creative commons

COMMONS DEED

저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

MÉ MOIRE DE MASTER

L'analyse des éthos politiques d'E. Macron et de M. Le Pen : Le débat de l'entre-deux-tours de la présidentielle 2017

– autour du pronom personnel *je* –

2017년 프랑스 대선 결선 토론에서 나타난
마크롱과 르펜의 정치 에토스 분석

Août 2018

Université Nationale de Séoul
Master en linguistique française
Département de langue et littérature françaises

Yoohee YOON

L'analyse des éthos politiques d'E. Macron et de M. Le Pen : Le débat de l'entre-deux-tours de la présidentielle 2017

– autour du pronom personnel *je* –

Sous la direction de Madame Yun-Son CHOI

Soumis pour le Diplôme de Master ès-Lettres

Avril 2018

Université Nationale de Séoul
Master en linguistique française
Département de langue et littérature françaises

Yoohee YOON

Validation du mémoire de master rédigé par Yoohee YOON
Juin 2018

Président Chae-Seong CHANG (Cachet)

Vice-présidente Yun-Son CHOI (Cachet)

Examinateur Seong-Heon LEE (Cachet)

Résumé

Dans l'ancienne rhétorique, l'éthos a été défini comme « l'image de soi que projette l'orateur pour agir sur autrui ». Arrivé au XXème siècle, cette notion étant reprise dans le domaine de l'analyse du discours en France, l'éthos devient synonyme de « l'image que projette le locuteur dans le discours » et en constitue l'objet d'étude des discours politiques.

Notre travail a pour objectif d'analyser les éthos construits par E. Macron et M. Le Pen lors du débat de l'entre-deux-tours de la présidentielle 2017. En effet, lors de cette présidentielle, les candidats des partis politiques majeurs étant éliminés au premier tour, E. Macron et M. Le Pen, deux politiciens relativement peu familiers aux Français dans ce contexte sont arrivés au second tour de l'élection. Nous avons donc considéré que l'éthos construits par ces deux candidats auraient agi de manière considérable et avons décidé d'en faire l'analyse à travers le pronom personnel « je ».

Pour ce, nous nous sommes référés au travail de M. Roitman dans lequel ont été analysés les éthos de N. Sarkozy et de F. Hollande lors de la présidentielle de 2012, à travers le pronom personnel « je ». M. Roitman avait repris dans son travail la distinction entre les « je-dits » et les « je-montrés » déjà élaborée, pour procéder l'analyse. En ce qui concerne notre étude, nous avons conservé cette distinction pour aborder l'auto-attribution d'éthos des candidats et à cela, considérant le caractère agressif du débat de 2017, nous avons ajouté une nouvelle catégorie que nous avons appelée « je-autres », pour aborder l'allo-attribution d'éthos.

A travers notre analyse, nous avons pu constater dans un premier temps que les éthos les plus utilisés par les deux candidats se correspondent. Il s'agit des éthos de l'idéologue, de la volonté politique et de l'action et de la force. Ces éthos sont en effet, directement reliés aux projets politiques des candidats donc nous pouvons constater que les candidats, en utilisant ces éthos avec importance, démontre avant tout leur sérieux. D'autant plus, ces

éthos étant de même parmi les plus employés lors de la présidentielle de 2012, nous pouvons conclure que ces éthos permettent le plus de donner confiance aux électeurs.

En ce qui concerne M. Le Pen, à travers les « je-dits », elle a montré l'éthos de l'autorité adressé à son adversaire, l'éthos du rassemblement de nature nationaliste et l'éthos de l'indignation généralement due à la situation économique et à l'islamisme. M. Le Pen qui, contrairement à son père, avait modéré l'image du Front National, utilise en revanche ici les éthos la rapprochant à nouveau à J.-M. Le Pen tels que l'éthos du rassemblement lui permettant de mettre en relief les principaux thèmes du FN et l'éthos de l'indignation montrant le caractère propre aux leadeurs de l'extrême droite. M. Le Pen, lors de ce débat, satisfait l'audience de son parti par la fonction de confirmation en renforçant les idées fondatrices du FN. Cependant elle tente tout de même d'attirer d'autres électeurs ayant partiellement les mêmes projets que le FN, en matière de la sécurité ou de l'économie par exemple.

En ce qui concerne E. Macron, il s'empare des « je » de la réfutation pour se protéger des attaques que lui adresse M. Le Pen, de l'éthos de la sincérité-fidélité pour montrer son honnêteté en montrant sa différence avec les autres hommes politiques et de l' éthos de la volonté politique pour se détacher du gouvernement de F. Hollande. Ainsi, E. Macron vise les électeurs déçus par les hommes politiques, qui n'ont plus confiance en eux et qui, par conséquent n'ont pas encore fait leur choix, et ainsi montre une stratégie tournant autour de la fonction d'agrégation.

Pour terminer, les deux candidats font un usage dissemblable des « je-autres » pour s'allo-attribuer des éthos négatifs. M. Le Pen, en employant massivement ces « je-autres » montre la caractéristique d'un candidat en deuxième place et fait une mention directe de son adversaire pour lui attribuer des éthos. E. Macron, pour sa part, emploie peu ces « je-autres » et montre ainsi la caractéristique d'un candidat en tête.

Les deux candidats ont ainsi démontré chacun leurs éthos aux caractères différents. Or, les deux candidats qui se sont plutôt dédiés à

l'attaque de l'autre et à la défense de soi, n'ont pas réussi à répondre aux attentes des téléspectateurs de ce duel et donc, à se rendre attractifs, ce qui explique le nombre d'abstention historique du second tour.

Mots-clés : éthos, Emmanuel Macron, Marine Le Pen, débat de l'entre-deux-tours, présidentielle 2017
Numéro d'étudiant : 2015-22448

Table des matières

Introduction **1**

Chapitre 1 Le cadre théorique de l'analyse 9

1.1 La notion d'éthos 9

1.1.1 L'éthos de l'ancienne rhétorique à la linguistique 9

1.1.1.1 Évolution de la notion d'éthos dans la rhétorique 9

1.1.1.2 L'éthos dans les sciences du langage 10

1.1.1.3 La présentation de soi dans l'interaction 11

1.1.2 L'éthos en analyse du discours 12

1.1.2.1 L'éthos selon D. Maingueneau 13

1.1.2.2 L'éthos chez les politiques selon P. Charaudeau 15

1.1.2.3 L'éthos dans les débats de l'entre-deux-tours selon C. KerbratOrecchioni 20

1.2 L'étude d'éthos chez Roitman 24

1.2.1 Les catégories d'éthos 24

1.2.2 Adaptation des catégories au débat de 2017 28

1.2.2.1 Les catégories des je-dits 33

1.2.2.2 Les catégories des je-montrés 38

Chapitre 2 Analyse des éthos des candidats au Duel de 2017 41

2.1 La répartition des *je* des candidats 41

2.2 Analyse des *je-dits* 50

2.2.1 Analyse par éthos 50

2.2.2 Analyse par candidat 61

2.2.2.1 Le cas de M. Le Pen 62

2.2.2.2 Le cas d'E. Macron 77

2.3 Analyse des *je-autres* et des *je-montrés* 89

2.3.1 Le cas de M. Le Pen 89

2.3.2 Le cas d'E. Macron 94

2.3.2.1 Les je-autres 94

2.3.2.2 Les je-montrés 97

2.4 Synthèse de l'analyse 101

Conclusion 104

Bibliographie 110

Annexe : Répartition des *je* lors du débat de 2012 116

Résumé en coréen 118

Table des graphiques

Graphique 1 ..... **29**
Graphique 2 ..... **29**
Graphique 3 ..... **48**
Graphique 4 ..... **48**
Graphique 5 ..... **61**
Graphique 6 ..... **63**
Graphique 7 ..... **77**
Graphique 8 ..... **88**
Graphique 9 ..... **117**

Table des tableaux

Tableau 1 ..... **5**
Tableau 2 ..... **12**
Tableau 3 ..... **23**
Tableau 4 ..... **42**
Tableau 5 ..... **50**
Tableau 6 ..... **103**
Tableau 7 ..... **116**
Tableau 8 ..... **116**

Introduction

L'élection d'Emmanuel Macron en tant que Président de la République française a en elle plusieurs significations. Tout d'abord, elle montre la forte déception des Français envers les anciens politiciens, prouvée par l'échec des deux principaux partis, que sont le Parti Socialiste et les Républicains, à la présidentielle de 2017. Cette déception envers le PS est majoritairement due à la présidence de François Hollande, prédécesseur d'E. Macron, ayant atteint un chiffre record, et ce du côté négatif, dans les enquêtes de cote de confiance et ainsi devenu le premier Président de la Ve République renonçant à sa réélection. De plus, le vainqueur inattendu du primaire à gauche, Benoît Hamon, montre qu'une faible présence pendant la présidentielle par rapport aux autres candidats. De l'autre côté, le candidat musclé de la droite, François Fillon, est fortement atteint d'un scandale à seulement quelques mois du premier tour. Suite à cette déception, les Français ont voulu qu'il y ait changement dans la politique française. Ainsi, les candidats, qui, jusqu'aujourd'hui, étaient considérés comme minoritaires, tels les candidats de l'extrême, ont connu un succès sans précédent, Marine Le Pen du Front National arrivant au second tour de la Présidentielle et Jean-Luc Mélenchon de la France Insoumise arrivant en quatrième place au premier tour, avec seulement un petit écart dans le nombre de voix avec F. Fillon. La candidate du FN a bien profité du contexte international, dans

lequel de nombreux pays avec une influence signifiante comme les Etats-Unis, ont élu comme leadeur du pays un candidat de tendance extrémiste et, en même temps, une atmosphère instable, due à de nombreux attentats islamistes en France comme dans le monde, persiste. Quant à J.-L. Mélenchon, il commence à avoir une popularité considérable suite aux débats télévisés des principaux candidats à la présidentielle pendant lesquels il fait preuve de sa fidélité en se montrant convaincant et rassurant en ces temps de crise. Or, finalement, ce que les Français ont choisi est le renouvellement : E. Macron, le vainqueur final de cette élection était dès le début des élections considéré comme le favori, alors qu'il soit un homme récemment apparu sur la scène politique.

Considérant cette situation particulière qu'a récemment connue la France, cette étude a pour objectif d'analyser les images que les deux candidats arrivés au second tour de la présidentielle ont cherché à montrer aux Français lors du débat de l'entre-deux-tours, dans ce contexte où un grand nombre de changements ont eu lieu par rapport aux élections précédentes avec un grand nombre d'électeurs indécis. Le débat de l'entre-deux tours est d'une importance cruciale considérant l'attention des Français portée à cet événement et son rôle dans la prise de décision des électeurs et est ainsi qualifié d'« affrontements sans merci entre deux candidats animés par la même ambition, la plus haute qui soit dans une société démocratique telle que la nôtre : accéder à la magistrature suprême ; deux candidat mus

par le même désir d'en découdre et la même volonté de vaincre le rival en convaincant les téléspectateurs de voter pour eux »[1]. Comme nous venons de mentionner, suite au marasme des deux principaux partis de France, c'est la première élection où aucun des candidats de ces deux partis n'arrivent au second tour et ainsi arrivent E. Macron et M. Le Pen au second tour, deux politiciens qui sont peu familiers aux Français à apparaître à ce débat de l'entre-deux-tours. Pour ce qui est du Front National, J.–M. Le Pen, le prédécesseur de M. Le Pen avait parvenu à se qualifier au second tour lors de la présidentielle de 2002, or son adversaire J. Chirac avait refusé de débattre avec lui. Pour ce qui est du candidat de En Marche !, le nouveau parti qui vient d'être inauguré, il s'agit tout simplement de sa première élection. Pour ces deux candidats qui sont donc relativement inconnu dans ce genre de débat, cet événement est la dernière opportunité majeure pour laisser une bonne impression, une image crédible aux électeurs. De plus, il est important de noter que contrairement aux autres présidentielles, cette fois-ci, le vainqueur au deuxième tour était, dans une certaine mesure, déjà prévu : suivant les hypothèses élaborées, dans ce scénario avec E. Macron et M. Le Pen qualifiés au second tour, la victoire d'E. Macron était déjà considérée comme définitive. L'enjeu pour E. Macron repose sur le nombre de voix qu'il pourrait recueillir face à la candidate de l'extrême droite, pour pouvoir remporter une victoire écrasante. Les voix des partisans de F. Fillon arrivé en troisième place au premier tour avec 20,01%, avec seulement 1,3%

---

[1] C. Kerbrat-Orecchioni, *Les débats de l'entre-deux-tours des élections présidentielles françaises : constantes et évolution d'un genre*, Paris, L'Harmattan, 2017, p. 317

de différence avec M. Le Pen, sont l'objet de conquête commun aux deux candidats : E. Macron et F. Fillon ont dans la sphère économique un programme similaire penché vers le libéralisme et M. Le Pen pour sa part, « partage en partie la vision géopolitique »[2] du candidat de la droite. Ainsi, pour ce duel, comme pour tous les autres débats de l'entre-deux-tours, les deux candidats cherchent « l'auto-légitimation et la délégitimation de l'adversaire en tant que présidentiable »[3] en se construisant une certaine image pour pouvoir recueillir le plus de voix possible.

En analyse du discours il est question d'« éthos[4] », lorsqu'il s'agit d'étudier l'image que se donne le locuteur. Cette notion, dérivant des trois preuves de persuasion, le logos, l'éthos et le pathos, est reprise en analyse du discours pour désigner l'image de soi que le locuteur élabore dans son discours. Selon D. Maingueneau, le précurseur dans le domaine, « 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»[5]. P. Charaudeau, toujours sur cette même question d'éthos, plus précisément dans le discours politique, revendique qu'une certaine crédibilité et

---

[2] Le Pen affirme partager "en partie" la vision géopolitique de Fillon, Le Point, 06/01/2017, http://www.lepoint.fr/presidentielle/actualite/le-pen-affirme-partager-en-partie-la-vision-geopolitique-de-fillon-06-01-2017-2095121_3131.php

[3] *Ibid.*

[4] Il y a une divergence dans l'orthographie du terme « ethos/éthos » chez les linguistes français. Dans notre étude nous emploierons l'orthographie adaptée à la langue française contenant un accent, invariable au singulier et au pluriel.

[5] D. Maingueneau, *Le contexte de l'oeuvre littéraire : Enonciation, écrivain, société*, Paris, Dunod, 1993, p.138

identification sont nécessaires chez l'homme politique. « Crédible, parce qu'il n'est d'homme politique sans que l'on puisse croire en son pouvoir de faire ; support d'identification parce que, pour que l'on adhère à ses idées, il faut que l'on adhère à sa personne »[6]. Considérant toutes ces particularités du genre de notre support ainsi que ses protagonistes, nous avons trouvé intéressant de faire l'analyse des éthos des deux personnages, inaccoutumés à ce débat, qui doivent faire preuve de crédibilité en tant que présidentiable.

Pour analyser les éthos que construisent ces deux candidats, nous avons considéré le pronom personnel qui permet, avec évidence, le plus de parler de soi-même : le *je*. En effet, en examinant tous les pronoms personnels utilisés par les deux candidats, nous avons pu constater un emploi remarquable des *je* et des *vous* utilisés par les deux candidats comme l'indique le tableau qui suit, l'emploi des *je* dans l'ensemble étant particulièrement écrasant :

	Emmanuel Macron	**Marine Le Pen**
JE	404	201
TU	0	0
IL	134	130
ELLE	42	26
ON	134	102
NOUS	43	26
VOUS	252	332
ILS	64	61
ELLES	12	22

<Tableau 1> Emploi des pronoms personnels sujets des deux candidats

[6] P. Charaudeau, *Le discours politique: les masques du pouvoir*, Paris, Vuibert, 2005, p. 91

E. Benveniste, dans ces études sur les pronoms personnels, rattache la première et la deuxième personne ensemble tout en écartant la troisième personne qui est « non rapporté à une « personne » spécifique »[7] et donc « non-personnelle ». Selon lui, la caractéristique du *je* et du *tu* repose dans leur unicité spécifique et dans l'aspect inversible entre les deux. Le *je* correspond à la personne subjective et le *tu* (ou *vous*) « la personne subjective en face de la personne subjective que je représente »[8]. Dans ce contexte de débat où les candidats doivent s'auto-promouvoir, nous pouvons nous attendre à un emploi massif de la première personne et en même temps de la deuxième personne considérant la visée à deux versants du débat. Ainsi, notre tableau nous montre bien que les deux pronoms personnels les plus employés par les deux candidats sont le *je* et le *vous*[9]. Il est intéressant de noter qu'en ce qui concerne E. Macron, il a plus utilisé le *je*, alors que ce que préfère M. Le Pen est le *vous*, ce choix dans l'emploi des pronoms personnels reflétant bien la stratégie qu'a adoptée chacun des deux candidats comme nous verrons plus tard. Cependant, il est intéressant de noter la faible utilisation des *nous* et des *on* qui constituent souvent l'objet d'analyse dans les discours politiques pour sa particularité impliquant un *non-je* implicite en plus du *je*. De ce fait, nous pouvons considérer que dans ce débat, les deux candidats ont plus cherché à se légitimer ou délégitimer son

---

[7] E. Benveniste, *Problèmes de linguistique général*, I, Paris, Gallimard, 1966, p. 230
[8] E. Benveniste (1966), *Op. Cit*., p. 232
[9] Bien évidemment, dans ce genre de débat télévisé, il est quasi impossible d'adresser à son adversaire ou à qui que ce soit en employant le pronom personnel « tu ».

adversaire par la construction de son propre éthos ou celui de son adversaire que nous analyserons autour du pronom personnel *je*.

Pour ce travail, nous avons pris en considération l'article de Malin Roitman intitulé « L'éthos de crédibilité chez les candidats à la présidence : l'exemple du pronom *je* présidentiel dans le débat Hollande-Sarkozy 2012 »[10] dans lequel ont été examinés les éthos que les deux candidats au second tour de la présidentielle de 2012, F. Hollande et N. Sarkozy ont cherché à montrer pendant le débat de l'entre-deux-tours, suivant une certaine catégories d'éthos élaborées par l'auteur de l'étude. Dans notre travail, nous avons fait une réadaptation de ces catégories au contexte du débat de l'entre-deux-tours de la présidentielle de 2017 pour analyser les éthos construits par les deux débatteurs en question, M. Le Pen et E. Macron.

Ainsi, dans notre travail, nous verrons dans un premier temps l'évolution de la notion d'éthos dans le temps, de la rhétorique à la linguistique, ainsi que les études de l'éthos réalisées dans l'analyse du discours, plus précisément dans les discours politiques. Nous aborderons de même en détail l'étude de M. Roitman à laquelle nous faisons référence pour ce travail. Dans un second temps, nous aborderons l'analyse des éthos

---

[10] M. Roitman, « L'ethos de crédibilité chez les candidats à la présidence : l'exemple du pronom *je* présidentiel dans le débat Hollande-Sarkozy 2012 », Engwall, Gunnel & Fant, Lars (eds.) *Festival Romanistica. Contribuciones lingüísticas – Contributions linguistiques – Contributi linguistici – Contribuições linguísticas*. Stockholm Studies in Romance Languages. Stockholm: Stockholm University Press. 2015, pp. 291–316

construits par les deux candidats : l’analyse sera effectuée d’abord par éthos et ensuite par candidats tout en abordant les caractéristiques de chacun comparés entre eux.

Chapitre 1 Le cadre théorique de l'analyse

1.1 La notion d'éthos

1.1.1 L'éthos de l'ancienne rhétorique à la linguistique

1.1.1.1 Évolution de la notion d'éthos dans la rhétorique

En grec, le terme éthos ἦθος désigne le caractère, la manière d'être, les habitudes d'une personne, donc les qualités chez un homme d'ordre moral. Aristote dans la *Rhétorique* rattache l'éthos au logos λόγος, signifiant la parole, le discours mais aussi la raison, et au pathos πάθος, signifiant la passion et l'affect, en tant que preuves techniques de la persuasion dans le discours. Selon lui, la qualité la plus importante est l'éthos dont il est question dans ce travail. Dans la *Rhétorique* d'Aristote cet éthos est synonyme à « l'image de soi que projette l'orateur désireux d'agir par sa parole »[11]. L'éthos en tant que moyen de preuve dans le discours est fondé sur trois aspects : le bon sens φρόνησῖς (phronesis), la vertu Ἀρετή (areté) et la bienveillance εὔνοιᾰ (eunoia). Cependant l'éthos n'est pas uniquement constitué de qualités morales, ces qualités peuvent aussi être intellectuelles

[11] R. Amossy, *L'Argumentation dans le discours. Discours politique, littérature d'idées, fiction*, Paris, Nathan, 2000, p. 61

et permettent à l'orateur d'inspirer confiance. Pourtant ces qualités n'émanent pas du caractère psychologique réel de la personne de l'orateur : cet éthos est construit et est donc procédural.

Cependant, la notion d'éthos développée par Aristote n'est pas pleinement acceptée par ses contemporains. En effet, il existe une certaine divergence entre la notion d'éthos d'Aristote et celle d'Isocrate : ce dernier voit l'éthos comme une image préalable au discours, une image reliée à sa réputation et à l'époque, c'est cette idée d'Isocrate qui est plus acceptée que celle d'Aristote. Ainsi, dans la rhétorique classique, il est question de « mœurs oratoires » qui mettent plus l'accent sur les comportements de la personne de l'orateur dans sa vraie vie et l'autorité de l'orateur se fonde par son statut social ainsi que sa moralité.

