement hétérogène pour crédibiliser ses dires ainsi que ses actes. En fait, dans les discours en question, l'instance citoyenne est souvent inscrite dans un « nous inclusif » accompagné d'un ensemble de modalisateurs valorisants, à l'aide desquels il reflète l'image positive qu'il fait de son peuple, mais également pour jouer le rôle d'un porte-parole qui rapporte leurs voix. Par contre, les pronoms « il » « ils » et « eux » dont le référent est le parti adverse, sont souvent suivis de modalisateurs péjoratifs. L'usage de ce procédé délocutif par le candidat explique sa volonté d'exclure l'adversaire de la scène énonciative, d'exprimer son désaccord, et de donner de lui, au moyen de ce lexique dévalorisant, une image discursive négative.

Tous ces résultats nous permettent de conclure que la présentation de soi dans le discours macronien, va de pair avec celle qu'il projette de l'autre. Son éthos se construit en se basant sur un va-et-vient entre une instance citoyenne avec qui il s'intègre par le pronom « nous », en vue de tisser des liens et d'établir un rapport de symétrie, et une instance adversaire incarnée dans un tiers absent « il » dont il s'efforce de remettre en cause.

Les travaux menés dans cette étude peuvent être poursuivis dans différentes directions.

La construction ethotique dans le discours macronien : vers un décryptage des procédés énonciatifs.

Par manque de temps, nous n'avons pas pu analyser tous les discours électoraux d'Emmanuel Macron. Nous estimons ainsi qu'il serait intéressant de prendre tous les discours de meeting de ce candidat et de mener une étude quantitative des pronoms et des modalisateurs. Il serait également intéressant, d'adopter une analyse assistée par ordinateur et de comparer les discours de plusieurs candidats afin de voir si les stratégies de la présentation de soi sont identiques.

Liste bibliographiques :

1. Alsafar, A, *Ethos discursif et construction des rapports intersubjectifs dans les professions de foi des élections présidentielles de 2007 et de 2012*, Université Paul Valéry - Montpellier III, France, (2014).
2. Amossy, R (2000), *L'argumentation dans le discours*, Nathan, France.
3. Amossy, R (2010), *La Présentation de soi : ethos et identité verbale*, P.U.F, France.
4. Amossy, R (2013), *L'argumentation dans le discours*, Armand Colin, France.
5. Aristote (1991), *Rhétorique, Le livre de poche*, France.
6. Austin, J.L (1970), *Quand dire, c'est faire*, Seuil, France.
7. Bardin, L(1977), *L'Analyse du contenu*, P.U.F, France.
8. Barry, A.O (2002), *Pouvoir du discours & Discours du pouvoir. L'art oratoire chez Sékou Touré de 1958 à 1988*, L'Harmattan, France.
9. Amossy, R (2000), *L'argumentation dans le discours*, Nathan, France.
10. Amossy, R (2010), *La Présentation de soi : ethos et identité verbale*, P.U.F, France.
11. Amossy, R (2013), *L'argumentation dans le discours*, Armand Colin, France.
12. Aristote (1991), *Rhétorique, Le livre de poche*, France.
13. Austin, J.L (1970), *Quand dire, c'est faire*, Seuil, France.
14. Bardin, L (1977), *L'Analyse du contenu*, P.U.F, France.
15. Barry, A.O (2002), *Pouvoir du discours & Discours du pouvoir. L'art oratoire chez Sékou Touré de 1958 à 1988*, L'Harmattan, France.
16. Braud, Ph (2014), *L'expression émotionnelle dans le discours politique*. Université science Po, France, Disponible sur <http://sites.uclouvain.be/rec/inex.php/rec/article/download/>. Consulté le 14-4-2017.
17. Benveniste, E (1966), *Problèmes de la linguistique générale, tome 1*, Gallimard, France.
18. Benveniste, E (1974), *Problèmes de la linguistique générale, tome 2*, Gallimard, France.
19. Caelen, J. (1999). *Eléments de linguistique et de pragmatique pour la compréhension automatique du langage, du signe au sens*, Fédération Imag, coll. "Clips". Grenoble, **en ligne sur**http://www-clips.image.fr/geod/user/jean.caelen/cours%2520accessibles_fichiers/linguistique.pdf consulté le 18-02-2017
20. Charaudeau, P (2005), *le discours politique. les masques du pouvoir*, Vuibert, France.
21. Charaudeau, P (2006), *le discours de manipulation entre persuasion et influence* Université de Paris 13 **en ligne sur**<http://www.patrick-charaudeau.com/IMG/pdf/discours-Manipulation-texte-lyon-pdf> consulté le 28-02-2017.
22. Charaudeau, P (2007), *de l'argumentation entre les visées d'influence de la situation de la*

La construction ethotique dans le discours macronien : vers un décryptage des procédés énonciatifs.

communication, in argumentation, manipulation, persuasion, L'Harmattan, France **en ligne sur**<http://www.patrick-charaudeau.com/De-l-argumentation-entre-les.les.html> consulté le 28-02-2017.