1.1.1.2 L'éthos dans les sciences du langage

Or, arrivé dans les sciences du langage contemporaines, les linguistes reprennent la notion d'Aristote[12] et reviennent sur l'idée de l'identité construite dans le discours. E. Benveniste qui travaille sur l'énonciation, à travers laquelle la subjectivité du sujet parlant se manifeste, considère la relation entre le locuteur et l'allocutaire qui relève d'une dépendance mutuelle. Dans ce cadre, les « procédés linguistiques », par lesquels le locuteur montre sa présence dans l'énoncé, permettent d'aborder

[12] Cependant, il est important de noter que l'éthos dans ce domaine n'est plus perçu comme un moyen de preuve.

l'image de soi dans le discours. C. Kerbrat-Orecchioni qui continue sur cette voie, élabore l'idée selon laquelle dans l'interlocution, chacun des interlocuteurs se font l'image d'eux-mêmes, de l'autre et qu'ils imaginent l'image que l'autre fait d'eux-mêmes. Il est important de noter que chez ces linguistes, le terme « éthos » n'était pas utilisé, seule la notion étant développée. En revanche, O. Ducrot, en pragmatique sémantique, reprend le terme d'éthos dans son élaboration de la théorie polyphonique en faisant référence à Aristote. Dans sa théorie qui rejette l'idée de l'unicité du sujet parlant, O. Ducrot relie l'éthos au locuteur en tant que tel (L) qui est un être fictif dans le discours, différent de l'énonciateur (E), le sujet empirique de l'énonciation.

1.1.1.3 La présentation de soi dans l'interaction

Dans les perspectives interactionnelles, le travail sur l'éthos se développe dans les études sur les interactions sociales, principalement de E. Goffman, suivant la dénomination de « représentation ». Selon lui, les acteurs dans une conversation se font volontairement ou non une impression d'eux-mêmes qui permet d'influencer le destinataire. La représentation serait donc « la totalité de l'activité d'une personne donnée, dans une occasion donnée, pour influencer d'une certaine façon un des autres participants »[13] et elle se fait par les routines et les rôles sociaux. Le travail

[13] E. Goffman, *La mise en scène de la vie quotidienne 1. La présentation de soi*, Paris,

sur la notion d'éthos chez lui est complété par la notion de « face » qui correspond à l'ensemble des images positives que le locuteur tente élaborer de lui dans l'interaction.

Nous pouvons résumer comme suit les grandes lignes de l'évolution de la notion d'éthos dans le tableau suivant :

Ancienne rhétorique	Image de soi que projette l'orateur à travers leur façon de s'exprimer afin d'influencer son auditoire (Aristote)	
Sciences du langage	Linguistique de l'énonciation	Identité produite dans le discours par la subjectivité (E. Benveniste, C. Kerbrat-Orecchioni, etc.)
	Pragmatique	Être fictif du discours qui correspond au locuteur en tant que tel (L) dans la théorie polyphonique, qui se distingue du sujet empirique du discours. (O. Ducrot)
Interactions sociologiques	Représentation de soi dans l'interaction permettant d'influencer le destinataire (E. Goffman)	

<Tableau 2> Évolution de la notion d'éthos

1.1.2 L'éthos en analyse du discours

De nombreux linguistes de discours ont contribué au développement de la notion d'éthos en tant que construction d'une image de soi dans le discours, D. Maingueneau étant le plus souvent cité pour son

---

Minuit, 1973 cité dans R. Amossy (2000), p.67

initiation des études sur l'éthos dans le domaine de l'analyse du discours avec R. Amossy, pour son travail de l'éclaircissement de l'évolution de cette notion dans le temps. Dans cette partie nous nous contenterons d'évoquer les travaux de D. Maigueneau, le précurseur dans ce domaine précis, de P. Charaudeau qui a élaboré les catégories d'éthos nécessaires chez un homme politique et de C. Kerbrat-Orecchioni qui a abordé de nouveau ce thème dans le contexte précis du débat de l'entre-deux-tours des élections présidentielles en France.

1.1.2.1 L'éthos selon D. Maingueneau

Selon D. Maingueneau, « dès qu'il y a énonciation quelque chose de l'ordre de l'ethos se trouve libéré »[14]. Ainsi il attribue une fonction importante à l'éthos dans le cadre de l'analyse du discours.

D. Maingueneau, pour élaborer sa conception de l'éthos en analyse du discours, reste dans la filiation d'Aristote et de R. Barthes qui définit l'éthos comme suit :

> « Les traits de caractère que l'orateur doit montrer à l'auditoire (peu importe sa sincérité) pour faire bonne impression. (…) L'orateur énonce une information et en même temps il dit : je suis ceci, je ne suis pas cela.

[14] D. Maingueneau, « L'ethos, de la rhétorique à l'analyse du disours », 2012, http://dominique.maingueneau.pagesperso-orange.fr/intro_company.html, p. 18

»[15]

Cependant, il a une conception propre à lui qui renvoie à la notion de « garant » et de la « scène d'énonciation ».

Chez D. Maingueneau, l'éthos est question d'une instance subjective, donc une personnalité dans le discours, conçue plutôt comme une « voix » ou plutôt un « ton » qui se fait entendre dans l'énoncé tout comme à l'écrit comme en oral. Ce ton est soutenu par un « garant » qui est un « être fictif construit par le co-énonciateur à partir des traits sémantiques du ton et éventuellement d'autres indices, statuaires, donnés par le texte »[16]. Ce garant a un « caractère », des traits psychologiques culturellement déterminés et une « corporalité » qui est une représentation de son corps qui se manifeste par sa manière de s'habiller ainsi que par sa complexion physique. Le destinataire du discours par lequel se manifeste l'éthos se voit être incorporé de cet éthos par la lecture, entrant ainsi dans le « monde éthique » qu'est un stéréotype culturel.

Dans cette perception d'éthos, un point de divergence avec la notion classique d'Aristote surgit : contrairement à Aristote qui considère l'éthos comme un moyen de persuasion, D. Maingueneau relie l'éthos à la « scène d'énonciation », permettant de situer le destinataire à sa place dans cette

---

[15] R. Barthes, « L'ancienne rhétorique » [Aide-mémoire], *Communications*, 16, 1970, p. 315

[16] D. Maingueneau, *L'Analyse du discours : introduction aux lectures de l'archive*, Paris, Hachette, 1991, p.184

scène que comprend le discours en question et qui permet d'accorder une certaine légitimité à ce discours. Cette scène d'énonciation est composée de trois scènes : la « scène englobante » correspond au type de texte dans lequel il s'intègre, la « scène générique » correspond au genre ou au sous-genre du discours et la scénographie qui n'est pas déterminée d'avance comme les deux premières mais construite par le texte même.

Cependant, il admet tout de même la nécessité de considérer l'éthos prédiscursif qui constitue, en interaction avec l'éthos discursif dont il est question chez Aristote, l'éthos effectif qu'est le résultat final. Dans l'éthos discursif, il distingue l'*éthos montré*, c'est-à-dire l'image manifestée de la manière dont le locuteur s'exprime et l'*éthos dit* manifesté dans le contenu du discours.

1.1.2.2 L'éthos chez les politiques selon P. Charaudeau

P. Charaudeau pour sa part, voit l'éthos comme une stratégie du discours politique. En théorie, il suit les idées d'Aristote et de R. Barthes selon qui l'éthos n'est pas relié aux qualités de la personne réelle de l'orateur. Cependant P. Charaudeau voit la nécessité de considérer l'éthos préconstruit, qui est l'idée de la filiation d'Isocrate et des rhétoriciens de l'époque, car il agit en tant que données préexistantes au discours sur le locuteur, avec l'éthos que ce dernier construit dans l'énonciation, pour traiter l'éthos dans son intégralité. Ainsi, P. Charaudeau affirme que

l'identité du sujet parlant se constitue de deux composantes, l'une étant son identité sociale et l'autre une identité discursive. L'éthos du sujet parlant est donc le résultat de la fusion de ces deux identités.

Ensuite, suivant la notion élaborée par D. Maingueneau sur l'éthos incarné par le « garant » par son « caractère » et sa « corporalité », P. Charaudeau relie l'éthos à la représentation sociale qui est indispensable dans la perception de l'éthos car « la vision qu'une société a du corps dépend des imaginaires collectifs qu'elle se construit »[17]. De même il affirme, tout comme D. Maingueneau, qu'il ne faut pas dissocier l'éthos des idées car « les idées (du locuteur) sont construites par des manières de dire qui passent par des manières d'êtres »[18] et réciproquement. Ainsi chez un homme politique, il importe de paraître crédible et être identifié pour faire valoir ses idées car il existe bien des cas où un politicien qui a des projets pertinents ne réussisse pas à convaincre les électeurs pour son manque de charisme.

De cette idée, Charaudeau élabore deux grandes catégories d'éthos dans les discours politiques, la première étant l'éthos de crédibilité, construit par la raison et le statut sociale, et la deuxième, l'éthos d'identification qui, pour sa part, repose sur le discours de l'affect.

Les hommes politiques cherchant à gagner de la crédibilité doivent

---

[17] P. Charaudeau (2005), *Op. Cit.,* p. 90

[18] D. Maingueneau, lors d'une conférence tenue au Gram, le 23 novembre 2001, cité dans Charaudeau (2005)

satisfaire trois conditions qui sont les conditions de sincérité ou de transparence qui montrent que ce qu'ils disent correspondent bien à ce qu'ils pensent, les conditions de performance qui montre leur capacité à réaliser ce qu'ils promettent et les conditions d'efficacité qui sont montrées par l'effet apporté par ses actions accomplies. Et pour ce, les acteurs politiques tentent de construire les éthos de sérieux, de vertu et de compétence.

Les valeurs de l'éthos de sérieux dépendent du point de vue du groupe social auquel appartient le locuteur. En général, il s'agit du caractère droit, loin d'être léger, sachant vivre avec décence et garder le sang-froid. Tous ces caractères peuvent être représentés par des indices corporels, mimiques, comportementaux et surtout verbaux. Cependant il faut s'en méfier à ne pas paraître hautain, froid ou austère et l'homme politique doit élaborer cette image avec un peu de sympathie.

Ensuite, en ce qui concerne l'éthos de vertu, il se construit à travers le temps, par la fidélité, l'honnêteté personnelle et le respect envers les citoyens dont le locuteur fait preuve. La fidélité de l'homme politique qui cherche à construire cet éthos vient de son engagement politique, s'il maintient ou non la même lignée et pensée politique et l'honnêteté qu'il doit montrer vient de sa droiture, sa sincérité et de sa loyauté dans la vie publique comme dans la vie privée. Ainsi, avec cet éthos, l'homme politique peut répondre à l'attente fantasmatique des citoyens qui attendent d'être représentés, en politique, par un homme ou une femme exemplaire. Cependant cet éthos est souvent soumis aux soupçons qui se méfient d'une

image créée artificiellement par les conseillers politiques ou autres pour apporter une image positive satisfaisant l'attente des citoyens.

Pour terminer, l'éthos de compétence est acquis par le savoir et le savoir-faire de l'homme politiques tels sa connaissance approfondie dans un domaine spécifique et ses expériences en politique faisant preuve de son aptitude en tant que politicien. Cet éthos est cependant difficile à être élaboré chez un jeune politicien qui manque d'expérience et qui, en général, n'a pas encore de résultat à déployer.

Outre ces trois éthos indispensables pour la construction de l'éthos de crédibilité, P. Charaudeau met l'importance sur le discours de justification qui permet aux hommes politiques de garder la crédibilité souvent mise en doute. Ainsi, ce type de discours permet de se protéger des critiques, dans la plupart des cas venant de ses adversaires, mettant en doute l'image crédible construit pas l'homme politique. Ce discours de justification peut reposer sur trois stratégies distinctes. La stratégie de récusation consiste à nier l'accusation même, ce qui revient à montrer que le politicien accusé n'a en réalité rien à justifier. La justification par une raison supérieure, la raison d'État par exemple, permet à l'accusé de se cacher derrière l'État en montrant qu'il n'avait pas autre choix pour le profit de tous. La stratégie de la non-intentionnalité vise pour sa part à renforcer la non-intentionnalité de l'acte pour lequel le politicien en question est accusé. Cependant ces discours de justification n'agissent pas toujours de manière positive.

En ce qui concerne les éthos d'identification, il est difficile d'élaborer une liste de ces catégories pour son grand nombre et le caractère polyvalent des images. Malgré cela, P. Charaudeau dresse une liste des éthos d'identification que nous pouvons souvent trouver chez un homme politique.

L'éthos de puissance est représenté par l'énergie physique surtout par la virilité sexuelle. J.-M. Le Pen étant l'exemple par excellence, cet éthos peut se manifester par l'engagement du corps tout comme par la violence verbale. Dans un mode plus tempéré, cet éthos permet de montrer la détermination du politicien.

L'éthos de caractère, contrairement au précédent qui est plutôt d'ordre physique, concerne la force de l'esprit et montre que le locuteur faisant preuve de cet éthos « a du caractère » et du poids. Cet éthos peut se manifester par la vitupération, la provocation, la polémique, l'avertissement, la force tranquille, le contrôle de soi, le courage, l'orgueil, la fierté, la modération, etc.

Les valeurs de l'éthos d'intelligence dépendent de même de l'imaginaire sociale. En France, par exemple, l'image de l'homme honnête et cultivé et l'esprit de ruse[19] permettent de construire cet éthos.

L'éthos d'humanité est en rapport avec le caractère humain, dans son sens littéral, que montre l'homme politique. Il peut s'agir de l'expression de son sentiment, surtout de la compassion, l'aveu de ses

[19] L'esprit de ruse dont il s'agit ici n'est point de caractère perfide mais plutôt adroit permettant de surmonter les problèmes délicats dans le monde politique.

faiblesses, la manifestation de son goût personnel en matière de la littérature, de l'art, de la cuisine, etc. et l'exposition de son aspect intime.

L'éthos de chef, qui est encore divisé en trois figures, celle du guide, du souverain et du commandeur, est construit, en général, par la manifestation du leadeurship, du charisme, de sa légitimité, de son autorité, etc. avec une variation de degré et de caractères secondaires suivant la figure y qui correspond.

Finalement, l'éthos de solidarité est construit par l'appartenance de l'homme politique à un groupe, par le fait qu'il partage et soutient les mêmes idées que les membres, même dans les situations les plus difficiles et les écoute.

1.1.2.3 L'éthos dans les débats de l'entre-deux-tours selon C. Kerbrat-Orecchioni

C. Kerbrat-Orecchioni, qui avait abordé la notion d'éthos par la subjectivité du sujet parlant dans l'énonciation, reprend aussi l'éthos chez les politiques, dans le contexte des débats de l'entre-deux-tours des élections présidentielles françaises. Il ne s'agit pas ici, de l'élaboration d'une liste des différents éthos que peuvent manifester les candidats participant au débat mais d'une présentation d'un cadre de l'analyse de l'éthos dans l'interaction.

C. Kerbrat-Orecchioni suit, comme la plupart des linguistes de l'analyse du discours, la définition donnée par Aristote et reprise par R.

Barthes. Selon elle, la notion d'éthos est « éminemment pertinente dans le cadre de nos débats dont l'enjeux majeur pour les candidats est bien de « faire bonne impression », et plus précisément de « faire présidentiable » : il s'agit de montrer qu'on est, mieux que l'adversaire, apte à incarner la fonction présidentielle »[20].

En abordant l'éthos dans l'interaction, C. Kerbrat-Orecchioni voit la notion d'éthos comme un phénomène sémiotique composé d'« éthèmes » que sont des signifiants et des signifiés « éthotiques » tout en admettant qu'il ne s'agit pas d'une relation biunivoque. Elle affirme aussi que l'éthos peut se manifester de manière linguistique, c'est-à-dire par les marqueurs, ou de manière non-linguistique comme par exemple par les marqueurs vocaux, prosodiques, visuels, etc. Elle garde tout de même la distinction entre l'éthos dit et montré que nous avons vu précédemment chez D. Maingueneau et la distinction entre l'éthos discursif et prédiscursif en affirmant que ce dernier influence bien l'éthos qui se construit dans le discours. En plus de ces distinctions, C. Kerbrat-Orecchioni aborde la distinction entre *l'auto-attribution* et *l'allo-attribution* d'éthos, une distinction qui servira de cadre dans son analyse d'éthos des candidats aux débats des élections présidentielles en France avec le phénomène de la double attribution d'éthos et de sa négociation.

En effet, dans le cadre interactionnel, « il va s'agir surtout de voir comment les locuteurs s'emploient à construire simultanément une image

[20] C. Kerbrat-Orecchioni (2017), *Op. Cit.*, p. 262

d'eux-mêmes (généralement valorisante dans un tel contexte) et de leur partenaire d'interaction (généralement dévalorisante), et comment les éthos mutuels peuvent être l'objet d'une négociation entre les co-débatteurs »[21]. Ainsi l'éthos auto-attribué correspond à l'image que le locuteur se construit lui-même, qui peut être volontaire, c'est-à-dire visée par celui-ci ou involontaire, c'est-à-dire projeté malgré soi, pouvant dans ce cas être constitué de caractères négatifs. Quant à l'éthos allo-attribué, il s'agit de l'image qu'un débatteur attribue à son adversaire et dans ce cas, ce sont plutôt les caractères négatifs qui le constituent[22]. Il est possible de parler de la réussite ou l'échec de la performance consistant à attribuer un éthos à un autrui.

La double attribution pour sa part consiste à s'auto-valoriser en disqualifiant son adversaire sur une même qualité. C. Kerbrat-Orecchioni, en élaborant ce point constate que ce phénomène est omniprésent dans le corpus du débat, or ce que nous appelons « double attribution » se fait de manière explicite comparée à l'allo-attribution positive qui sous entends « contrairement à lui », et l'allo-attribution sous-entendant « contrairement à moi ». Quant à la négociation d'éthos dans un débat, elle est, dans la plupart du temps, déclenchée par réfutation. Le débatteur à qui un éthos est allo-attribué peut réfuter cet éthos ou le renvoyer à son adversaire, ou le débatteur qui s'auto-attribue un éthos peut voir cet éthos réfuté par son

---

[21] C. Kerbrat-Orecchioni (2017), *Op. Cit.*, p. 258

[22] C. Kerbrat-Orecchioni note cependant qu'il y a ici un point de divergence avec la notion d'éthos d'Aristote chez qui l'éthos est uniquement composé de vertus.

adversaire ou s'auto-attribué par ce dernier. Les thèmes sur lesquels cette double négation et la négociation d'éthos ont lieu au cours des débats aux débats de l'entre-deux-tours des élections présidentielles sont la compétence et l'incompétence, la non complaisance et la complaisance, la constance et l'inconstance et pour finir le rassemblement et la division.

Nous pouvons résumer comme suit les principaux points des études d'éthos en analyse du discours auxquels nous faisons références pour ce travail.

D. Maingueneau	- Éthos perçu comme "Ton" ou "voix" soutenu par un "garant" ayant un "caractère" et une "corporalité" - Relié à la scène d'énonciation permettant de rendre le discours légitime - Distinction entre *éthos dit* et *éthos montré*
P. Charaudeau	Éthos de crédibilité et éthos d'identification dans le discours politique **Éthos de crédibilité:** - éthos de sérieux, - éthos de vertu, - éthos de compétence **Éthos d'identification:** - éthos de puissance, - éthos de caractère, - éthos d'intelligence, - éthos d'humanité, - éthos de chef, - éthos de solidarité
C. Kerbrat-Orecchioni	Distinction entre *auto-attribution d'éthos* et *allo-attribution d'éthos* dans les débats de l'entre-deux-tours

<Tableau 3> Éthos en analyse du discours

1.2 L' étude d'éthos chez Roitman

1.2.1 Les catégories d'éthos

Malin Roitman[23] fait une analyse sur l'éthos de crédibilité de N. Sarkozy et de F. Hollande lors du débat de l'entre-deux-tours de la présidentielle de 2012 dans son article intitulé « L'ethos de crédibilité chez les candidats à la présidence : l'exemple du pronom *je* présidentiel dans le débat Hollande-Sarkozy ». Cette étude qui vise à étudier la construction de l'éthos de crédibilité dans l'interaction ainsi que l'utilisation de la négation comme outil de contre-argumentation dans un contexte de débat électoral a la particularité de se focaliser sur le pronom personnel *je*.

Pour ce travail, Roitman s'est inspirée des études, dans la plupart du temps, réalisées avec une méthode lexicographique telles que Fiala et Leblanc (2004)[24] sur les discours présidentiels, Marchand et Dupuy (2009, 2011, 2012)[25] sur les débats de l'entre-deux-tours, etc. qui ne sont

---

[23] Professeur associée à l'Université de Stockholm au département d'études romaines et classiques

[24] P. Fiala & J.-M. Leblanc, « Autour de JE présidentiel », Louvain-La-Neuve : JADT, 2004. http://lexicometrica.univ-Paris3.fr/jadt/ jadt2004/pdf/JADT_068.pdf

[25] P. Marchand & P.-O. Dupuy, « Débat de l'entre-deux tours 2007 : la conquête de l'espace lexical », *Mots : les langages du politique. 89* (2007 : débats pour l'Elysée), 2009, pp. 105–117.

P. Marchand & P.-O. Dupuy, « Confrontation et position- nement dans les duels de l'entre-deux tours : une approche lexicométrique »,

316 Festival Romanistica *In :* Marcel Burger, Jérôme Jacquin & Raphaël Micheli (dir.). *La parole politique en confrontation dans les médias*. Bruxelles : De Boeck, 2011, pp. 129–

cependant pas centrées que sur le *je* mais sur les pronoms personnels en général.

Le pronom personnel *je* n'était jusqu'aujourd'hui jamais mis au centre de l'analyse d'éthos dans un tel contexte de débat à la présidentielle, or, ce pronom personnel étant le plus rattaché à la personne du locuteur, il est tout naturel de s'intéresser aux *je* qu'utilisent les candidats pour leur présentation. Surtout il s'agit ici, du débat de l'entre-deux-tours, le débat par lequel les Français vont devoir faire un choix primordial pour les cinq prochaines années à venir. M. Roitman affirme comme suit cette importance du débat du deuxième tour ainsi que le rôle fondamental du *je* dans ce contexte :

> « Dans les élections présidentielles, il est évidemment question de choisir une seule personne et en arrivant au deuxième tour des élections, on a l'impression que les médias ne focalisent plus tellement sur les partis politiques mais sur les deux candidats qui restent ; il s'agit d'élire le chef de l'État, la fonction avec le plus de pouvoir officiel et le plus grand prestige dans la République française. »[26]

Ainsi, selon elle, ce pronom personnel serait le meilleur outil pour exprimer

---

147
P. Marchand & P.-O. Dupuy, « Le débat d'entre les deux tours (2 mai 2012) », 2012, http://pascalmarchand.fr/ spip.php?article55

[26] M. Roitman (2015), *Op. Cit.*, p. 292

l'image que les candidats veulent se donner dans une telle circonstance. De plus comme affirme R. Amossy sur l'investigation des discours en *je,* celle-ci « permet de voir comment l'identité se construit dans l'échange verbal, comment elle [l'identité] se négocie par rapport à l'autre, en quoi elle est liée à des questions d'efficacité discursive »[27].

Pour ce travail d'analyse d'éthos par le pronom personnel *je*, M. Roitman prête attention à la double nature de ce pronom *je* déjà étudié chez plusieurs linguistes de renom tels que R. Barthes (1970), O. Ducrot (1984), D. Maingueneau (2002), etc. D'un côté, le locuteur employant ce pronom personnel peut se porter comme sujet et thème de son discours, ce *je* fait alors partie du discours. De l'autre côté, le locuteur étant représenté par son attitude en tant que locuteur, c'est-à-dire le mot qu'il choisit, son intonation, etc., le locuteur s'exprime par l'énonciation et non par l'énoncé. Selon les termes de Ducrot, le premier cas correspondrait au locuteur être du discours et le deuxième cas au sujet parlant, c'est-à-dire l'être empirique[28]. Dans ce travail, la dénomination qu'est aussi utilisée chez D. Maingueneau est gardée. Ainsi, le *je* qui correspond au thème du discours est appelé *je-dit* et le *je* qui remplit la fonction métalinguistique en commentant son propre discours ainsi que celui de l'autre et donc qui relève de l'acte de l'énonciation est appelé *je-montré*.

---

[27] R. Amossy, *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*, Paris, Presses universitaires de France, 2010, p. 20

[28] O. Ducrot, *Le dire et le dit*, Les éditions de minuit, 1984, p.199

La définition de chacun des *je* de nature différente que donne M. Roitman pour son analyse de l'éthos présidentiel est la suivante :

> « Les je-dits représentent les deux protagonistes et forment, au niveau de l'énoncé, avec leurs verbes les thèmes du discours. Ainsi, on peut les contredire, être d'accord, etc. Les je-montrés relèvent de l'énonciation – dans le sens de Ducrot – et explicitent le sujet parlant physique derrière le discours. »[29]

Les *je-dits* et les *je-montrés* sont encore divisés en plusieurs catégories distinctes, les catégories des *je-dits* étant beaucoup plus nombreuses comme ils constituent le thème du discours et le caractère des débatteurs apparaissant dans le discours. Ainsi les catégories élaborées par M. Roitman pour chacun des *je* sont les suivantes :

Je-dits
Je et l'éthos du rassemblement
Je et l'éthos du leadeur respectueux et humble
Je et l'éthos de la sincérité-fidélité
Je et l'éthos la politesse
Je et l'éthos l'autorité
Je et l'éthos de l'engagement émotionnel
Je et l'éthos de la volonté politique

[29] M. Roitman (2015), *Op. Cit.*, p. 297

Je et l'éthos de l'idéologue
Je et l'éthos de l'action et de la force
Je et l'éthos de la responsabilité
Je et l'éthos de l'indignation

Je-montrés

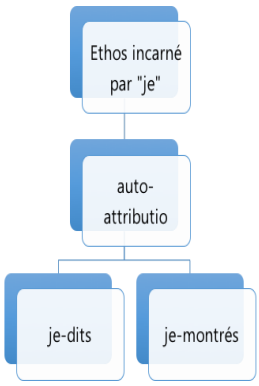
Maitrise du discours
Positionnement du pouvoir

De ce cadre théorique qu'installe M. Roitman pour l'analyse de l'éthos présidentiel de N. Sarkozy et de F. Hollande lors du débat de l'entre-deux-tours, nous allons apporter quelques changements pour la réadaptation au contexte du débat de 2017 et pour combler le défaut des catégories ne permettant pas de couvrir tous les *je* prononcés pendant le débat.

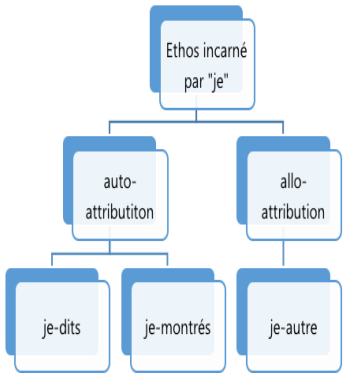
1.2.2 Adaptation des catégories au débat de 2017

Pour analyser l'éthos des candidats à la présidentielle de 2017 dans notre étude, nous avons gardé la distinction entre *je-montré* et *je-dit* et nous avons repris leurs catégories qui sont élaborées en considérant la spécificité du contexte du débat de l'entre-deux-tours et les qualités que les candidats font les plus valoir dans ce contexte où ils cherchent à donner crédibilité aux électeurs qui vont devoir faire une décision fondamentale. Cependant, il était indispensable d'apporter quelques modifications dans le travail de classement de M. Roitman pour plusieurs raisons.

La plus grande différence apportée par rapport au travail de M. Roitman est l'apparition d'une nouvelle distinction qui regroupe les *je* qui ne sont ni dits, ni montrés. En effet, les *je-dits* et les *je-montrés* permettent au locuteur de construire son éthos soit par les thèmes du discours qu'il aborde, soit par l'énonciation même du discours. Ces *je* permettent l'auto-attribution d'éthos, c'est-à-dire la construction de son propre image. Or en procédant le travail de classification des *je* employés par E. Macron et M. Le Pen, nous avons repéré des *je* qui permettent de construire l'éthos de l'allocutaire, et non celui du locuteur, ce qui correspondent donc à l'allo-attribution d'éthos. Nous avons donc dénominé la catégorie de ces *je* permettant l'allo-attribution d'éthos *je-autres* considérant sa particularité, difficile à retrouver dans la nature du pronom personnel *je*, qui, en principe, est un outil pour se désigner, donc pour parler de soi-même. Ainsi nous pouvons présenter comme suit le cadre général de notre étude :



<Graphique 1>
Répartition des éthos incarnés par « je » dans Roitman



<Graphique 2>
Répartition des éthos incarnés par « je » dans notre analyse

Ensuite, nous avons apporté quelques changements dans les catégories des *je-dits* pour l'analyse de 2017 pour plusieurs raisons. Premièrement, le contexte de la présidentielle de 2012 et ce de 2017 ne peuvent pas être les mêmes car les thèmes abordés avec importance peuvent varier en fonction du contexte. Deuxièmement, en analysant chacun des *je-dits* utilisés par M. Le Pen et E. Macron, nous avons pu repérer de nombreux *je* qui ne sont classables dans aucune des catégories des *je-dits.*

Ainsi, dans notre travail, une nouvelle distinction pour les *je* qui ne sont ni montrés ni dits que nous avons nommé *je-autres* a été ajouté et les catégories des *je-dits* ont été retravaillées pour le changement du contexte, certaines étant rajoutées, d'autres supprimées.

Les nouvelles catégories des *je-dits* adaptées à la présidentielle de 2017 sont les suivantes :

Je-dits
Je et l'éthos du rassemblement
Je et l'éthos du leadeur respectueux et humble
Je et l'éthos de la sincérité-fidélité
~~Je et l'éthos de la politesse~~ (supprimée pour son inutilité dans ce contexte)
Je et l'éthos l'autorité

Je et l'éthos de l'engagement émotionnel

Je et l'éthos de la volonté politique

Je et l'éthos de l'idéologue

Je et l'éthos de l'action et de la force

Je et l'éthos de la responsabilité

Je et l'éthos de l'indignation

Je et l'éthos de la réfutation (rajoutée par nécéssité)

Je résiduels (rajoutée par nécéssité)

Une catégorie a été supprimée dans notre analyse, il s'agit de la catégorie de *je et l'éthos de la politesse*, considérant le caractère tendu, violent, voire agressif du débat de 2017, que témoigne Nathalie Saint-Cricq[30], journaliste de France 2 chargée du rôle d'animateur pour ce débat, un commentaire commun que donne le média sur ce débat[31]. D'autant plus, faire preuve de la politesse est une affaire délicate dans les débats politiques : « les débatteurs doivent frapper le plus fort possible pour triompher de leur adversaire sur le plateau de la télévision, en attendant de le faire dans les urnes ; mais ils doivent aussi veiller à la « dignité du débat », faire preuve de fair play et multiplier les marques de respect envers un partenaire

---

[30] « On a l'impression que pendant 2h30, ça n'a pas arrêté, avec un degré de violence qui a été extrêmement palpable. »
France 2, « Débat Emmanuel Macron/Marine Le Pen : l'analyse de Nathalie Saint-Cricq, France info », 04/05/2017 https://www.francetvinfo.fr/politique/marine-le-pen/debat-emmanuel-macron-marine-le-pen-l-analyse-de-nathalie-saint-cricq_2175413.html

[31] Le Figaro, « Débat Le Pen-Macron, 2h30 d'invectives », Le Figaro, 03/05/2017 http://www.lefigaro.fr/elections/presidentielles/2017/05/03/35003-20170503LIVWWW00339-en-direct-debat-presidentielle-macron-le-pen.php

d'interaction qui prétend au même titre qu'eux accéder à la fonction suprême (il serait donc tout à fait malvenu de le trainer dans la boue) »[32]. De plus, nous avons pu noter que la politesse des candidats correspondait plus aux *je-montrés*[33]. Pour ces raisons, l'éthos de la politesse a été supprimée des *je-dits*. Ensuite, deux catégories ont été rajoutées pour analyser les *je-dits* des candidats à la présidentielle de 2017. La première est la catégorie de *je et l'éthos de la réfutation*. De fait, pendant le travail de classification, nous avons pu repérer de nombreux *je* qui sont utilisés dans une phrase de structure négative ayant pour fonction de réfuter les remarques dont le locuteur fait l'objet. M. Roitman dans son travail avait distingué les *je* utilisés sous forme négative des *je-dits* et des *je-montrés*, et en avait seulement déduit les fonctions qu'ils y occupent dans ce contexte de débat présidentiel pour les rattacher à la négociation d'éthos. Or, dans notre analyse, en considérant que ces *je* qui réfutent font partie des constituants qui construisent l'éthos du locuteur, et que ces *je* sont particulièrement nombreux à cause des attaques massives échangées entre les deux candidats, nous avons rajouté cette catégorie dans les *je-dits*. De même, nous avons pu remarquer des *je* qui sont bien des *je-dits* mais qui ne correspondent à aucune des catégories déjà établies. Pour regrouper tous ces *je*, nous avons ajouté la catégorie des *je résiduels* parmi les *je-dits*.

---

[32] C. Kerbrat-Orecchioni, « L'impolitesse en interaction : Aperçus théoriques et étude de cas », *Lexis*, HS 2, 2010 p. 40

[33] La politesse dont font preuve les deux candidats au débat de 2017 correspond plutôt aux *je-montrés*, les candidats y faisant la double attribution de l'éthos de politesse en tant que débatteur.

*1.2.2.1 Les catégories des **je-dits***[34]

Les catégories des *je-dits* que nous avons obtenues pour l'analyse du débat de 2017 sont les suivantes :

- Je et l'éthos du rassemblement

Le thème du rassemblement est un thème favori aux élections présidentielles : il est important, pour un dirigeant d'un pays, de réunir tous les citoyens car le candidat élu ne sera plus l'homme d'un parti. Ainsi, dans cette catégorie, sont compris les *je* par lesquels les candidats cherchent à montrer d'eux-mêmes l'image de l'homme ou de la femme capable de réunir tous les Français :

> « *[…] je veux revenir sur le rassemblement, parce que je pense, comme vous, que c'est une notion essentielle pour notre pays. Et si vous avez le sentiment que pendant 5 ans vous avez rassemblé tous les Français, vous ne les avez pas divisés, vous ne les avez pas opposés, vous n'avez pas montré celui-ci du doigt, celle-là de certaine distance, alors je voudrais donner quitus. Mais je sais que les Français ont eu ce sentiment, d'avoir toujours à être soumis à des séparations, à des clivages.* »[35] (F. Hollande)

---

[34] Dans cette partie, nous avons repris prioritairement les exemples utilisés dans l'étude de M. Roitman et avons pris les exemples du débat de 2017 pour les catégories dont l'exemple n'était pas figuré précédemment et pour les catégories qui ont été modifiées ou rajoutées dans notre travail.

[35] M. Roitman (2015), *Op. Cit.*, p. 301-302

- Je et l'éthos du leadeur respectueux et humble

« L'éthos de « vertu » est (également) nécessaire à l'homme politique, car, représentant du peuple, il est censé donner l'exemple »[36]. Comme le revendique P. Charaudeau dans son interprétation de l'éthos de crédibilité chez un homme politique, le dirigeant d'un pays doit se montrer respectueux et humble envers les citoyens, en étant aux côtés de ces citoyens pour pouvoir les écouter et parfois, admettant la difficulté de son rôle de gouverneur du pays :

> *« Je veux leur parler en leur disant : vous avez exprimé un choix, ce n'est pas le mien, je vous respecte, je vous considère. J'ai entendu votre demande de nation, de frontières, d'authenticité, d'autorité, de fermeté. »*[37] (N. Sarkozy)

- Je et l'éthos de la sincérité-fidélité

Toujours de cette nécessité de la « vertu » chez l'homme politique, dérive la catégorie de sincérité et de fidélité chez M. Roitman. Avec cet éthos, le caractère droit est mis en avant par la franchise et l'honnêteté. Ainsi, l'exemple des usages de ces *je* que fait E. Macron est le suivant :

> *« Je veux y répondre par le courage, d'abord le courage de la vérité, je ne vous ai jamais menti, jamais expliqué que j'allais vous faire des cadeaux sans expliquer comment j'allais les financer, […]). »* (E.

[36] P. Charaudeau (2005), *Op. Cit.*, p.94
[37] M. Roitman (2015), *Op. Cit.*, p. 300

Macron)

- Je et l'éthos de l'autorité

Les *je* de cette catégorie permettent aux candidats de montrer l'autorité, c'est-à-dire une certaine emprise qu'ils possèdent pour pouvoir gouverner le pays. Par exemple, pour montrer son autorité, M. Le Pen met l'accent sur le courant politique d'aujourd'hui qui va à l'encontre du libéralisme, ce qui opère comme facteur encourageant pour M. Le Pen :

« Je pense que toutes les grandes nations sont beaucoup plus sur la ligne que je porte, ont tourné le dos aux vielles badernes de l'ultralibéralisme que vous continuez à défendre, du libre-échange intégral. » (M. Le Pen)

- Je et l'éthos de l'engagement émotionnel

Sont compris dans cette catégories les *je* qui visent à susciter l'empathie chez les Français et qui abordent un sujet avec une approche émotionnelle :

« Je pense d'ailleurs, en particulier à nos territoires d'outre-mer où là il y a un besoin criant de santé. » (E. Macron)

- Je et l'éthos de la volonté politique

Ces *je* de la volonté politique permettent aux candidats de montrer qu'ils sont déterminés pour apporter un changement dans les domaines du

pays qui sont en crise.

« Je veux être aussi le président du rassemblement […] je veux les réunir, car je considère que c'est de toutes les forces de la France dont nous avons besoin. »[38] (F. Hollande)

- Je et l'éthos de l'idéologue

Avec ces *je*, le candidat expose sa réflexion sur la politique du pays, il peut être pour ou contre une certaine mesure, faire des estimations sur la croissance etc. Avec cet éthos de l'idéologue le candidat montre donc qu'il a des projets laborieux pour le futur du pays :

« … j'estime qu'on ne réduit pas nos dépenses, nos déficits et nos dettes en envoyant en Europe des dettes qui seront garanties par qui, si ce n'est pas les deux pays les plus forts de l'Europe, l'Allemagne et la France ? C'est irresponsable. »[39] (N. Sarkozy)

- Je et l'éthos de l'action et de la force

Dans cette catégorie, sont compris les *je* suivis d'un verbe d'action, permettant la réalisation du projet que le candidat envisage. Avec cet éthos, le candidat peut exposer sa capacité à exécuter ses projets et à mettre en œuvre sa vision politique :

« J'ai pris un certain nombre d'engagements, les effectifs de la fonction publique seront stabilisés globalement tout au long du

---

[38] M. Roitman (2015), *Op. Cit.*, p. 301
[39] M. Roitman (2015), *Op. Cit.*, p. 300

prochain quinquennat et la dépense publique n'augmentera pas de plus de 1% par an »[40] (N. Sarkozy)

- Je et l'éthos de la responsabilité

Le dirigeant d'un pays doit bien sûr se montrer responsable sur tous ses actes et paroles. La qualité de responsabilité est donc indispensable à un président.

« Je prends cette part de colère Madame Le Pen. » (E. Macron)

- Je et l'éthos de l'indignation

A travers cet éthos, le candidat ne cache pas son émotion et montre son indignation qui est généralement portée sur son adversaire. Ainsi M. Le Pen s'indigne pendant le débat contre E. Macron et ses « amis socialistes » et E. Macron contre M. Le Pen qui invective contre celui-ci pendant tout le débat.

« J'ai même entendu Vallaud-Belkacem parler de tri sélectif quand je parlais de filière professionnelle. » (M. Le Pen)

- Je et l'éthos de la réfutation

Cette catégorie, qui n'était pas présente dans l'étude de M. Roitman, a été ajouté par la nécessité que nous avons déjà évoquée plus tôt. Les *je* de cette catégorie permettent de réfuter ce qui est dit explicitement ou

---

[40] *Ibid.*

implicitement par son adversaire et même parfois ce qu'on pense généralement du locuteur, c'est-à-dire son éthos pré-discursif. Seuls les *je* employés dans une structure négative sont compris dans cette catégorie et les *je* de cette catégorie permettent d'exprimer « ce que je suis à la différence de ce que l'autre pense ou dit que je suis ».

« Non je n'ai rien vendu, pour ce qui est des Chantiers de l'Atlantique. » (E. Macron)

- Je résiduels

Dans cette catégorie, qui est aussi nouvellement ajouté pour suppléer les défauts de l'analyse de la présidentielle de 2012, sont classés tous les *je* qui font certainement partie des *je-dits* mais qui ne correspondent à aucune des catégories que nous avons citées ci-dessus.

« Et ce n'est pas votre serviteur, comme j'étais à ce moment-là dans la campagne présidentielle comme vous. » (E. Macron)

*1.2.2.2 Les catégories des **je-montrés***

En ce qui concerne les *je-montrés* qui relèvent de l'énonciation, que nous aborderons dans ce travail avec moins d'importance, nous avons gardées les mêmes catégories que l'analyse de 2012.

Les catégories des *je-montrés* sont les suivantes :

- Je et l'éthos de la maitrise du discours

Nous pouvons voir par l'éthos de la maitrise du discours qu'il s'agit d'un débat. Le candidat, avec ces *je* se répartissent les paroles, posent des questions et y répondent, etc. :

> *« Je peux vous arrêter là-dessus ? Je peux vous arrêter là-dessus ? Cette règle existe déjà pour les résidents communautaires. »*[41] (F. Hollande)

- Je et l'éthos du positionnement du pouvoir

Avec cet éthos, le candidat met plus l'accent sur ce qu'il dit, il se donne raison en relevant l'erreur de son adversaire, et ainsi construit de lui l'image d'un homme qui a une bonne compétence communicative et qui, par la suite, domine le débat. Selon M. Roitman, cet éthos fait preuve de la démonstration du pouvoir dans les débats, le candidat dirige l'interaction, montre la direction du discours « en se donnant l'image de pouvoir conduire le pays »[42].

> *« Monsieur Hollande, vous avez parlé, sans doute pour être désagréable à mon endroit, d'un président normal. Je vais vous dire, la fonction d'un président de la République ce n'est pas une fonction normale. »*[43] (N. Sarkozy)

---

[41] M. Roitman (2015), *Op. Cit.*, p. 303
[42] M. Roitman (2015), *Op. Cit.*, p. 304
[43] *Ibid.*

Ainsi dans cette partie, nous avons exposé les catégories des *je* qui se basent sur le travail de M. Roitman mais qui sont nouvellement adaptées au contexte de la présidentielle de 2017. Nous verrons par la suite comment M. Le Pen et E. Macron incarnent ces éthos pendant le débat de l'entre-deux-tours de la présidentielle de 2017.

Chapitre 2 Analyse des éthos des candidats au Duel de 2017

Dans ce chapitre nous allons voir dans un premier temps l'aperçu général du résultat de l'analyse, qui reste au niveau de la simple description des chiffres et des pourcentages obtenus par ce travail. Dans un deuxième temps, nous ferons une analyse des *je-dits*, qui relèvent de ***l'auto-attribution***, par éthos ensuite par candidats pour déduire les points communs ainsi que les particularités de chacun des candidats. Pour finir, nous allons analyser les *je-autres* qui relèvent de ***l'allo-attribution*** et en partie les *je-montrés* que nous associerons à la double attribution d'éthos.

2.1 La répartition des *je* des candidats

Pour ce travail d'analyse, nous avons relevé tous les pronoms personnels *je* prononcés par les deux débatteurs du Duel[44] et les avons classés suivant les critères et les catégories que nous venons d'expliquer[45].

[44] Nous avons excepté ici les *je* compris dans les discours rapportés.

[45] Pour être le plus objectif possible, nous avons demandé à plusieurs francophones de procéder ce travail de classification et avons comparé leur travail pour donner le résultat final que nous avons obtenu.