23. Charaudeau, P (2007), *Le discours politique ou le pouvoir du langage*, Centre D'Analyse du discours, Université de Paris 13), **en ligne sur**http://www.franccparler.org/dossiers/pj/charaudeau_ciep_2007.rtf consulté le 13 /02/2015.

24. Charaudeau, P (2008), « Pathos et discours politique », Rinn, Michael (éd.). *Émotions et discours. L'usage des passions dans la langue*, PUR, France, 49-58

25. Charaudeau, P (2009) , *Identité sociale et identité discursive. Un jeu de miroir fondateur de l'activité langagière* In *Identités sociales et discursives du sujet parlant*, L'Harmattan, France **En ligne sur** <http://www.patrick-charaudeau.com/identite-sociale-et-idenite,217.html>

26. Declercq, G (1992), *L'art d'argumenter. Structures rhétoriques et littéraires*, Editions Universitaires, France.

27. *Dictionnaire de la langue Française* (2012), le petite Larousse illustré, Larousse, France.

28. Gaillard-cherif .S (2016), *storytelling politique : le modèle Obama* , **en ligne sur**<http://huffpost.com/mg/entry /10565316> consulté le 20-04-2017.

29. Ghiglione, R (1986), *L'homme communicant*, Armand colin, France.

30. Goffman, E (1973), *La Mise en scène de la vie quotidienne 1. La présentation de soi*. Éditions de Minuit, France.

31. Kafetzi, E, *l'ethos dans l'argumentation : le cas du face à face Sarkozy /Royal 2007*, université de Lorraine, France (2013). **en ligne sur** <http://www.theses.fr/2013> consulté le 29-02-2017

32. Kerbrat-Orecchioni, C (1999), *l'énonciation 4^{ème} édition*, Armand Colin, France.

33. Kerbrat-Orecchioni, C (2002), *l'énonciation De la subjectivité dans le Langage*, Armand Colin, France.

34. Maingueneau, D (2005), *Analyser les textes de communication*, Armand Colin, France.

35. Maingueneau, D (2002), *L'ethos, de la rhétorique à l'analyse du discours, Version raccourcie et légèrement modifiée de "Problèmes d'ethos", Pratiques n° 113-114, pp.1-17 -en ligne sur* <http://dominique.maingueneau.pagesperso-organe.fr/pdf/Ethos.pdf> consulté le 18-02-2017.

36. Maingueneau, D (2005), *L'Analyse du discours et ses frontières .Marges linguistiques, n° 9, pp.64-75. En ligne sur*http://www.revue-texto.net/Parutions/Marges/00_ml092005.pdf consulté le 15-03-2017.

37. Roitman, M (2015), *L'ethos de crédibilité chez les candidats à la présidence : l'exemple du pronom je présidentiel dans le débat Hollande-Sarkozy 2012.en ligne sur* [http://www.researchgate.net/publication/300283398 L'ethos de crédibilité chez les candidats a la presidence l'exemple du pronom je presidentiel dans le debat Hollande Sarkozy 2012](http://www.researchgate.net/publication/300283398_L'ethos_de_credibilite_chez_les_candidats_a_la_presidence_l'exemple_du_pronom_je_presidentiel_dans_le_debat_Hollande_Sarkozy_2012) consulté le 29-03-2017

38. Van Dijk, T (2006), « Politique, Idéologie et Discours », Semen 21,**En ligne,**<http://semen.revues.org/document1970.html>. Consulté le 22 novembre 2018

Corpus

1. *Discours d'Emmanuel Macron à Albi, Le jeudi 4 mai 2017, en ligne sur*<https://en-marche.fr/articles/discours/emmanuel-macron-albi-discours>

*La construction ethotique dans le discours macronien : vers un
décryptage des procédés énonciatifs.*

2. *La République En Marche (2017), Discours du 1er mai d'Emmanuel Macron, 1 mai 2017, en ligne sur <https://en-marche.fr/articles/discours/discours-1er-mai-emmanuel-macron>*
3. *La République En Marche (2017), Discours d'Emmanuel Macron à Arras, 26 avril 2017 en ligne sur <https://en-marche.fr/articles/discours/meeting-arras-emmanuel-macron-discours>*