Le nombre de chacun des *je-dits*, *je-montrés* et *je-autres* des deux candidats est le suivant :

	JE-DITS	**JE-MONTRÉS**	**JE-AUTRES**	**TOTAL**
Emmanuel Macron	282	103	19	404
Marine Le Pen	118	50	25	193
TOTAL	400	153	44	597

<Tableau 4> Répartition des je des candidats en occurrence

La différence du nombre des différents *je* utilisés par les deux candidats, en terme d'occurrence, est remarquable. Nous pouvons constater que E. Macron, le candidat arrivé au second tour en première place atteignant 24,01%[46], environ 3 points devant M. Le Pen, parle plus de lui en utilisant beaucoup plus les *je-dits* (282>118) et les *je-montrés* (103>50). La candidate du FN, pour sa part, utilise plus les *je-autres* que son adversaire (25>19) et si nous considérons le nombre total des *je* des deux candidats, la part de ces *je-autres* chez M. Le Pen est d'autant plus importante comparée à E. Macron. En effet, les *je-autres*, qui ne sont ni montrés, ni dits correspondent à l'allo-attribution d'éthos, donc à l'éthos de l'autre qui est attribué par le pronom personnel *je*. M. Le Pen s'est donc plus consacrée pour parler de son adversaire et a donc adopté une stratégie visant à attaquer son adversaire. Ceci est un résultat inévitable : même si la différence du

[46] « Les résultats du premier tour de l'élection présidentielle 2017 », Le Monde, 23/04/2017
http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/04/23/les-resultats-de-l-election-presidentielle-2017_5115952_4355770.html

nombre de voix recueillies par les deux candidats au premier tour n'est pas très grande, dans ce contexte où la victoire du candidat d'En Marche ! est indubitable[47], nous avons clairement un candidat qui prend la tête pour le second tour et un autre en position de challenger. M. Le Pen qui est dans cette position parle beaucoup de son adversaire. M. Coulomb-Gully, dans son étude de la campagne présidentielle de 1988 à la télévision, évoque l'existence des règles de communication applicables dans le contexte de campagne présidentielle, l'une d'entre elles étant la suivante :

> « Le nombre de mentions dont un candidat est l'objet est l'indice de sa puissance ; moins un candidat est cité, plus sa position est faible et plus un candidat est cité, plus sa position est forte. »[48]

Cette règle se voit clairement confirmée pour ce débat de la présidentielle de 2017, tout au moins dans les phrases qui comprennent le pronom personnel *je* qui font l'objet de notre étude.

Ce qui attire le plus attention dans ce tableau, c'est surtout la différence entre le nombre total du pronom personnel *je* utilisé par les deux

---

[47] Selon les sondages réalisés (Ipsos-Sopra Steria et Harris interactive), E. Macron battrait largement M. Le Pen au second tour avec environ 63% contre 37% de votes.
« Sondages : Macron battrait largement Le Pen au second tour », Europe 1, 23/04/2017
http://www.europe1.fr/politique/sondages-macron-battrait-largement-le-pen-au-second-tour-3309218

[48] Marlène Coulomb-Gully, *Radioscopie d'une campagne. La représentation politique au journal télévisé*. Editions Kimé, Paris, 1994, p.198

candidats. La candidate du FN utilise ce pronom personnel seulement 193 fois, alors que E. Macron en emploie environ deux fois plus, atteignant le nombre de 404.

Si nous comparons ces chiffres à celles des candidats de la campagne présidentielles de 2012[49], l'usage qu'en fait M. Le Pen n'est pas si éloigné de ce de N. Sarkozy qui l'utilise 209 fois, environ 100 fois moins que son adversaire F. Hollande. Ce serait donc E. Macron qui aurait fait un emploi excessif si nous le comparons aux autres candidats, ce qui est cependant un résultat attendu par les spécialistes. Dans *Sciences Humaines*[50], Damon Mayaffre, sur ce *je* d'E. Macron, constate que le candidat d'En Marche ! a tendance à beaucoup utiliser les pronoms personnels, non seulement les *je* mais les *nous* et les *vous* dans ses discours, la première personne du singulier restant tout de même la plus employée. Cet usage massive des pronoms personnels serait une « stratégie réfléchie », qui renforce plus *la personne* que l'idée. L'usage de ce pronom personnel *je* commence à être remarqué dans les discours politiques à partir des années 80, cet usage étant de plus en plus notable, E. Macron serait l'homme politique qui renforcerait le plus « l'affirmation de soi »[51]. De plus, étant relativement inconnu par rapport aux autres candidats de cette présidentielle, E. Macron est un personnage qui a encore beaucoup à montrer au public.

---

[49] Sont mis en annexe les chiffres de l'analyse effectuée par Roitman(2015) sur la présidentielle de 2012

[50] Magazine mensuel de diffusion de sciences humaines et sociales

[51] Aude Lorriau, « Le "je" d'Emmanuel Macron », *Sciences Humaines*, Mensuel N°295 - août-septembre 2017

Certes, il a participé en tant que ministre de l'Economie au gouvernement de F. Hollande, en faisant une apparition surprise pour son jeune âge et son profil libéral apportant un changement au gouvernement socialiste mais il reste vrai que les Français sont plus curieux de découvrir le nouvel homme politique se présentant à la présidentielle pour sa première campagne électorale que les autres hommes politiques qu'ils connaissent depuis bien des années. De même, E. Macron qui vient d'inaugurer son parti à lui « En marche ! », n'a pas à se rattacher à son parti, qui est seulement identifié de centre pendant la présidentielle, et ne peut non plus se rattacher au gouvernement socialiste, le parti qui a une opinion publique défavorable, comme le montre le marasme de B. Hamon et la renonciation à la candidature de F. Hollande. E. Macron ne peut donc que se fier à sa personne en employant massivement le pronom personnel *je* pour se promouvoir en tant que personnage capable d'apporter un changement et une nouveauté comme ça a été le cas lors de son apparition dans le gouvernement de F. Hollande. Un des éthos pré-discursif d'E. Macron qui est fondé sur le manque de projet politique résulte de même de cet emploi massif des pronoms personnels, et surtout du *je* qui serait un outil mettant l'accent sur les personnes et non les idées politiques.

Dans le cas de M. Le Pen, son personnage est tout aussi symbolique car elle réussit à modérer l'image du FN qui était situé au bout de l'extrémisme à l'époque de son père et parvient à atteindre au second tour

de la présidentielle[52]. Or ce changement apporté réside sur le changement des mots qu'utilise M. Le Pen et non de l'idéologie comme le remarque C. Alduy et S. Wahnich.

> « Seules la mise en sourdine des mots et thèmes les plus controversés de Jean-Marie Le Pen et l'adjonction d'un vocabulaire emprunté au camp républicain permettent à Marine Le Pen de décaler le centre de gravité de son discours vers un point d'acceptabilité plus proche de la norme environnante. En effaçant les aspects les plus rédhibitoires du lepénisme ancienne manière, tout en parlant une langue républicaine et démocratique à laquelle l'écrasante majorité des Français continue d'être attachée et en développant un volet économique fondée sur l'idée de « protection » des Français, elle lève le dernier obstacle qui empêchait la candidature frontiste d'apparaître crédible dans la course à l'exécutif. » [53]

Par conséquent, ce qui a apporté ce changement positif capable de recueillir plus de partisans ne vient pas de l'attractivité de la personne de M. Le Pen. Outre le changement apporté au niveau du vocabulaire et du thème abordé dans les discours, M. Le Pen reste très proche de son père : son

---

[52] M. Le Pen a bien évidemment profité du contexte international caractérisé par l'arrivée au pouvoir des hommes politiques, ayant la même vision que le FN sur certains points, tels que Donald Trump, du contexte national dans lequel les candidats des deux partis majeurs de la France sont sans vigueur et la politique anti-immigration du FN commence à être soutenue suite à de nombreux attentats qu'a connu la France, mais sa réussite qui n'aurait pas pu avoir lieu à l'époque de son père est tout de même remarquable.

[53] C. Alduy et S. Wahnich, *Marine Le Pen prise aux mots*, Seuil, 2015, p. 249-250

physique, son patronymie et ses comportements virils la rapprochant directement à son père, il est même employé le terme « clone » dans la presse pour la désigner.

> « La ressemblance physique qui accompagne une ressemblance comporte- mentale, et donc éloignée de la féminité, s'accompagne du motif du clone : « Cette fois, il est question d'une fille, la benjamine, dont la stature, le verbe et l'appétit de vivre la font surnommer "le clone" » (Le Monde, 13 juillet 2002). » [54]

M. Le Pen joue en réalité sur son ressemblance à son père et s'approprie de son éthos pour satisfaire les électorats traditionnels du FN[55]. Or, dans ce débat de l'entre-deux-tours, il n'est plus question de satisfaire que les partisans de l'extrême droite, M. Le Pen doit avoir un soutien populaire des Français en général. Par conséquent, la mise en valeur de son personnage qui le rapproche directement à son père, Jean-Marie Le Pen, qui reste la figure du leader de l'extrême droite xénophobe, ne serait pas une stratégie tant bénéfique en vue générale.

Pour continuer l'analyse avec plus de précision en considérant la part que ces chiffres représentent dans l'ensemble des *je* de chacun des deux

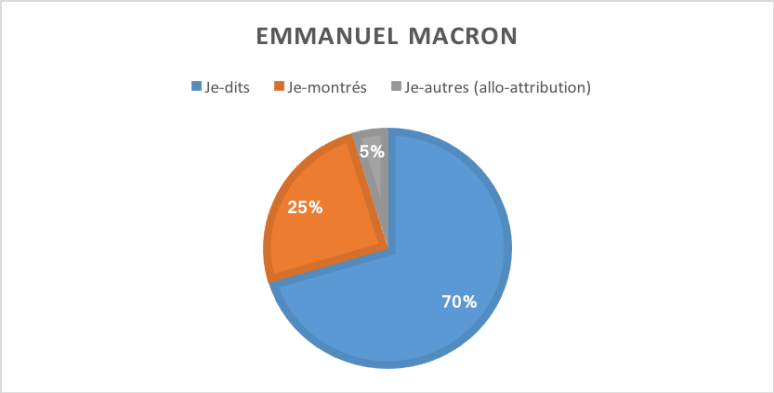
---

[54] J. Boudillon, « Une femme d'extrême droite dans les médias. Le cas de Marine Le Pen », *Mots. Les langages du politique 78*, 2005, p. 86

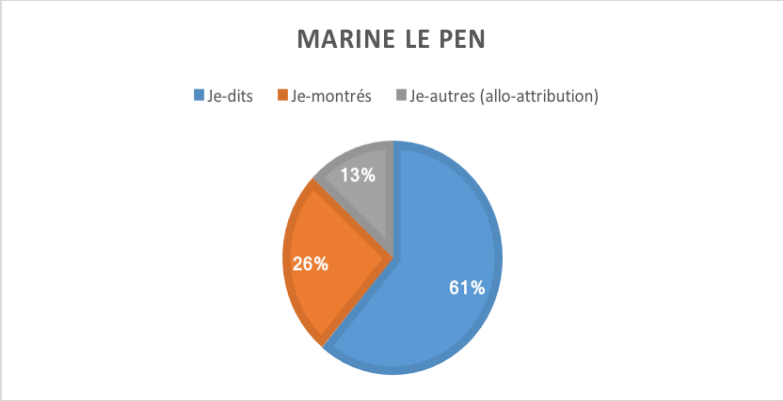
[55] J. Boudillon (2005), *Op. Cit*., p. 87

F. Baider (2015). « La parole inversée ? Marine Le Pen et son identité-ressource langagière ». *Nouvelles perspectives en sciences sociales*, volume 11(1), 2015, 217–252, p. 228

candidats, il est nécessaire de voir en pourcentage les chiffres que nous venons d'analyser. Ainsi, l'utilisation de chacun des *je* par les deux candidats en pourcentage est représentée dans les diagrammes suivants :



<Graphique 3> Répartition des je d'Emmanuel Macron en pourcentage



<Graphique 4> Répartition des je de Marine Le Pen en pourcentage

Premièrement, nous pouvons constater que les deux candidats utilisent plus les *je-dits*, qui permettent d'aborder les différents thèmes du débat et de montrer leur attitude. Ainsi parmi les *je* de M. Le Pen, 63% correspond aux *je-dits* et chez E. Macron, 70% de ces *je* y correspond.

Ensuite viennent chez les deux candidats les *je-montrés*, représentant 24% chez M. Le Pen et 25% chez E. Macron. Pour finir, chez les deux candidats, la forme des *je* la moins utilisée correspond aux *je-autres*. Il est normal de voir que cette allo-attribution d'éthos est la moins employée des deux candidat, or la différence de la part que représentent ces *je-autres* pour chacun des deux candidats est remarquable. Chez M. Le Pen, le pourcentage de ces *je* s'élève à 13% alors que chez E. Macron, cette classe ne correspond qu'à 5% du total des *je* employés par le candidat. Nous pouvons donc déduire de cette différence que M. Le Pen a plus mis le point sur la critique de son adversaire, en contribuant une part importante de ces *je***,** le pronom personnel qui devrait lui être totalement dédié et donc qui devrait être le meilleur outil pour se mettre en valeur. Pour ce qui est de cette stratégie d'allo-attribution d'éthos, nous l'aborderons de manière plus détaillée plus tard dans ce travail.

Nous verrons par la suite comment les *je-dits*, qui sont les plus utilisés des deux candidats, sont employés par les deux candidats en faisant une analyse par éthos dans un premier temps et par candidat dans un second temps.

2.2 Analyse des *je-dits*

2.2.1 Analyse par éthos

Le nombre des *je-dits* répartis dans les catégories que nous avons réadaptées à la présidentielle de 2017 est représenté dans le tableau[56] suivant :

	Marine Le Pen	Emmanuel Macron	Total
Je et l'éthos de l'idéologue	21	53	74
Je et l'éthos de la volonté politique	17	55	72
Je et l'éthos de l'action et de la force	21	37	58
Je et l'éthos de l'autorité	19	16	35
Je et l'éthos de la réfutation	1	29	30
Je et l'éthos de la sincérité-fidélité	1	24	25
Je et l'éthos de l'engagement émotionnel	7	17	24
Je et l'éthos du leadeur respectueux et humble	3	14	17
Je et l'éthos de l'indignation	11	5	16
Je et l'éthos de la responsabilité	4	11	15
Je et l'éthos du rassemblement	6	3	9
Je résiduels	7	18	25
Total je dits	118	282	400

<Tableau 5> Répartition des je-dits d'E. Macron et de M. Le Pen en occurrence

- Je et l'éthos de l'idéologue

E. Macron emploie 53 fois cet éthos, c'est le deuxième le plus utilisé chez ce candidat et M. Le Pen en emploie 21 fois, étant de même

[56] Dans ce tableau, sont classés les *je-dits* par ordre décroissant de leur nombre d'usage par les deux candidats, à l'exception de la catégorie des *je résiduels* que nous avons placée en dernier.

parmi les plus employés chez elle. Les deux candidats font un usage similaire de cet éthos : ils expriment leur avis sur une question donnée, ils sont d'accord ou s'opposent à une politique, à un projet de loi, etc., ils font une estimation sur la croissance du pays et surtout ils exposent leurs projets politiques. L'appropriation intensive de cet éthos par les deux candidats n'est pas étonnante étant donné que le but premier du débat de l'entre-deux-tours est la transmission des informations sur les candidats, et surtout des projets qu'ils envisagent.

« Je veux qu'il y ait la possibilité, comme pour un délit routier, qu'il y ait un pouvoir d'amende. » (E. Macron)[57]

« Eh bien moi je suis totalement opposée à cela. Je pense que si négociations il y a, elles doivent se faire par branches et surtout pas par entreprise. » (M. Le Pen)

E. Macron qui est critiqué de ne pas avoir de projets politiques pendant toute la période de la présidentielle utilise avec importance cet éthos et est même amené à dire explicitement qu'il a un projet politique : *« J'ai un projet mais simplement (...). »* (E. Macron).

- Je et l'éthos de la volonté politique

Cet éthos est le plus employé par E. Macron atteignant 55 occurrences contrairement à M. Le Pen qui en emploie 17 fois. Avec ces *je*,

[57] Il est important de noter ici que tous les *je* qui sont suivis du verbe « vouloir » ne correspondent pas forcément à la catégorie des *je et l'éthos de la volonté politique.* De fait, une grande partie des *je* de l'idéologue d'E. Macron sont employés avec le verbe vouloir qui lui est suivi d'un groupe nominal qui décrit l'idéal que E. Macron cherche à atteindre.

les candidats expriment avec précision ce qu'ils souhaitent faire pour changer et améliorer la vie des Français. Ainsi, le verbe « vouloir » suivi d'un verbe d'action est le plus utilisé ainsi que le verbe « proposer » qui exprime cette volonté de changement.

> *« Donc moi je propose de faire, sur le quinquennat soixante milliards d'économies pour pouvoir baisser notre déficit de quarante milliards et baisser de dix milliards les impôts et les charges des entreprises. »* (E. Macron)
>
> *« Bien moi, je veux que notamment pour les jeunes, les moins de vingt-sept ans, puissent voir leur aide au logement augmenter de 25%. »* (M. Le Pen)

Comme nous pouvons voir avec les chiffres indiquées, E. Macron fait de cet éthos un usage particulièrement massif, ce qui fait une de ses particularités que nous allons voir plus tard dans ce travail.

- Je et l'éthos de l'action et de la force

Les deux candidats font tous les deux un emploi important de cet éthos (37 occurrences chez E. Macron, soit le troisième le plus utilisé parmi les *je-dits* et 21 occurrences chez M. Le Pen, soit le premier le plus employé). Les candidats, en incarnant cet éthos, montrent aux téléspectateurs qu'ils sont capables de réaliser les projets qu'ils envisagent et peuvent ainsi gagner la confiance des Français. Les verbes suivis du pronom personnel *je* de cet éthos sont souvent employés au futur, et parfois

au présent de l'indicatif, ce qui montre leur détermination pour la réalisation du projet.

« Je supprime pour tous les travailleurs, leurs cotisations sociales salariales et je les remplace par 1,7 point de CSG. » (E. Macron)

« Puis parallèlement à cette négociation je mettrai en place les mesures que je peux mettre en place tout de suite sur le plan économique, la baisse des charges, la baisse des impôts, la défiscalisation des heures supplémentaires, l'augmentation et la valorisation des petites retraites, etc. » (M. Le Pen)

- Je et l'éthos de l'autorité

Le nombre d'emploi des *je* de cet éthos de l'autorité par les deux candidats est semblable (19 pour E. Macron et 16 pour M. Le Pen), or considérant le nombre total de leurs *je-dits*, nous pouvons déduire que M. Le Pen incarne cet éthos avec plus d'importance. Pour ce qui est du candidat d'En Marche !, il évoque son expérience en tant que ministre montrant sa compétence en tant qu'exécutif. M. Le Pen pour sa part, fait aussi preuve de son expérience professionnelle et politique qu'elle souhaite souligner stratégiquement. Nous aborderons plus tard de manière détaillée l'usage qu'en fait M. Le Pen de cet éthos.

« En tant que ministre, moi je n'ai pas fait simplement des mots sur des papiers, j'ai instauré la carte de contrôle dans le BTP sur les travailleurs détachés. Parce que c'est comme ça qu'on lutte contre le

travail détaché illégal. » (E. Macron)

« J'ai été avocat pendant un certain nombre d'années, figurez-vous, et je connais très bien comment fonctionne la justice. » (M. Le Pen)

- Je et l'éthos de la réfutation

La différence d'occurrences des deux candidats est la plus notable pour cet éthos de la réfutation que E. Macron s'en approprie 28 fois à la différence de M. Le Pen qui s'en attribue qu'une seule fois. Ceci est bien dans la logique des choses : comme nous venons de voir, M. Le Pen emprunte les *je-autres* pour faire des commentaires négatifs sur son adversaire et E. Macron, qui constitue l'objet de ces attaques, se voit obligé de réfuter les remarques qui ne sont pas vraies.[58] Nous verrons ce point par la suite avec précision pour aborder l'analyse des éthos d'E. Macron.

« Je n'étais pas ministre quand SFR a été vendu et SFR était la propriété d'un groupe totalement privé qui était Vivendi. » (E. Macron)

« Je n'ai jamais, absolument jamais, de toute mon existence, insulté quiconque en raison ni de son origine ni de sa religion Monsieur Macron. » (M. Le Pen)

Cependant, la particularité de cette catégorie, qui peut être

[58] Les remarques que M. Le Pen fait à son adversaire sont en réalité peu crédibles sur le point de voir sortir juste après le débat, des articles de presse faisant le points sur les « intox » de M. Le Pen.
« Dix-neuf intox de Marine Le Pen dans son débat avec Emmanuel Macron », Le Monde, 03/05/2017, http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/05/03/des-intox-du-debat-entre-emmanuel-macron-et-marine-le-pen-verifiees_5121846_4355770.html#hZPiiUueCcKWU3Mv.99

considérée comme étant semblable aux *je* de la sincérité-fidélité dans son contenu plaidant l'innocence, est la structure négative qui est employé. Cette catégorie correspond donc à « ce que je ne suis pas à la différence de ce que l'autre pense ou dit que je suis »[59].

- Je et l'éthos de la sincérité-fidélité

Pour ce qui est de cet éthos, la différence du nombre d'emploi entre les deux candidat est importante, E. Macron l'employant 24 fois et M. Le Pen une fois. La sincérité des deux candidats est de nature différente : la sincérité que souhaite montrer le candidat d'En Marche concerne plutôt son caractère probe, innocent et incorruptible alors que M. Le Pen veut montrer aux Français son caractère franc en participant à ce débat.

> *« Donc vous pouvez me renvoyer constamment à tout ce qui a été fait durant les cinq, les dix, les quinze dernières années, je répondrai de tout ce que j'ai fait moi, je ne répondrai pas du reste. »* (E. Macron)
>
> *« Peut-être on dira que je suis ringarde mais moi j'aime la France telle qu'elle est. »* (M. Le Pen)

Cependant, E. Macron y faisant un emploi beaucoup plus important, nous verrons plus tard la particularité de cet éthos chez ce candidat.

- Je et l'éthos de l'engagement émotionnel

---

[59] Roitman dans son travail aborde deux catégories des *je* suivis de la négation, l'une qui correspond à l'allo-attribution en structure négative et l'autre correspondant aux *je* de la réfutation, une catégorie que nous avons intégrée dans les *je-dits* dans ce travail.

E. Macron et M. Le Pen font preuve de cet éthos pour créer des liens de l'empathie avec les Français, pour faire une approche plutôt émotionnelle que rationnelle lorsqu'ils abordent un thème spécifique. Les deux candidats font tous les deux un usage moyen en terme d'occurrence et sans spécificité particulière.

« Je viens d'une région qui a connu dans sa chaire la guerre. » (E. Macron)

« Moi, je crois qu'il faut que ma France soit à nouveau l'État qui soit respectueux de toutes les nations. » (M. Le Pen)

- Je et l'éthos du leadeur respectueux et humble

Pour construire cet éthos, les deux candidats emploient souvent le verbe « respecter » et ce respect est bien souvent adressé à tous les Français sans exception. Ils parlent aussi de la défense et de la protection des Français et montrent aussi qu'ils sont de leur côté pour pouvoir les écouter de près.

« Mais tous vos électeurs je les respecte et je vous le dis, je les respecte parce qu'ils sont en colère, parce qu'ils sont en désarroi. » (E. Macron)

« Je défends la France en toutes circonstances. » (M. Le Pen)

- Je et l'éthos de l'indignation

E. Macron et M. Le Pen semblent faire un emploi similaire de cet éthos. La colère de chacun des deux candidats est adressée mutuellement

l'un à l'autre : E. Macron qui utilise très peu les *je* de cet éthos s'indigne de l'attitude de M. Le Pen pendant le débat qui le critique et l'interrompt sans arrêt. Quant à la candidate du FN, elle s'indigne plus fréquemment que son adversaire, et cette indignation est adressée aux socialistes en général, y compris E. Macron. Cet éthos qui constitue une stratégie de la candidate de l'extrême droite, nous traiterons ce point de manière plus approfondie dans la suite.

> *« Non mais, Madame Le Pen voudrait que je porte le fardeau de ces dernières années qui ont nourri sa montée et la prospérité de son père. »* (E. Macron)
>
> *« Puis au-delà de ça, pardon, il y a le laxisme judiciaire qui fait que l'explosion de l'insécurité, que j'appelle quotidienne, est aujourd'hui un poids insupportable, non seulement dans les villes mais également dans les campagnes. »* (M. Le Pen)

- Je et l'éthos de la responsabilité

Avec cet éthos que les deux candidats exploitent peu (11 chez E. Macron contre 4 chez M. Le Pen), ils montrent qu'ils prennent la responsabilité des mesures qu'ils ont prises ou qu'ils vont prendre, ainsi que de leur conséquence, leur réussite et leur échec, etc. Lors de ce débat, les deux candidats font preuve de cette responsabilité en employant dans la plupart du temps le verbe « assumer ».

> *« Mais j'assume tout mon mandat de ministre, toutes mes*

responsabilités. » (E. Macron)

« Mais pour ça il faut plus de magistrats, je suis désolée, ça aussi ça va faire des dépenses, Monsieur Macron, mais je les assume ces dépenses. » (M. Le Pen)

- Je et l'éthos du rassemblement

Les deux candidats ne s'auto-attribuent pas cet éthos avec importance, E. Macron s'y attribue que 3 fois et M. Le Pen 6 fois. Le candidat d'En Marche en fait un usage ordinaire, il fait donc de lui l'homme qui s'efforce pour rassembler les Français pour qu'aucun d'entre eux soit délaissé. Or M. Le Pen qui utilise plus les *je* du rassemblement que son adversaire en fait un usage peu commun, propre aux couleurs de l'extrême droite. Nous allons aborder plus tard, cette caractéristique de l'éthos du rassemblement de M. Le Pen qui constitue sa particularité dans ce débat.

« (…) Mais ce n'est pas la France que je veux, parce que la France que je veux elle ne sera pas divisée. » (E. Macron)

« Bon et bien moi je suis la candidate du peuple, je suis la candidate de la France telle que nous l'aimons, de sa culture, de sa civilisation, de son unité. » (M. Le Pen)

De ces analyses, nous pouvons déduire que les *je-dits* les plus employés par les deux candidats se correspondent : il s'agit de l'éthos de la volonté politique, l'éthos de l'idéologue et l'éthos de l'action et de la force.

L'éthos de l'action et de la force serait donc bien l'élément qui apporterait le plus de crédibilité aux téléspectateurs par son caractère représentant l'homme prêt à agir et à exécuter avec force ce dont la France et les Français ont besoin, comme l'affirme M. Roitman[60].

Nous pouvons ajouter ici, l'éthos de l'idéologue qui est toujours parmi les plus utilisés des débatteurs, l'éthos qui permet de montrer à quel point le candidat considère le pays avec réflexion, l'éthos particulièrement important chez E. Macron, critiqué pendant toute la durée de la campagne de ne pas avoir de projets politique. Ces deux éthos qui sont les plus utilisés par les candidats seront donc les éthos apportant le plus de crédibilité étant donné que le but premier de ces candidats arrivés au second tour de la présidentielle est de paraître le plus crédible possible, pour que les Français peuvent être rassurés et peuvent leur confier le rôle du gouverneur du pays.

L'éthos de la volonté politique est aussi utilisé avec importance chez les deux candidats. La volonté politique, bien évidemment exprime la volonté d'apporter un changement sur des points qui ne marchent pas bien dans le pays. Ainsi, nous pourrons faire l'hypothèse que plus les Français considèrent qu'il y a un problème dans le pays, plus les candidats feront preuve de cet éthos. Cette hypothèse se voit confirmer par la cote de confiance des deux présidents lors des deux dernières campagnes qui permet de montrer la satisfaction ou l'insatisfaction des Français. N. Sarkozy, qui vers la fin de son mandat était d'une impopularité qualifiée d'« historique »

---

[60] M. Roitman (2015), *Op. Cit*, p.300

et « inexorable » par la presse[61] comparé à ses prédécesseurs avait une cote de confiance de 37% chez les Français au dernier mois de son mandat, la cote la plus basse pendant son mandat étant de 20% en mai 2011[62]. Or F. Hollande, bat ce record déjà historique à un an de son élection[63] pour atteindre 11%, le record le plus bas en novembre 2016 et 14% à la fin de son mandat[64]. M. Le Pen et E. Macron auraient donc plus exprimé cette volonté de changement par rapport aux deux candidats de 2012[65] dans ce contexte où les Français sont extrêmement déçus par le Président sortant et ne désirent pas une continuation de cette situation. L'emploi de cet éthos pourrait donc varier en fonction de l'évaluation du gouvernement sortant.

Il est intéressant de noter que l'éthos de la volonté politique, l'éthos de l'idéologue et l'éthos de l'action et de la force sont de même parmi les plus employés chez les candidats de la présidentielle de 2012[66]. Or, les autres éthos que manifestent spécifiquement M. Le Pen et E. Macron lors du débat de l'entre-deux-tours ne sont pas du tout semblables à ceux de N. Sarkozy et de F. Hollande. Nous verrons par la suite quelles sont ces

---

[61] « L'inexorable chute de la popularité de Nicolas Sarkozy », Opinion Publique, 26/01/2012 https://opinionpublique.wordpress.com/2012/01/26/linexorable-chute-de-la-popularite-de-nicolas-sarkozy/

[62] Cote de confiance – Nicolas Sarkozy, Kantar TNS, 19/01/2018 https://www.tns-sofres.com/dataviz?type=1&code_nom=sarkozy

[63] Pierre-Alain Furbury, « Cote de confiance : François Hollande bat le record de Nicolas Sarkozy » , Les Echos, 04/04/2013 https://www.lesechos.fr/04/04/2013/Lesechos.fr/0202683681431_cote-de-confiance---hollande-bat-le-record-de-sarkozy.htm

[64] Cote de confiance – François Hollande, Kantar TNS, 19/01/2018 https://www.tns-sofres.com/dataviz?type=1&code_nom=hollande

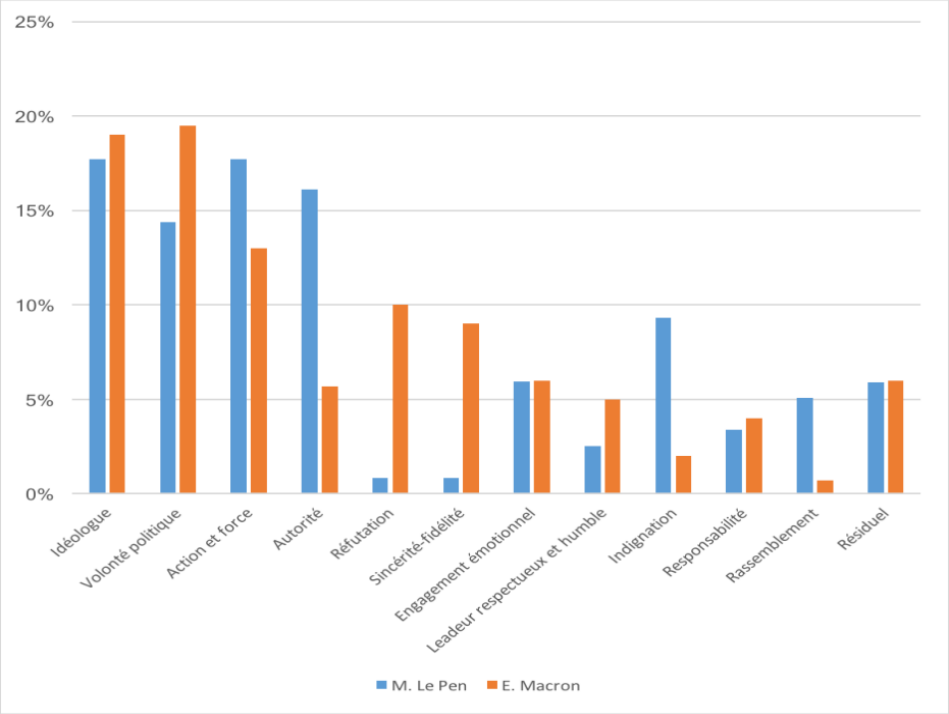
[65] *Cf.* tableaux 8 et 9 de l'annexe

[66] *Cf.* tableau 8 de l'annexe

caractéristiques qu'ont montrées chacun des deux candidats de la présidentielle de 2017.

2.2.2 Analyse par candidat

Hormis ces trois catégories des *je-dits* les plus utilisés par les deux candidats, nous pouvons constater que chacun des deux candidats a ses particularités propres que nous pouvons déduire de la différence du nombre d'emploi des éthos par les candidats. Les particularités de chacun des candidats sont d'autant plus remarquables si nous mettons en pourcentage la répartition des *je-dits* des deux candidats.



<Graphique 5> Répartition des je-dits d'E. Macron et de M. Le Pen en pourcentage

Ainsi comme particularité de M. Le Pen, nous pouvons citer l'éthos de l'indignation (9% chez M. Le Pen contre 2% chez E. Macron), l'éthos de l'autorité (16% chez M. Le Pen contre 6% chez E. Macron) et l'éthos du rassemblement (5% chez M. Le Pen contre 1% chez E. Macron)[67].

Les caractéristiques de E. Macron comparé à M. Le Pen sont l'éthos de la réfutation (10% contre 1% chez M. Le Pen), l'éthos de la sincérité-fidélité (9% contre 1%) et l'éthos de la volonté politique[68] (20% contre 14%).

2.2.2.1 Le cas de M. Le Pen

Comme nous venons tout juste de voir, les éthos que M. Le Pen s'auto-attribue les plus, par comparaison avec E. Macron, sont ceux de l'indignation, du rassemblement et de l'autorité. Il est intéressant de voir que dans les cas de l'éthos de l'autorité et du rassemblement, M. Le Pen fait un tout autre usage, ce qu'à ce que nous ne nous attendons pas habituellement.

---

[67] Il s'agit de la particularité de M. Le Pen déduite par rapport à l'usage qu'en fait E. Macron et non la particularité suivant l'ordre des *je-di*ts les plus employés.

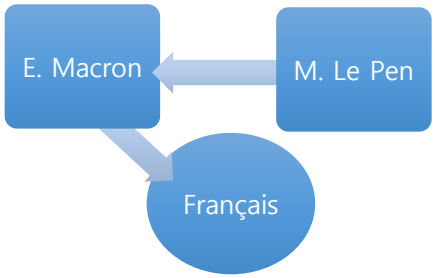
[68] Pour ce qui est de la volonté politique que nous venons d'aborder comme un point commun entre les deux candidats, elle constitue bien une particularité chez E. Macron pour la proportion qu'elle occupe parmi les *je-dits* de E. Macron et pour la particularité dans son contenu qui lui sert comme stratégie importante pour ce deuxième tour.

- Je et l'éthos de l'autorité *(contre E. Macron)*

Généralement, l'éthos de l'autorité est un moyen qui permet aux candidats de montrer aux électeurs que leur position sur la scène politique est suffisamment reconnue et donc qu'ils relèvent d'une certaine autorité, voire du charisme, pour pouvoir gouverner le pays. L'usage qu'en fait E. Macron en est un exemple ordinaire :

> *« Et c'est là où, pour moi, c'est le plus important en tant que chef des armées, en tant que responsable de la sécurité, je serai intraitable et je mènerai la lutte sur tous les plans contre le terrorisme islamiste. »* (E. Macron)

Or, Chez M. Le Pen, l'éthos de l'autorité est bien évidemment montré aux Français, mais ne s'adresse pas directement aux Français : ceci est adressé envers son adversaire E. Macron, pour montrer qu'elle s'impose sur lui dans le domaine politique. Ces deux candidats ont donc un destinataire différent et ne s'adressent pas entre eux.



<Graphique 6> Destinataire de chacun des deux candidats

De fait, pendant le débat, M. Le Pen a comme principal destinataire E. Macron, comme nous pouvons déduire de son usage des *je* analysé précédemment, alors que ce dernier s'adresse plus aux Français. Ainsi, en s'adressant à E. Macron avec cet éthos de l'autorité, M. Le Pen tente de montrer qu'elle s'impose sur lui dans les domaines les plus importants dans l'administration du pays, l'économie et la justice et qu'elle a des connaissances acquises par expérience qu'elle estime absentes chez son adversaire :

> *« Alors moi j'ai évidemment, et Monsieur Macron me le reproche souvent d'ailleurs, effectivement des mesures extrêmement importantes pour le pouvoir d'achat, pour rendre l'argent aux Français, notamment qui passent par la baisse de 10% des trois premières tranches de l'impôt sur le revenu, qui passent par le rétablissement de la demi-part des veufs et veuves que les socialistes ont quand même maintenue ce qui était assez ignoble, je trouve, parce qu'ils auraient pu faire un effort sur ce sujet-là, par la défiscalisation des heures supplémentaires, pour rendre du pouvoir d'achat à ceux qui travaillent, par des mesures claires de primes de pouvoir d'achat, pour les salaires et les retraites de moins de 1500 euros par mois, que je fais financer par une contribution sociale à l'importation et non par l'impôt, Monsieur Macron. (...) Puis je vais penser aux familles, parce que vous n'y pensez pas beaucoup aux familles. Je vais penser aux familles par le rétablissement du quotient*

familial qui a été baissé. Ce sont les socialistes, le gouvernement auquel vous avez participé qui l'a baissé. Puis revenir à l'universalité des allocations familiales. Pour permettre aux familles, qui ont vu peser sur elles tout l'effort, le gouvernement auquel vous avez participé, Monsieur le ministre, a fait peser sur leur budget (...) Oui, c'est le principe de l'universalité. ***Voilà, donc vous voyez, moi, je suis la candidate du pouvoir d'achat.*** *Vous monsieur Macron, vous êtes le candidat du pouvoir d'acheter, d'acheter la France, de la dépecer. Oui, c'est important de savoir quelle est la philosophie de votre projet, dans la société tout est à vendre et tout est à acheter.* » (M. Le Pen)

« Monsieur Macron, votre problème à vous c'est que vous êtes en conflit d'intérêt permanent et moi, figurez-vous, je serai la meilleure garante des institutions parce que je les connais bien. » (M. Le Pen)

M. Le Pen après avoir étalé ses mesures pour restaurer le pouvoir d'achat du pays se désigne elle-même « candidate du pouvoir d'achat » pour ensuite parler avec cynisme des mesures de son adversaire pour relever l'incapacité de son adversaire pour pouvoir restaurer l'économie du pays. Ou encore, M. Le Pen semble faire la morale à E. Macron qui est, selon elle, « en conflit d'intérêt permanent », donc se montre comme une personne plus mature que son adversaire, au point de lui faire la leçon. Nous pouvons voir que M. Le Pen essaie de se montrer supérieure face à E. Macron non seulement en ce qui concerne l'expérience politique mais l'expérience de la vie pendant tout

le débat, outre l'emploi de *je-autorité* :

> *« Un jour, je vous expliquerai, vous viendrez me voir, je vous dirai exactement comment ça se passe. » (M. Le Pen)*

En effet, une des faiblesses d'E. Macron repose sur son manque d'expérience, étant donné que cette présidentielle est la première élection à laquelle il se porte candidat. Pour souligner cette fragilité de son adversaire, M. Le Pen fait preuve de son habileté en employant les *je-autorité* comme nous venons de voir.

Cet éthos incarné par la candidate du FN au débat de 2017 est bien une caractéristique de M. Le Pen étant donné qu'en 2012, cette dernière avait construit dans son discours électoral l'éthos de chef et l'éthos de puissance[69] :

> « Afin de construire ces deux éthos, la candidate met en place deux opérations : la première consiste à se poser en guide-prophète, différente de tous les autres candidats ; la seconde consiste à s'afficher en femme de décision qui ose dire et faire ce que les autres n'osent ni dire ni faire. »[70]

---

[69] A. Alsafar, « L'éthos politique dans le discours électoral du Front National français entre 2007 et 2012 : ressemblance ou divergence? », *EL KHITAB*, Volume 2, Numéro 22, 2016, Pages 33-62, p. 59

[70] *Ibid.*

Dans le contexte du débat de 2017 où M. Le Pen fait face à un candidat qui a une courte expérience politique, ces éthos du chef et de la puissance rejoignent l'éthos de l'autorité, une autorité que la candidate du FN souhaite montrer à son adversaire, en lui faisant une leçon de morale, ce à quoi il est difficile de s'attendre dans un tel débat où les deux candidats, qui sont à égalité, exposent leurs projets pour être Président, et se présente aux Français comme l'unique candidate capable de sauver le peuple français de la crise.

- Je et l'éthos du rassemblement (*contre la mondialisation économique et l'immigration)*

Le rassemblement est un thème très important pour un leadeur, traité à plusieurs reprises dans les études d'analyse de débat politique, car un homme politique, généralement axé sur un côté ou un autre sur l'échiquier politique, doit montrer aux électeurs qu'il sera la personne capable de rassembler tout le peuple quelle que soit sa tendance politique d'origine et, surtout dans ce contexte du débat de l'entre-deux-tours, il s'agit de rassembler les électeurs qui ont voté pour un autre candidat au premier tour. Ainsi l'exemple modèle de l'éthos du rassemblement proposé par M. Roitman est le suivant :

« Juste un mot sur le rassemblement. Le rassemblement, c'est un très beau mot, une belle idée, mais il faut y mettre des faits. Le rassemblement c'est quand on parle au peuple de France, tous les Français. Je ne suis pas l'homme d'un parti, je ne parle pas à la gauche. Hier, je me suis adressé à tous les Français. » (N. Sarkozy) [71]

Or, les deux candidats à la présidentielle 2017 n'abordent pas ce sujet avec importance, tout au moins pendant ce débat de l'entre-deux-tours, à travers le pronom personnel *je*.[72] Cependant, il est remarquable que M. Le Pen fait un usage plus important de l'éthos du rassemblement que E. Macron. Certes, l'emploi de ce *je* par M. Le Pen n'atteint pas un nombre remarquable mais la différence par rapport à E. Macron et sa particularité dans l'usage que fait M. Le Pen de ces *je* est particulièrement considérable.

En effet, la candidate du Front National utilise cet éthos du rassemblement dans deux sens différents mais qui se rejoignent au final et qui n'est certainement pas le même que celui de N. Sarkozy cité précédemment. Le premier sens du rassemblement dont elle parle correspond au rassemblement *nationaliste* :

---

[71] M. Roitman (2015), *Op. Cit*, p.301

[72] Car en réalité les mots faisant partie du champ lexical du *rassemblement* tels que « rassemblement », « rassembler », « ensemble », « réconciliation », etc. sont parmi les plus utilisés chez E. Macron pendant la période de cette campagne.
A.-S. Lechevallier, « Le poids des mots : Emmanuel Macron : ce que ses mots disent de lui », Paris Match, 08/05/2017 http://www.parismatch.com/Actu/Politique/Emmanuel-Macron-ce-que-ses-mots-disent-de-lui-1250897

« Bon et bien moi je suis la candidate du peuple, je suis la candidate de la France telle que nous l'aimons, de sa culture, de sa civilisation, de son unité. Je suis la candidate de la nation qui protège nos emplois, qui protège la sécurité de nos compatriotes, nos frontières, qui nous protège face à la concurrence internationale déloyale et face à la montée en puissance du fondamentalisme islamiste. » (M. Le Pen)

Ainsi, M. Le Pen aborde le thème du rassemblement non pas pour compenser la division des Français due à la différence d'idéologie politique mais pour réunir le peuple français qui, selon M. Le Pen, a une culture, une civilisation et une unité propre à la France, contre l'invasion des étrangers, surtout des islamistes, qui menaceraient la sécurité, les frontières et les emplois de la France. Le discours de M. Le Pen, selon B. Lamizet, a pour thème principal la souveraineté et l'identité nationale qui résident sur les fondements du pays tels la langue et la culture propres aux Français mais en même temps, ce discours a comme caractéristique de renfermer les Français sous forme de « forclusion par rapport à l'espace public international »[73], par la « dénonciation de la présence d'identités étrangères dans l'espace français »[74]. Ce rassemblement dont elle parle qui est donc caractéristique du discours du FN permet de renforcer non seulement les votes originaires

[73] B. Lamizet, *Les mots et les voix – Le discours des candidats à l'élection présidentielle de 2017 en France*, L'Harmattan, 2017, p.132
[74] *Ibid.*

des partisans du FN mais tous ceux qui sont encore sous le traumatisme apporté par une série d'attentats islamistes qui a touché toute la France ces dernières années.

Le deuxième rassemblement dont elle parle est le rassemblement *anti-européen*, qui est un sujet au cœur du point de l'affrontement entre E. Macron et M. Le Pen :

> *« Alors, c'est votre solution, ce n'est pas la mienne, je crois que ce n'est pas celle des Français que vouloir ce bond en avant fédéraliste qui est presque une forme d'extrémisme européiste. » (M. Le Pen)*
> *« Moi je crois ça n'est pas la manière de faire de la diplomatie d'être entendu par le monde si nous ne retrouvons pas notre place diplomatique avec cette voix, qui est la voix de l'indépendance, qui est la voix de la souveraineté, qui est la voix, encore une fois, de la défense des peuples, alors la France ne fera pas son grand retour dans le monde et elle continuera à être regardée comme Mme Merkel nous regarde depuis déjà des années. » (M. Le Pen)*

Comme nous pouvons voir ci-dessus, M. Le Pen tente de regrouper les Français, contre ce qu'elle appelle l'« extrémisme européiste ». La candidate du FN estime que la France ne tire aucun bénéfice dans l'Europe, voire subit des pertes, et qu'en plus elle n'est plus au centre de l'Union Européenne,

l'Allemagne étant son unique pillier. Pour ces raisons M. Le Pen revendique la sortie de l'euro suivant les traces du Brexit de la Grande Bretagne. Et pour ce faire, elle joue le rôle du rassembleur des Français unis contre l'Europe et ce rassemblement insinuerait que la plupart des Français sont contre la politique en faveur de l'Union Européenne que soutient son adversaire, donc contre E. Macron.

L'éthos du rassemblement que montre M. Le Pen ne rassemble donc pas les électeurs de tous les camps comme on peut s'y attendre. Il s'agit de rassembler les Français *contre la mondialisation économique et l'immigration*, qui sont selon M. Le Pen les principales sources de la crise en France, en séparant le peuple français de l'Europe et du monde. Donc nous parlons bien de rassemblement mais il s'agit bien entendu d'une toute autre forme par rapport à ce que nous nous attendons dans ce contexte du débat politique. Quoi qu'il en soit, M. Le Pen montre de soi l'image d'une personne qui rassemble tous les Français en les mettant tous contre ce que propose E. Macron tel que le renforcement de la zone euro, les politiques oisives, du point de vue de M. Le Pen, sur le terrorisme et ses éventuels causes, etc.

- Je et l'éthos de l'indignation (contre *l'islamisme et la crise économique)*

Nous avons pu de même remarquer que M. Le Pen utilise plus les *je* de l'indignation par rapport à E. Macron. Ici, le nombre de ces *je* en lui-même n'est pas très remarquable or si nous le comparons avec les *je* de l'indignation d'E. Macron qui n'utilise quasiment pas cet éthos, et même comparé aux deux candidats de la présidentielle de 2012 étudié par Roitman[75] (dans le cas de F. Hollande 3 sur 211, soit un peu plus de 1% de ses *je-dits* et dans le cas de N. Sarkozy 1 sur 146, soit moins de 1% de ses *je-montrés*) , nous pouvons constater que ce chiffre a tout de même une importance. D'autant plus, dans une étude faite par KIM et CHOI[76] en adoptant les catégories de M. Roitman, l'éthos d'indignation est apparu comme caractéristique de son père Jean-Marie Le Pen : en effet, M. Le Pen après être devenue chef du Front National, a tenté d'apporter un changement et a en réalité réussi à s'émanciper de l'image d'un parti radical qu'avait construit son père dans le passé. Ainsi M. Le Pen réussit à doubler le nombre d'adhérents de son parti en deux ans[77] et arrive à faire du FN un parti acceptable par rapport au passé. Il est intéressant de voir qu'à ce moment du débat qui fait preuve de la réussite de la démocratisation du FN arrivé au second tour de la présidentielle avec aisance par le choix des Français, M. Le Pen décide de ressortir l'éthos de l'indignation,

---

[75] M. Roitman (2015), *Op. Cit.*, p.298

[76] Kyuhee KIM et Yun-Son CHOI (2016), « Le changement de l'éthos du Front National : autour de l'emploi du pronom personnel « je » par Jean-Marie Le Pen et Marine Le Pen », *Revue d'étude francophone*, volume 26, p.285

[77] Le Scan Politique, Le FN aurait double son nombre d'adhérents depuis 2012", Le Figaro, 31/10/2014, http://www.lefigaro.fr/politique/le-scan/coulisses/2014/10/31/25006-20141031 ARTFIG00061-le-fn-aurait-double-son-nombre-d-adherents-depuis-2012.php

caractéristique de J.-M. Le Pen.

L'éthos de l'indignation que montre M. Le Pen pendant le débat est, dans la plupart des cas, adressée à son adversaire E. Macron sur ce que lui ou ses « amis socialistes » ont fait. Elle exprime cette indignation principalement sur deux thèmes : *L'islamisme et la crise économique* dont souffre la classe populaire.

En ce qui concerne l'islamisme, M. Le Pen s'indigne du fait qu'E. Macron ait accepté le soutien de l'UOIF, l'Union des Organisation islamiques en France, alors que selon elle, suite à plusieurs attentats qui ont touché la France, il faut s'en méfier.

> *« Et, objectivement quand j'entends M. Macron aller en Algérie et dire « la France a commis un crime contre l'humanité », quand je l'entends accepter le soutien de l'UOIF, cette association islamiste qui accueille des prêcheurs de haine, quand j'entends M. Hani Ramadan, qui justifie la lapidation, venir vous soutenir sans qu'il y ait la moindre réaction de votre part. (...) Bon et bien je dis qu'il y a une très forte inquiétude à vous voir élu à la tête de l'État, Monsieur. »* (M. Le Pen)

Ainsi, en abordant le principal thème du FN, l'anti-islamisme, avec un certain degré d'indignation envers E. Macron qui n'est pas assez ferme sur

ce sujet, M. Le Pen renforce cette image du FN contre l'islam qui satisfait non seulement ses partisans mais aussi ceux qui ont voté pour F. Fillon, candidat de la droite qui avait un programme assez ferme sur la sécurité mise en danger par le terrorisme, au premier tour.

Pour ce qui est du sujet économique sensible à la classe moyenne, voire populaire, M. Le Pen s'indigne de la politique économique pro-capitaliste qu'envisage E. Macron.

> *« Les agriculteurs ne vous ont pas vu les soutenir face à cette concurrence internationale déloyale, les industriels ne vous ont pas vu. Ah si, un certain nombre, pardon encore une fois, de grandes entreprises vous ont vu, ce sont celles que vous avez fait acheter par des grands groupes américains évidemment au détriment de l'intérêt national, c'est Alstom, c'est Technip, il y en a eu toute une série d'autres avec, dans le cadre du conflit d'intérêts, les problématiques avec l'ancienne banque chez qui vous travailliez. Donc, vous voyez, vous n'avez pas d'esprit national. Vous ne pensez pas à l'intérêt supérieur de la nation. Vous défendez, je le reprocherai toujours, des intérêts privés. »* (M. Le Pen)

Comme nous pouvons voir, M. Le Pen montre cet éthos de l'indignation en se mettant à la place de la classe populaire comme les agriculteurs ou les industriels en les opposant aux grandes entreprises et aux groupes

américains qu'elle associe à E. Macron. En effet, dès les années 80, J.-M. Le Pen a cherché à conquérir l'électorat ouvrier, une classe sociale que M. Le Pen tente elle aussi d'attirer ces dernières années[78]. Pour ce, M. Le Pen depuis un certain temps utilise un vocabulaire de gauche pour aborder le thème de l'économie, ce que C. Alduy appelle « le gauchisme »[79]. Suivant cette stratégie avec cet éthos éprouvant de l'indignation envers l'attitude d'E. Macron qui ne considère pas la classe populaire, M. Le Pen aurait cherché à attirer les militants de J.-L. Mélenchon, candidat de La France Insoumise, parti de gauche promouvant une politique éco-socialiste, antilibérale et populiste de gauche, qui est arrivé en quatrième place avec 19,5% des suffrages exprimés.

En effet, pendant le débat, M. Le Pen remplit ce que Jean-Marie Cotteret appelle la fonction de confirmation à travers les éthos qu'elle montre par le pronom *je*. J-.M. Cotteret, dans son analyse des discours de Giscard d'Estaing-Mitterrand fait la distinction entre la fonction de confirmation et la fonction d'agrégation. La fonction de confirmation, dans

---

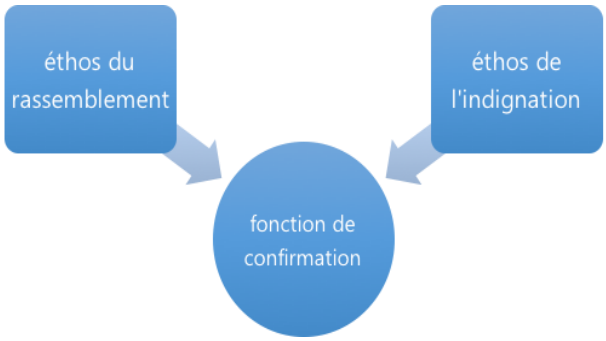
[78] N. Mayer, « L'électorat Marine Le Pen 2012 : un air de famille », Tri Elec 2012, 25/04/2012, https://sites.google.com/a/iepg.fr/trielec/resultats-analyses/enquetes-pre-electorales/vague-t1---jour-du-vote-du-1er-tour/l%E2%80%99electoratmarinelepen2012unairdefamille

[79] Selon elle, l'un des points qui font la différence entre J.-M. Le Pen et M. Le Pen est ce gauchisme, c'est-à-dire l'appropriation du vocabulaire de la gauche, voire de l'extrême gauche pendant son âge d'or par M. Le Pen pour aborder le thème de l'économie. Sont donnés comme exemple des expressions tels que « le grand patronat », « bénéfice du grand patronat » ou encore « l'intérêt du grand patronat ». C. Alduy et S. Wahnich (2015), *Op. Cit*, pp.54-55

un tel contexte, permet au candidat de renforcer les votes des partisans de son parti**.** En revanche, par la fonction d'agrégation, le candidat tente de conquérir les voix de ceux qui hésitent ou les indifférents. [80] Particulièrement dans le cas des deux derniers éthos que nous venons d'étudier chez M. Le Pen, nous pouvons voir qu'elle exerce surtout la fonction de confirmation. En abordant le thème du rassemblement, qui finalement revient au rejet des autres (des étrangers) et qui rejoint l'idée du protectionnisme promue par le FN, M. Le Pen rassure les partisans de son parti. ll en est de même dans son indignation envers la relation que porte E. Macron avec l'UOIF, la candidate du FN montre ce que ses partisans souhaitent voir d'elle, c'est-à-dire sa vigueur sur la politique anti-islam. Cependant, sa fermeté sur cette politique peut en même temps agir pour attirer les soutiens de F. Fillon arrivé en troisième place avec 20% des suffrages. De l'autre côté, son indignation pour la classe populaire prend, d'un certain point de vue, part de la fonction d'agrégation car M. Le Pen cherche ainsi à attirer ceux qui avaient voté pour J.-L. Mélenchon au premier tour. Or considérant que cette classe populaire a été la cible de J.-M. Le Pen, nous pouvons considérer que la stratégie de M. Le Pen réside dans l'extension de son électorat en mettant la priorité sur la confirmation de ses partisans originels.

---

[80] J.-M. Cotteret(et al.), *Giscard d'Estaing-Mitterrand, 54774 mots pour convaincre*, Paris, PUF, 1976



<Graphique 7> Représentation de la stratégie de M. Le Pen

Si nous suivons les résultats du second tour, nous pouvons bien remarquer que M. Le Pen n'a pas réussi à attirer massivement les voix des autres candidats. Ainsi, elle obtient 7% des votes des électeurs de J.-L. Mélechon, 20% des votes des électeurs de F. Fillon, 2% des votes de B. Hamon et 30% des votes de N. Dupont-Aignan[81]. Cependant, elle réussit à avoir un soutien considérable de la classe ouvrière, qui, en grande partie avait voté pour J.-L. Mélenchon au premier tour[82].

2.2.2.2 Le cas d'E. Macron

Dans le cas de E. Macron, si nous le comparons à M. Le Pen, nous pouvons noter qu'il emploie plus l'éthos de la sincérité-fidélité, l'éthos de la

[81] 2nd tour présidentielle 2017 : sociologie des électorats et profil des abstentionnistes, Ipsos, https://www.ipsos.com/fr-fr/2nd-tour-presidentielle-2017-sociologie-des-electorats-et-profil-des-abstentionnistes

[82] Le premier choix de la classe ouvrière au premier tour étant M. Le Pen. 1er tour présidentielle 2017 : sociologie de l'électorat, Ipsos, https://www.ipsos.com/fr-fr/1er-tour-presidentielle-2017-sociologie-de-lelectorat

réfutation et l'éthos de la volonté politique. Contrairement à M. Le Pen qui utilise une stratégie visant à attaquer son adversaire, E. Macron choisit, probablement par défaut, une stratégie défensive.

- Je et l'éthos de la sincérité-fidélité

Avec cet éthos de la sincérité-fidélité, qui englobe tous les aspects de la droiture et de l'honnêteté, E. Macron, dans un premier temps, aborde la rupture avec le gouvernement de F. Hollande avec qui il n'était pas d'accord et tente de démontrer qu'il n'est pas concerné par les critiques qu'adresse M. Le Pen à ce gouvernement et à lui-même.

E. Macron – *« Madame Le Pen, y a une différence entre vous et moi. Vous, vous êtes l'héritière d'un système, d'un parti, d'un nom. Moi je ne suis pas l'héritier de ce gouvernement.* ***J'y ai participé, je n'étais pas d'accord et je suis sorti. J'ai démissionné, j'ai quitté le Gouvernement et la fonction publique.*** *Donc vous pouvez me renvoyer constamment à tout ce qui a été fait durant les cinq, les dix, les quinze dernières années, je répondrai de tout ce que j'ai fait moi, je ne répondrai pas du reste. »*

N. Saint-Cricq – *« Alors s'il vous plaît on va avancer Monsieur Macron. »*

M. Le Pen – *« Vous êtes l'héritier de François Hollande, qui vous soutient deux fois par jour. Ainsi que de l'intégralité de vos amis*

ministres avec lesquels vous avez gouverné. L'intégralité des ministres socialistes qui ont été vos collègues au gouvernement, qui vous soutiennent. Pourquoi vous n'acceptez pas cet héritage tellement évident ? (...) C'est sympa d'ailleurs comme petit nom, Hollande Junior.»

En effet, E. Macron est confronté à une attaque incessante venant de M. Le Pen sur de nombreux points pendant ce débat. L'un des sujets sur lequel M. Le Pen critique le plus E. Macron est sa participation au gouvernement socialiste de F. Hollande qui a vu sa cote de popularité baisser jusqu'à 4% en octobre 2016. Ainsi, face à ces critiques qu'adresse M. Le Pen, E. Macron se voit bien obligé de protester pour montrer son désaccord à l'égard du gouvernement de F. Hollande, surtout aux électeurs de droite.

Ensuite, E. Macron utilise cet éthos de la sincérité-fidélité non pas pour se défendre mais pour dénigrer l'image de M. Le Pen en s'attribuant à lui-même une image positive. Ainsi, avec ces *je* de la sincérité-fidélité, E. Macron souligne qu'il n'a eu aucun problème en matière de justice contrairement au FN.

« Donc sur l'application à mes candidats vous allez voir comment ça va se passer parce que, on va même faire quelque chose qui va beaucoup vous embarrasser, c'est que, non seulement j'aurai la moitié de

candidats nouveaux mais aucun n'aura un casier judiciaire ni une peine d'inéligibilité. » (E. Macron)

« *Vous, vous avez des affaires, moi je n'en ai pas, Madame Le Pen* » (E. Macron)

E. Macron qui est nouvel homme politique avec une image relativement incorruptible, il tente de jouer *le rôle du candidat irréprochable* par cet éthos. En effet pendant cette campagne présidentielle, plusieurs candidats sont touchés par des affaires judiciaires. L'affaire la plus marquée de cette campagne concerne F. Fillon, le candidat de la droite, considéré autrefois comme favori de cette présidentielle avec M. Le Pen et E. Macron. Le 25 janvier 2017, *Le Canard Enchaîné* dénonce les possibles emplois fictifs à l'Assemblée Nationale et à la Revue des deux Mondes dont aurait profité Penelope Fillon, la femme du candidat des Républicains ainsi que ses enfants. A partir de la parution de l'article du *Canard Enchaîné* dénonçant la famille Fillon, le candidat de la droite perd sa popularité chez les Français[83], avec une forte scission chez les électorats de droite, et arrive en troisième place au premier tour. Le FN est aussi mis en examen pour des emplois fictifs au Parlement européen. Les assistants des eurodéputés du FN qui sont donc payés par le fonds du Parlement européen auraient travaillé pour le FN plutôt que pour l'Europe. Le parti de l'extrême droite est d'autant plus

[83] A. Lelièvre, « La cote de François Fillon dégringole », Les échos, 27/01/2017 https://www.lesechos.fr/27/01/2017/lesechos.fr/0211737728189_la-cote-de-popularite-de-francois-fillon-degringole.htm

critiqué par cette affaire à cause de sa position anti-européenne, car le parti, voulant réduire à zéro toutes les dépenses de la France contribuées à l'Europe, aurait profité de son argent pour son intérêt privé. E. Macron, pour sa part est amené à écarter son conseiller de santé soupçonné d'être un lobbyiste d'un laboratoire pharmaceutique et un référent de son parti soupçonné d'être impliqué à l'islamiste[84] pour maintenir au maximum cette incorruptibilité. E. Macron étant relativement irréprochable, renforce avec cet éthos sa franchise et sa pureté que les autres hommes politiques ne peuvent pas s'y emparer.

L'éthos de la sincérité-fidélité d'E. Macron est incarné dans un premier temps pour aborder la rupture avec l'ancien gouvernement, en abordant un sujet délicat avec honnêteté, pour démontrer son innocence face aux critiques envers le gouvernement de Hollande qu'adresse M. Le Pen et pour renforcer sa franchise et sa propreté que M. Le Pen et F. Fillon, l'ex-favori de la droite, ne disposent pas. E. Macron fait donc preuve de cet éthos pour faire la différence avec les autres dans le monde politique : avec le gouvernement socialiste en déroute et avec les hommes politiques en corruption.

---

[84] SudOuest.fr avec AFP, « Débat Macron – Le Pen : qui a dit vrai ? Les affirmations passées au crible », SudOuest, 04/05/2017, http://www.sudouest.fr/2017/05/04/debat-macron-le-pen-contre-verites-intox-les-affirmations-passees-au-crible-3416421-5208.php

- Je et l'éthos de la réfutation

L'éthos de la réfutation est une catégorie des *je-dits* qui n'est pas présente dans le travail de Roitman. Ces *je* de la réfutation, comme nous pouvons le voir dans sa dénomination, servent à réfuter les informations qui concernent le locuteur qui ne sont pas correctes. Par exemple M. Le Pen évoque un possible compte offshore qu'E. Macron posséderait aux Bahamas, ce qui est un propos en l'air, voire une « diffamation » comme dit E. Macron. Face à ces propos venant de l'adversaire, le candidat doit se défendre, réfuter les informations qui ne sont pas correctes. Comme nous l'avons déjà constaté, c'est surtout E. Macron qui est confronté à une attaque massive venant de M. Le Pen en position de challenger au second tour de cette présidentielle, et donc il a plus à se défendre des propos qui sont faux ou qui lui peuvent être défavorables. C'est ce contexte qui explique l'écart qu'il y a entre la part des *je* de la réfutation chez E. Macron et chez M. Le Pen, d'autant plus que les attaques qu'adresse la candidate du FN à E. Macron sont parfois infondées comme l'exemple des comptes aux Bahamas que nous venons de mentionner ci-dessus.

Par exemple, nous pouvons trouver un passage où M. Le Pen essaye d'attribuer à E. Macron l'éthos d'un homme irresponsable. Ce renforcement de l'image de l'homme irresponsable attribué à E. Macron ne fonctionne pas par la réfutation qu'en fait ce dernier.

M. Le Pen – *« Là pareil, aucune responsabilité ? »*

E. Macron – *« **Je n'ai jamais été ministre du budget, ni Premier ministre Madame Le Pen.** »*

M. Le Pen – *« Non mais vous n'avez pas participé aux grands choix économiques ? Vous avez participé à un gouvernement qui a fait trente-cinq milliards de taxes et d'impôts supplémentaires. »*

E. Macron – *« **Alors, je n'étais pas au gouvernement à ce moment-là, vous m'excuserez.** »*

M. Le Pen – *« Trente-cinq milliards de taxes et d'impôts pendant le quinquennat, mais ce n'est pas vous. D'accord, il n'y a pas de problèmes. »*

E. Macron – *« **Je n'ai jamais été en charge de ce sujet.** »*

Comme nous pouvons constater, les remarques de M. Le Pen sont réfutées par E. Macron via ces *je* de réfutation. Cet éthos, dont sa fonction première est la défense contre les attaques de M. Le Pen et la rectification des informations fausses qui peuvent nuire à la réputation du candidat, permet en même temps de mettre en doute l'efficacité de l'allo-attribution d'éthos, trop directe et facile à repérer, faite par M. Le Pen.

Toutefois, l'importance de l'usage de ces *je* de l'éthos de la réfutation ne semble pas être un choix stratégique, mais une stratégie

adoptée nolens volens pour empêcher la diffusion des mauvaises informations, susceptibles de nuire la réputation du candidat.

- Je et l'éthos de la volonté politique

En ce qui concerne l'éthos de la volonté politique, c'est le plus utilisé par E. Macron parmi ses *je-dits* pendant le débat de l'entre-deux-tours. M. Le Pen emploie tout aussi avec importance cet éthos de la volonté politique. Or, la différence de la fréquence de l'usage de cet éthos entre les deux candidats reste écartée. La caractéristique de l'éthos de la volonté politique repose sur le fait que le candidat, faisant preuve de cet éthos souhaite apporter des changements politiques, ce qui signifie que le candidat en question n'est pas satisfait de la situation actuelle. Nous pouvons donc considérer que plus le nombre d'emploi de ces *je-volonté politiqu*e est élevé, plus le candidat montre son désaccord avec la situation actuelle, voire avec le gouvernement actuel. Les *je-volonté* d'E. Macron montre bien cette hypothèse que nous avons élaborée :

> *« Ce que je propose, justement, c'est un vrai renouvellement. »* (E. Macron)

En effet, E. Macron étant l'ancien ministre de l'économie, il est objet d'une attaque le rattachant au gouvernement d'Hollande qui a vu sa cote de

confiance baisser atteignant un niveau record. Pour cette raison, M. Le Pen le rattache sans cesse au gouvernement de F. Hollande pendant tout le débat.

> *« Vous avez participé à un gouvernement qui a fait trente- cinq milliards de taxes et d'impôts supplémentaires. »* (M. Le Pen)
> *« Je sais bien que vous essayez de faire oublier que vous avez participé à un gouvernement qui a mis en œuvre la loi El Khomri (…) »* (M. Le Pen)

Face à ces accusations, E. Macron choisit de se distancier de l'ancien gouvernement en admettant lui-même l'incapacité de ce gouvernement de sauver la France de la crise.

> *« Mais, ces changements profonds que je souhaite, qui m'ont conduit quand j'étais ministre à quitter le gouvernement (…). »* (E. Macron)
> *« Ce sont ceux-là (les changements) que je veux conduire, et c'est l'incapacité des gouvernements depuis tant et tant d'années. »* (E. Macron)

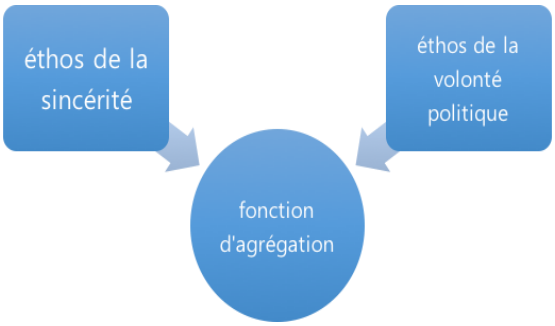
Les deux candidats élus pour le second tour montrent une position relativement critique, voire très critique pour M. Le Pen, envers le gouvernement socialiste de F. Hollande. Ceci n'est pas surprenant

considérant l'échec indéniable de ce gouvernement. M. Le Pen qui utilise aussi avec une certaine importance cet éthos de volonté politique s'engage comme l'unique candidat qui pourrait régler les difficultés auxquelles la France fait face, et pour ce, elle dénigre l'ancien gouvernement pour sauter aux yeux des Français, et en plus, associe E. Macron à ce gouvernement auquel il a participé, cette participation que M. Le Pen considère comme un défaut inexcusable d'E. Macron. Chez E. Macron, il y a donc cette même volonté de changement car le gouvernement de F. Hollande n'était certainement pas capable de sortir la France de ses crises mais en plus, il est confronté à cette nécessité grandiose de se dissocier de l'ancien gouvernement car il est naturel que les Français l'associent à l'ancien gouvernement pour son ancien poste de ministre de l'Economie, un secteur qui n'est sans doute pas celui qui a le mieux fonctionné pendant le quinquennat de F. Hollande. Mais encore, comme M. Le Pen renforce cette liaison entre F. Hollande et E. Macron, l'usage de ces *je* de la volonté politique chez E. Macron est encore plus important pour dépasser de loin la part dont la candidate du FN y consacre. Comme nous avons pu voir plus tôt, E. Macron, se souciant de la fuite des voix des partisans de la droite fortement déçus et critiques à l'égard du gouvernement socialiste, se sert de l'éthos de la sincérité-fidélité pour aborder la rupture avec l'ancien gouvernement avec qui « il n'était pas d'accord » et emploie massivement les *je* de la volonté politique qui permettent de renforcer ce désaccord qu'il a eu avec l'ancien gouvernement.

Comme nous venons de voir, les éthos qu'E. Macron a le plus employés pendant ce débat de l'entre-deux-tours sont les éthos de la réfutation, de la sincérité-fidélité et de la volonté politique. L'éthos de la sincérité-fidélité est un outil pour le candidat d'En Marche ! permettant de se dissocier des autres hommes politiques, en matière de la corruption et du gouvernement de F. Hollande qui connaît une difficulté sans précédente, ce qui rejoint l'effet qu'a cherché à apporter E. Macron par l'éthos de la volonté politique. L'éthos de la réfutation pour sa part est loin d'être stratégique car si M. Le Pen n'avait pas adopté une stratégie tant agressive envers E. Macron, ce dernier n'aurait pas eu autant à réfuter. Ainsi les éthos spécifiques à E. Macron qui misent en grande partie sur l'image incorruptible du candidat, formant un contraste surtout avec F. Fillon qui a déçu une grande partie de ses partisans, et sur son détachement du gouvernement socialiste, et non sur des projets politiques précis, renforcent cette impression de manque de projet, une critique qui est adressée à E. Macron pendant toute la période de la présidentielle 2017.

D'autant plus, il est difficile de parler de fonction de confirmation que nous avons évoquée chez M. Le Pen, avec les éthos d'E. Macron. En effet, les deux candidats ont non seulement une idéologie politique différente mais un profil différent : Macron est un nouveau personnage qui vient tout juste d'arriver sur cette scène politique, Marine Le Pen pour sa part a un certain caractère qui lui est propre. Elle est héritière du parti que

son père avait fondé, et dont sa présence très forte par son extrémisme est restée marquée dans l'esprit des Français jusqu'aujourd'hui. Au contraire, E. Macron se qualifiant d'être ni de droite ni de gauche vient tout juste d'inaugurer son parti, donc il n'a pas réellement d'identité fixe (pour le moment), par conséquent il est encore tôt de parler de partisans avec un soutien sans réserve, ralliés uniquement à son idéologie politique. Or, nous venons tout juste de voir que E. Macron cherche à montrer sa différence avec les hommes politiques que les Français connaissent depuis bien des années et qui n'ont pas réussir à les satisfaire. Le candidat d'En Marche ! exerce donc ici la fonction d'agrégation, non pas par ses projets politiques mais par la nouveauté qu'il apporte permettant de satisfaire l'électorat déçu par le gouvernement de Hollande ainsi que les anciens hommes politiques.



<Graphique 8> Représentation de la stratégie de E. Macron

E. Macron, qui a donc adopté la fonction d'agrégation visant les Français encore indécis avec un discours ouvert, réussit finalement à obtenir 48% des votes adressées à F. Fillon au premier tour, 52% des votes de J.-L.

Mélenchon, 71% des votes de B. Hamon[85].

2.3 Analyse des *je-autres* et des *je-montrés*

Dans cette partie, nous allons traiter les *je-autres* qui permettent d'attribuer l'éthos à son adversaire et les *je-montrés* avec lesquels E. Macron fait une double attribution d'éthos.

Particulièrement, en ce qui concerne les *je-autres*, comme nous avons vu plus tôt dans les graphiques 3 et 4, la proportion des *je-autres* utilisés par les deux candidats affiche une différence considérable, ce qui montre la différence des stratégies entre les deux candidats.

2.3.1 Le cas de M. Le Pen

Nous avons pu noter plus haut que, chez M. Le Pen il y a un usage des *je*, qui ne sont ni montrés ni dits, qui est beaucoup plus nombreux que chez E. Macron. Ces *je* correspondent en effet à *l'allo-attribution* d'éthos : en utilisant le pronom personnel *je*, M. Le Pen attribue une certaine image, infailliblement négative à son adversaire, comme indique la définition de

[85] 2nd tour présidentielle 2017 : sociologie des électorats et profil des abstentionnistes, Ipsos, https://www.ipsos.com/fr-fr/2nd-tour-presidentielle-2017-sociologie-des-electorats-et-profil-des-abstentionnistes

l'allo-attribution donnée par C. Kerbrat-Orecchioni[86]. Dans cette catégorie que nous avons nommée *je-autres*, il y a deux grandes formes d'allo-attribution.

La première qui constitue une part importante des *je-autres* de M. Le Pen est construite par un *je* suivi d'un verbe d'opinion ou de constat qui lui est suivi par « *Monsieur Macron* » ou un « *vous* » renvoyant à ce dernier.

> *« Je note que vous êtes en fait moins technique que ce que vous vouliez laisser croire, moins au courant sur ce sujet. »* (M. Le Pen)
> *« Mais ça, je vois que vous refusez d'en assumer la responsabilité »* (M. Le Pen)
> *« Non mais je note que vous refusez, encore une fois, cette responsabilité. »* (M. Le Pen)

En effet, avec ces *je* M. Le Pen fait sans cesse des remarques sur ce que dit, ce que propose et ce que fait son adversaire pendant tout le débat. Ces remarques qui sont évidemment de nature négative finissent par éroder l'image de son adversaire. Dans le premier exemple extrait du moment où les deux candidats montrent une divergence d'opinion sur la somme que la France verse à l'Union Européenne, M. Le Pen, pour mettre plus de poids sur son opinion, attribue à E. Macron l'éthos d'un homme inexpérimenté,

---

[86] C. Kerbrat-Orecchioni (2017), *Op. Cit.*, p.278

voire méconnaissant. D'autant plus, dans ce cas, comme il s'agit du problème de l'Europe, une question sur laquelle les Français commencent à diverger peu à peu après avoir assisté au Brexit de leur voisin britannique, cette remarque de M. Le Pen sur la méconnaissance d'E. Macron, peut créer chez ce dernier, un effet néfaste. Dans le deuxième et troisième exemple, M. Le Pen attribue à E. Macron l'éthos d'un homme irresponsable tout en utilisant le pronom personnel *je* et ainsi de suite.

La deuxième forme d'allo-attribution qui apparaît beaucoup plus rarement chez M. Le Pen est constitué du *je* et son verbe mis en forme négative. Cette négation exprime selon M. Roitman « ce que je pense que (à la différence de moi-même) l'autre candidat est »[87].

> *« Moi jamais je me suis planquée dans une salle de la chambre de commerce avec des responsables syndicaux. Moi je vais voir les ouvriers. C'est la grande différence entre vous et moi. »* (M. Le Pen)
>
> *« Donc vous attendez l'attentat vous ? Bien moi je n'attends pas l'attentat. »* (M. Le Pen)
>
> *« Et enfin, j'en termine, à l'issue de ces négociations, parce que moi je*

[87] Dans l'étude de Roitman à laquelle nous faisons référence, sont traités à part les *je* employés dans une structure négative. Selon, cette étude il existerait deux formes de négation employées avec le pronom personnel *je* :

- ce que je ne suis pas par rapport à ce que l'autre pense que je suis (i)
- ce que je pense que (**à la différence de moi-même**) l'autre candidat est (ii)

Dans le cas d'allo-attribution, il s'agit de (ii).

ne ferai rien contre le peuple français, je n'irai pas faire ce qui a été fait par vos amis socialistes et vos amis UMP d'ailleurs, en 2005, à savoir les Français ont dit « non » à la constitution européenne et on a dit « oui » à leur place. » (M. Le Pen)

Les *je* employés sous cette forme ont comme présupposé « contrairement à vous ». Le premier extrait cité aurait comme signification « contrairement à vous qui essayez de régler les problèmes auprès du patronat sans faire face aux ouvriers qui sont victimes, moi, je vais sur le terrain, rencontrer ceux qui sont réellement concernés par ces problèmes, les écouter pour pouvoir voir de près ce dont ils souffrent ». M. Le Pen qui a toujours été hostile contre les « élites » (E. Macron qui en est l'exemple par excellence) fait en même temps le contraste entre cette élite et elle-même jouant le rôle de la protectrice de la classe populaire. Cette opposition est encore plus remarquable par la position d'E. Macron qui avait indiqué, dans ses discours, vouloir mener une réforme du marché du travail qui privilégiera au final les employeurs et non les salariés[88].

Nous avons pu voir plus tôt que la part des *je-autres* de M. Le Pen parmi tous les *je* prononcés par cette dernière pendant tout le débat est beaucoup plus important que celle de son adversaire, E. Macron. Certes, il est ordinaire de considérer que le candidat dans une campagne qui occupe la

[88] B. Lamizet, *Op. Cit.*, p.111

position de challenger fait beaucoup plus d'attaques que son adversaire. Or dans notre étude, il s'agit d'étudier l'éthos des candidats à travers le pronom personnel *je* qu'ils emploient. Dans ce contexte, nous attendons plus à ce que l'image de soi soit construite par ce pronom personnel. L'apparition de la catégorie d'allo-attribution est donc fort inattendu dans cette étude, d'autant plus que chez M. Le Pen, l'importance que prône cette catégorie est remarquable. M. Le Pen, même dans un environnement où les téléspectateurs attendent à ce qu'elle fasse la présentation de soi-même et donne son opinion et ses propositions sur la situation actuelle du pays, utilise la stratégie de la négativité, c'est-à-dire les critiques contre son adversaire[89]. Cette allo-attribution de M. Le Pen serait qu'une très petite partie de la stratégie agressive d'attaque qu'elle pratique. Si nous considérons la liste des mots les plus utilisés par M. Le Pen, nous pouvons constater qu'elle utilise beaucoup plus les *vous* que le pronom personnel *je* alors que E. Macron utilise plus les *je* que les *vous*. De même il est intéressant de noter la répartition des différents *je* de l'allo-attribution utilisés par M. Le Pen : l'allo-attribution sous forme de remarque envers son adversaire est majoritaire dans l'allo-attribution d'éthos par M. Le Pen, la deuxième forme qui effectue cette allo-attribution d'éthos sous forme de

---

[89] D. Labbé et D. Monière distinguent la positivité (la présentation de soi, de ses propositions de ses opinions, etc) et la négativité (le discours polémique et les critiques envers les autres) comme stratégie de communication des candidats à la présidentielle. Selon leur analyse se basant sur les communiqués de la campagne de 2012 effectuée suivant la méthode de la lexicométrie, M. Le Pen serait la candidate qui aurait la moins profité de la positivité pendant la campagne de 2012, parmi les cinq principaux candidats qui sont N. Sarkozy, F. Hollande, J.-L. Mélenchon et F. Bayrou.
D. Labbé et D. Monière, *La campagne présidentielle de 2012*, l'Harmattan, 2013

négation étant très peu nombreux. Ceci montre bien le côté agressif qu'a le discours de M. Le Pen qui adresse des critiques de manière directe, qui est un caractère présent dans les discours électoraux de 2007 de son père[90], dans ses discours électoraux[91] à elle, ainsi que dans les communiqués de presse du FN de l'élection de 2012[92].

2.3.2 Le cas d'E. Macron

2.3.2.1 Les je-autres

Contrairement à M. Le Pen, l'allo-attribution d'éthos que fait E. Macron sur son adversaire est beaucoup moins nombreux et apparaît sous forme de négation qui attribue une image négative à l'autre débatteur de façon indirecte. Il est intéressant de noter que la forme directe, c'est-à-dire la forme qui comprend un verbe d'opinion et une adresse directe à son adversaire, celle qui est la plus employée par M. Le Pen est inexistante chez E. Macron. La caractéristique de l'allo-attribution d'éthos par négation est qu'elle est faite de manière implicite, en sous-entendant « contrairement à vous ». E. Macron emploie cette forme d'allo-attribution pour renforcer certaines images négatives attribuées à la candidate du FN, renvoyant à son

---

[90] A. Alsafar (2016), *Op. Cit.*, p.55
[91] A. Alsafar (2016), *Op. Cit*., p.58
[92] D. Labbé, D. Monière. *Ne votez pas pour l'autre ! La spirale de la négativité.* Gerstlé Jacques et Magni-Berton Raul. 2012, la campagne présidentielle, L'Harmattan, pp.195-210, 2014. <halshs-01011421>, p.5

manque de sérieux et à son caractère agressif.

M. Le Pen – *« On avait quand même beaucoup moins de chômeurs qu'aujourd'hui, quand même. »*

E. Macron – *« Non Madame Le Pen. »*

M. Le Pen – *« Dans les années 2000 on n'avait pas moins de chômeurs qu'aujourd'hui ? »*

E. Macron – *« Dans les années 90 on avait plus de chômeurs qu'aujourd'hui même. »*

M. Le Pen – *« Plus qu'aujourd'hui ? »*

E. Macron – *« Oui, y a aussi des cycles économiques et les réformes n'ont pas été faites comme elles devaient non plus au début des années 2000, c'est tout. »*

M. Le Pen – *« Donc en 2000 il y avait plus de chômeurs qu'aujourd'hui ? Vous avez été ministre de l'économie, ce n'est pas moi qui n'y connaît rien, mais vous avez été ministre de l'économie vous connaissez sûrement mieux que moi. »*

E. Macron – *« Mais vous savez quoi Madame Le Pen, heureusement. »*

M. Le Pen – *« Heureusement qu'il y a des internautes qui vont tout de suite regarder s'il y avait plus de chômeurs en 2000 qu'aujourd'hui. »*

M. Macron – *« J'ai dit au début des années 90, quand il y avait la guerre des monnaies. Mais non Madame Le Pen, moi je suis précis,* ***je***

ne bidouille pas. »

Par exemple, en parlant du nombre des chômeurs, M. Le Pen et E. Macron n'arrivent pas à s'entendre et le candidat d'En Marche ! finit par sortir la réplique citée ci-dessus, sous-entendant, « contrairement à vous qui bidouillez, moi, je ne bidouille pas. » De fait, comme nous avons pu voir par les éthos auto-attribués d'E. Macron, le candidat ne peut que se défendre face à tout ce que dit M. Le Pen sur lui, des propos qui semblent parfois pointilleux et parfois absurdes tels la vente d'une propriété privée par le ministre, l'existence d'un compte offshore, etc. Donc ici, E. Macron, en plus de se défendre, déclenche une contre-offensive nuisant à l'image de M. Le Pen et mettant en doute la véracité de tous les remarques que lui a adressé la candidate du Front National, qui sont déjà en partie réfutés par E. Macron. Le candidat d'En Marche ! insinue ainsi par ses *je-autres* le manque de sérieux de son adversaire, mettant en doute l'authenticité de ses propos.

« *Mais pour être debout, je n'ai pas besoin de salir.* » (E. Macron)

Avec cette réplique, qui signifie « Madame Le Pen a besoin d'abaisser les autres pour être debout », E. Macron attribue à M. Le Pen l'éthos d'une personne qui doit ravaler les autres pour se donner de la force. Ce qui interagit avec l'éthos de la sincérité-fidélité auto-attribué par E. Macron, un éthos permettant de renforcer sa pureté par rapport aux autres

candidats de la campagne, y compris M. Le Pen.

Comme nous avons déjà mentionné, cette négation sous-entendant « contrairement à vous » est la seule forme d'allo-attribution d'éthos que nous pouvons trouver chez E. Macron, son nombre étant beaucoup moins élevé que celle de M. Le Pen. Ainsi nous pouvons constater que E. Macron décide plutôt de parler de soi-même, tout au moins en employant le pronom personnel *je*, ce qui est bien normal dans ce contexte où personne ne se doutait de sa victoire au deuxième tour et dans lequel E. Macron n'a pas besoin de mentionner son adversaire. D'autant plus, ces éthos que E. Macron attribue à M. Le Pen ne sont que des contre-offensives aux attaques qui ont déclenché l'usage massif des éthos de la réfutation et de la sincérité-fidélité chez le candidat d'En Marche. Par cette allo-attribution d'éthos, E. Macron souligne l'impréparation de M. Le Pen, ce qui peut rendre nul tous les attaques que M. Le Pen lui a adressées pendant tout le débat et son caractère agressif, qui n'est sans doute pas souhaitable à un dirigeant d'un pays.

2.3.2.2 Les je-montrés

De plus, dans les *je-montrés* que nous n'avons pas traités pour des raisons que nous avons évoquées plus tôt, nous avons pu remarquer une double attribution d'éthos, une forme d'attribution d'éthos qui n'est pas

repéré chez M. Le Pen.

La double attribution par sa définition projette une image favorable de soi-même tout en construisant de l'autre une image défavorable[93]. Ce que nous appelons double attribution se fait de manière explicite et ses exemples sont tirés des *je-montrés*, plus précisément des *je* du positionnement du pouvoir. Nous avons déjà constaté que cet éthos montré est plus nombreux chez E. Macron, ce qui permet de montrer sa capacité à diriger non seulement le débat mais le pays. Si nous faisons attention à son contenu, nous pouvons noter qu'E. Macron renforce cette image d'un bon dirigeant, qui est à l'écoute, correct et muni de bonnes manières en attribuant tout le contraire à son adversaire M. Le Pen.

« Non je ne dis justement pas ça. » (E. Macron)

« Mais j'y répondrai parce que c'est l'inverse de cela. » (E. Macron)

« Non mais je voudrais rétablir la vérité sur ce que Madame Le Pen a dit. » (E. Macron)

« Je rétablis la vérité Madame Le Pen. » (E. Macron)

Ainsi E. Macron met en doute la compétence communicative de M. Le Pen pendant ce débat, surtout sa compétence en matière de compréhension et en matière d'informativité. E. Macron montre qu'il est obligé de reprendre ses

[93] C. Kerbrat-Orecchioni (2017), *Op. Cit*, p.281

propos pour son adversaire qui a du mal à suivre le courant et qui n'est pas capable de discerner ce qui est vrai du faux et de transmettre que ce qui est confirmé et ainsi montre aussi qu'il a une compétence communicative qui est supérieure à celle M. Le Pen.

En plus, E. Macron fait remarquer le manque de politesse de son interlocuteur faisant contraste à soi-même qui s'est montré courtois pendant le débat.

> *« J'ai eu la courtoisie de rappeler comment je finançais mes baisses d'impôts. »* (E. Macron)
> *« Je vous ai laissé avec courtoisie terminer votre propos sur la sécurité. »* (E. Macron)
> *« Je vais terminer le mien avec cette même courtoisie. »* (E. Macron)

La mise en accent sur cette « courtoisie » est un outil pour exiger à M. Le Pen un certain respect en insinuant qu'E. Macron, lui, dispose déjà de cette courtoisie qui est introuvable chez M. Le Pen. Le caractère courtois chez un homme ou femme politique est exigé non seulement dans un tel contexte de débat qui demande un respect minimum à son adversaire mais dans le contexte international et bien d'autres occasions dans lequel le candidat, une fois élu, représentera le pays et donc sera la personne qui sera la plus reliée à l'image du pays. Donc par cette double-attribution d'éthos E. Macron

s'auto-attribue l'éthos de la courtoisie, qui se rapproche de l'éthos de la politesse que nous avons écarté dans ce travail, en attribuant à son adversaire celui de la discourtoisie, une image indésirable pour un leadeur représentant un pays.

Il est intéressant de noter que contrairement à E. Macron, qui profite de ces *je-montrés* pour se valoriser en dévalorisant son adversaire, M. Le Pen n'est pas capable d'en profiter. Parfois elle en arrive à éructer involontairement des propos qui font preuve de sa *non-maîtrise du discours* :

> *« J'espère qu'on n'apprendra pas que vous avez un compte offshore aux Bahamas ou* ***je ne sais pas, j'en sais rien moi****. »* (M. Le Pen)

Ce passage montre bien l'impréparation de M. Le Pen qu'E. Macron fait noter par ses *je-montrés* comme nous venons de voir et par ces « je ne sais pas, j'en sais rien » les téléspectateurs perdent confiance de l'information que M. Le Pen cherche à faire circuler.

Les deux candidats que nous venons d'analyser font un usage d'allo-attribution et de double-attribution totalement opposé. Pour ce qui est de M. Le Pen, à travers cette allo-attribution, elle fait des commentaires parfois insensés à son adversaire et fait des attaques de manière directe. En

ce qui concerne E. Macron, il en fait un emploi plus stratégique, en révoquant en doute la fiabilité des propos de son adversaire et en soulignant le caractère agressif de M. Le Pen, semblable au caractère viril de son père « qui semble constituer la philosophie populiste des dirigeants d'extrême droite : voix profonde, crises de colère, façon directe de dire les choses, etc. »[94]

2.4 Synthèse de l'analyse

Nous pouvons conclure de notre analyse que M. Le Pen, par ses *je-dits* a mis l'accent sur l'éthos de l'autorité, manifesté contre E. Macron, l'éthos du rassemblement nationaliste et anti-européen et l'éthos de l'indignation, provoquée par l'attitude de son adversaire relativement à l'islamisme et à la crise économique. Ces caractéristiques manifestées par ses *je-dits* montre en effet la stratégie de M. Le Pen qui a voulu se concentrer dans un premier temps sur ses partisans de base, partageant donc les idées du FN, *via* la fonction d'agrégation et à élargir, dans un second temps, son électorat en mettant l'accent sur les points aussi bien sensibles aux électeurs d'un autre camp, tels que la sécurité ou l'économie. En outre, par ses *je-autres*, M. Le Pen s'est beaucoup consacrée pour parler de son adversaire, montrant le caractère d'un candidat en deuxième place. E.

[94] F. Baider (2015), *Op. Cit.*, p.228

Macron, pour sa part, par ses *je-dits* a plus montré l'éthos de la sincérité-fidélité, lui permettant de jouer le rôle du candidat irréprochable et sincère en se dissociant des autres homme politiques, l'éthos de la réfutation, lui permettant de réfuter les attaques de M. Le Pen, et l'éthos de la volonté politique renforçant son désaccord avec l'ancien gouvernement. Avec ces éthos, E. Macron a voulu satisfaire le plus d'électeurs possibles, certains encore indécis pour ce second tour de la présidentielle, avec une stratégie tournant autour de la fonction d'agrégation. De plus, avec sa basse proportion d'emploi des *je-autres*, il a montré le caractère d'un candidat en tête, avec une faible mention de son adversaire, tout au moins à travers le pronom personnel *je*. Pour finir, E. Macron a bien su profiter des *je-montrés*, lui ayant permis de souligner le manque de compétence de son adversaire en matière de débat politique.

Ainsi, nous pouvons résumer le résultat de l'analyse dans le tableau ci-dessous :

	M. Le Pen	E. Macron
Je-dits	・*Éthos de l'autorité* ⇒ *contre E. Macron* ・*Éthos du rassemblement* ⇒ nationaliste et anti-européen ・*Éthos de l'indignation* ⇒ contre l'islamisme et la crise économique	・*Éthos de la sincérité-fidélité* ⇒ pour jouer le rôle du candidat irréprochable et se dissocier des autres hommes politiques ・*Éthos de la réfutation* ⇒ contre les attaques de M. Le Pen ・*Éthos de la volonté politique* ⇒ pour se dissocier de l'ancien gouvernement et des autres hommes politiques
	➡ Stratégie tournant autour de la **fonction de confirmation** visant à élargir son électorat autour des partisans du FN déjà existant	➡ Stratégie tournant autour de la **fonction d'agrégation** visant à satisfaire le plus d'électorat possible avec un discours ouvert
Je-autres	・Haute proportion d'allo-attribution (13%)	・Basse proportion d'allo-attribution (5%)
	➡ Caractéristique typique à un candidat en position de challenger avec un discours renfermé et concret et des attaques contre son adversaire	➡ Caractéristique typique à un candidat en première place avec un discours métaphysique et ouvert sans mention de son adversaire
Je-montrés	Sans particularité notable	Mise en relief du manque de compétence communicative de son adversaire

<Tableau 6> Stratégies des candidats mises en pratique à travers les différents je

Conclusion

Dans ce travail, nous avons essayé d'analyser les éthos que les deux candidats qualifiés au second tour de la présidentielle de 2017 ont tenté de construire en se focalisant sur le pronom personnel *je*. Pour cela, nous avons retracé dans un premier temps, les grandes lignes de l'évolution de la notion d'éthos de la rhétorique à l'analyse du discours et évoqué les principales distinctions et notions autour de l'éthos, nécessaires pour notre analyse. Parmi ces points théoriques, nous avons abordé avec importance l'étude de l'éthos de crédibilité de N. Sarkozy et de F. Hollande faite par M. Roitman, et nous avons repris de cette étude les catégories d'éthos construits par le pronom personnel *je*, élaborées par le même auteur. Cependant, nous n'avons pas repris ces catégories en intégralité, considérant le contexte qui a changé, ainsi que la stratégie des différents candidats. Ensuite, nous avons quantifié le nombre de différents *je* utilisés par les deux candidats pour déduire la particularité de chacun des éthos et de chacun des candidats.

Les deux candidats ont tenté de se montrer présidentiables, dans un premier temps, avec les éthos d'idéologue, d'action et force et de la volonté politique qui sont les éthos directement reliés à leurs projets ou à leurs parcours politiques et donc permettant aux candidats d'accumuler le plus de crédibilité, aussi bien utilisés par N. Sarkozy et F. Hollande lors de la

présidentielle de 2012. Or, en dehors de ces trois éthos, qui sont, en quelques sortes indispensables chez les candidats à la présidentielle, les deux débatteurs ont plus montré chacun leurs caractéristiques :

En ce qui concerne M. Le Pen, nous avons pu noter que parmi les *je-dits*, elle utilise avec importance l'éthos de l'autorité, l'éthos du rassemblement et l'éthos de l'indignation. A travers l'éthos de l'autorité, elle fait preuve de son autorité montrée non seulement aux Français mais aussi à E. Macron, pour montrer que son adversaire est insuffisant pour être Président de la République et qu'elle est une leadeur forte, qu'est aussi une caractéristique des dirigeants de l'extrême droite, capable de s'imposer sur lui. Ensuite, M. Le Pen emploie avec importance l'éthos du rassemblement, avec un usage peu commun : en effet, le rassemblement dont il est question chez M. Le Pen concerne le rassemblement du peuple français contre la mondialisation économique et contre l'immigration. Contrairement aux autres candidats qui cherchent à montrer son habileté à rassembler tous les Français, peu importe leurs idéologies politiques à travers ce thème, la candidate du FN cherche à exclure l'existence des étrangers, y compris l'Europe, de la France avec cet éthos du rassemblement. Pour finir, avec l'éthos de l'indignation, M. Le Pen a manifesté sa colère envers E. Macron sur certains points sur lesquels les deux candidats n'ont pas les mêmes opinions. Il s'agit du projet économique et la sécurité. Sur ces sujets qui sont aussi les principaux points d'appui du FN, M. Le Pen renforce la différence entre son adversaire et elle, faisant d'E. Macron le fautif. Ainsi, la candidate

du FN a choisi une stratégie visant à se focaliser sur l'audience du FN, en incarnant les éthos agissant en tant que fonction de confirmation, satisfaisant ses partisans par le caractère fort ainsi que le renforcement idéologique qu'elle a montré par ces éthos. La candidate de l'extrême droite a en même temps tenté de conquérir les soutiens des candidats éliminés au premier tour qui avaient quelques engagements ou idées communs avec elle, sur le problème de l'immigration et sur les programmes économiques, la principale cible restant toujours les partisans du FN.

E. Macron, pour sa part, a tenté de conquérir les électeurs déçus par les hommes politiques bien connus des Français, qui n'ont pas réussi à satisfaire leurs attentes, donc les électeurs qui sont encore indécis ou qui avaient voté pour d'autres candidats au premier tour *via* l'éthos de la sincérité-fidélité, l'éthos de la volonté politique et l'éthos de la réfutation. E. Macron, par l'éthos de la sincérité-fidélité montre sa franchise dans plusieurs sens. Premièrement, il aborde véridiquement sa rupture avec l'ancien gouvernement tant impopulaire, ce qui lui a aussi permis de montrer sa différence entre les anciens politiques. Deuxièmement il montre sa franchise en se mettant en contraste avec les candidats qui ont eu des affaires corruptives. Le candidat d'En Marche ! a de même tenté de montrer sa différence avec l'ancien gouvernement en employant massivement l'éthos de la volonté politique, ce qui lui a permis de montrer aux Français sa volonté de changement, donc son désaccord avec l'ancien gouvernement. Pour finir, E. Macron, à travers l'éthos de la réfutation, s'est parvenu à

rectifier les attaques le discréditant, notamment les attaques concernant sa participation au gouvernement de Hollande dont parle souvent M. Le Pen pendant le débat. Ainsi E. Macron a choisi de conquérir le plus d'électeurs possibles par la fonction d'agrégation.

Pour finir, par les *je-autres*, M. Le Pen a montré le caractéristique d'un candidat distancé par son haute proportion d'allo-attribution et a révélé son côté agressif et E. Macron a montré le caractéristique d'un candidat en première place avec sa basse proportion d'allo-attribution. Pour finir, en ce qui concerne les *je-montrés*, alors que M. Le Pen n'en fait pas un usage remarquable, E. Macron réussit à souligner l'incompétence de son adversaire en tant que débatteur.

En effet, lors du second tour de la présidentielle 2017, la victoire d'E. Macron étant déjà déterminée, l'enjeu portait sur la différence de voix entre les deux candidats. Ainsi, les deux candidats, lors du Duel, ont adopté une stratégie peu commune dans ce contexte de débat télévisé avec une visée bien déterminée. En réalité, M. Le Pen a cherché « à dégrader l'image de Macron, quitte à perdre en crédibilité »[95] au lieu de montrer une image positive et crédible d'elle-même et E. Macron, qui avait prévu la stratégie de son adversaire, a énoncé dès le début du débat son but qui consiste à

[95] « L'objectif est de dégrader l'image de Macron, quitte à perdre en crédibilité » : comment Marine Le Pen s'est préparée au débat de l'entre-deux-tours, France info, 15/01/2018, https://www.francetvinfo.fr/politique/marine-le-pen/des-notes-publiees-par-mediapart-et-buzzfeed-eclairent-la-prestation-de-marine-le-pen-lors-du-debat-de-l-entre-deux-tours_2562441.html

« remédier » son image[96], affectée par les attaques de M. Le Pen. Cependant, nous pouvons noter que ces stratégies, dans la plupart du temps dédiées à l'attaque chez l'une et à la défense chez l'autre et les éthos propres à chacun des candidats n'ont pas permis de rendre ces deux débattant attractifs considérant le nombre d'abstention historique de 25,4%, avec un taux de participation qui a baissé par rapport au premier tour[97], une part considérable des électeurs de F. Fillon et de J.-L. Mélenchon s'étant abstenus ou ayant voté blanc.

Ainsi, dans ce travail, nous avons tenté d'analyser les éthos construits par E. Macron et M. Le Pen, les deux candidats peu habituels aux Français en tant que candidats à cette dernière étape de la présidentielle étant donné que M. Le Pen est d'un parti d'extrême droite et que E. Macron est un tout nouvel homme politique qui vient tout juste d'inaugurer son parti à lui. Pour ce, nous avons repris les catégories d'éthos élaborées par M. Roitman pour son analyse du débat de la présidentielle de 2012, ce qui nous a permis de relever la différence entre ces deux présidentielles. De même, pour procéder ce travail, nous avons pris en compte le phénomène d'allo-attribution d'éthos, qui n'était pas abordé dans le travail auquel nous nous sommes appuyés, manifesté dans ce débat-ci à travers le pronom personnel *je*, ce qui est fort inattendu considérant la nature de ce pronom personnel.

---

[96] E. Macron - « Depuis 30 ans, je n'ai jamais été ni Premier ministre, ni président de la République, Madame Le Pen, je vais faire le maximum pour remédier à cela. »

[97] 2nd tour présidentielle 2017 : sociologie des électorats et profil des abstentionnistes, Ipsos

Cependant, pour ce travail, nous nous sommes limités au pronom personnel *je* et les catégories d'éthos que nous avons pris en compte restent toujours instables malgré l'adaptation au contexte de 2017 que nous avons apportée. Les études prenant en compte les autres éléments linguistiques d'un autre point de vue, pour aborder les éthos qui n'ont pas pu être révélé dans ce travail, devront donc être réalisées prochainement.

Bibliographie

1. Support de l'analyse

Débat de l'entre-deux-tours de la présidentielle 2017

http://discours.vie-publique.fr/notices/173001416.html

2. Ouvrages et articles de périodiques

ADAM, Jean-Michel. 2015 *La linguistique textuelle : Introduction à l'analyse textuelle des discours*, Paris, Armand Colin

ALDUY, Cécile et WANICH, Stéphane. 2015 *Marine Le Pen prise aux mots, Décryptage du nouveau discours frontiste*, Paris, Seuil

ALDUY, Cécile. 2017 *Ce qu'ils disent vraiment. Les politiques pris aux mots*, Paris, Seuil

ALSAFAR, Ali. 2016 « L'ethos politique dans le discours électoral du Front National français entre 2007 et 2012 : ressemblance ou divergence? », *EL KHITAB* Volume 2, Numéro 22, pp.33-62

AMOSSY, Ruth. 1999 *Images de soi dans le discours. La construction de l'éthos*, Lausanne, Delachaux & Niestlé

AMOSSY, Ruth. 2000 *L'Argumentation dans le discours. Discours*

politique, littérature d'idées, fiction, Paris, Nathan

AMOSSY, Ruth. 2010 *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*, Paris, Presses Universitaires de France

BAIDER, Fabienne. 2015 « La parole inversée ? Marine Le Pen et son identité-ressource langagière », *Nouvelles perspectives en sciences sociales*, volume 11(1), pp.217–252

BARTHES, Roland. 1970 « L'ancienne rhétorique » [Aide-mémoire], *Communications*, 16, pp.172-223.

BENVENISTE, Emile. 1966 *Problèmes de linguistique général*, Paris, Gallimard

BOUDILLON, Julie. 2005 « Une femme d'extrême droite dans les médias. Le cas de Marine Le Pen », *Mots*. Les langages du politique 78, 79-89

CHARAUDEAU, Patrick. 2005 *Le discours politique : les masques du pouvoir*, Paris, Vuibert

CHARAUDEAU, Patrick et MAINGUENEAU, Dominique. 2002 *Dictionnaire de l'analyse du discours*, Paris, Seuil

COTTERET, Jean-Marie et al. 1976 *Giscard d'Estaing-Mitterrand, 54774 mots pour convaincre*, Paris, PUF

COULOMB-GULLY, Marlène. 1994 *Radioscopie d'une campagne. La représentation politique au journal télévisé*, Editions Kimé, Paris

DUCROT, Oswald. 1984 Le Dire et le dit, Paris, Éditions de Minuit

GERSTLE, Jacques et MAGNI-BERTON, Raul. 2014 *2012, la campagne*

présidentielle, Paris, L'Harmattan

GOFFMAN, Erving. 1973 *La mise en scène de la vie quotidienne 1. La présentation de soi*, Paris, Minuit

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. 2009 *L'énonciation de la subjectivité dans le langage*, Paris, Armand Colin

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. 2010 « L'impolitesse en interaction Aperçus théoriques et étude de cas », *Lexis*, HS 2

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. 2017 *Les débats de l'entre-deux-tours des élections présidentielles françaises : constantes et évolution d'un genre*, Paris, L'Harmattan

KORKUT, Ece et ONURSAL, Irem. 2009 *Pour comprendre et analyser les textes et les discours : théories et applications*, Paris, L'Harmattan

LABBE, Dominique et MONIERE, Denis. 2013 *La campagne présidentielle de 2012*, Paris, L'Harmattan

LAHIANI, Nadia. 2010 « Argumentation et impolitesse dans les débats politiques à caractère polémique », *Lexis*, HS 2

LAMIZET, Bernard. 2017 *Les mots et les voix – Le discours des candidats à l'élection présidentielle de 2017 en France*, Paris, L'Harmattan

LONGHI, Julien et SARFATI, Georges. 2011 *Dictionnaire de la pragmatique*, Paris, Armand Colin

LORRIAUX Aude. 2017 « Le "je" d'Emmanuel Macron », *Sciences Humaines*, Mensuel N°295

MAINGUENEAU, Dominique. 1991 *L'Analyse du discours : introduction*

aux lectures de l'archive, Paris, Hachette

MAINGUENEAU, Dominique. 1993 *Le contexte de l'oeuvre littéraire : Enonciation, écrivain, société*, Paris, Dunod

MAINGUENEAU, Dominique. 2000 *Analyser les textes de communication*, Paris, Nathan

MAYAFFRE, Damon. 2012 *Le discours présidentiel sous la Ve République : Chirac, Mitterrand, Giscard, Pompidou, de Gaulle*, Paris, Les Presses de Sciences Po

MAYAFFRE, Damon. 2012 *Nicolas Sarkozy : Mesure et démesure du discours (2007-2012)*, Paris, Les Presses de Sciences Po

PRISETTE, Nicolas. 2017 *Emmanuel Macron Le Président inattendu*, Paris, First-Grünt

ROITMAN, Malin. 2015 « L'ethos de crédibilité chez les candidats à la présidence : l'exemple du pronom je présidentiel dans le débat Hollande-Sarkozy 2012 », *Festival Romanistica*, Stockholm University Press, pp. 291–316.

ROUDIERE, Guy. 1999 Décrypter les débats télévisés, Paris, ESF

KIM, Kyuhee et CHOI, Yun Son. 2016 « Le changement de l'éthos du Front National : autour de l'emploi du pronom personnel « je » par Jean-Marie Le Pen et Marine Le Pen », *Revue d'étude francophone*, volume 26

3. Autres

1er tour présidentielle 2017 : sociologie de l'électorat, Ipsos, https://www.ipsos.com/fr-fr/1er-tour-presidentielle-2017-sociologie-de-lelectorat

2nd tour présidentielle 2017 : sociologie des électorats et profil des abstentionnistes, Ipsos, https://www.ipsos.com/fr-fr/2nd-tour-presidentielle-2017-sociologie-des-electorats-et-profil-des-abstentionnistes

Cote de confiance – Nicolas Sarkozy, Kantar TNS, https://www.tns-sofres.com/dataviz?type=1&code_nom=sarkozy

Cote de confiance – François Hollande, Kantar TNS, https://www.tns-sofres.com/ dataviz?type=1&code_nom=hollande

FIALA, Pierre et LEBLANC, Jean-Michel, « Autour de JE présidentiel », Louvain-La-Neuve : JADT 2004, http://lexicometrica.univ-Paris3.fr/jadt/jadt 2004/pdf/JADT_068.pdf

MAINGUENEAU, Dominique, « L'ethos, de la rhétorique à l'analyse du discours », 2012, http://dominique.maingueneau.pagesperso-orange.fr/introcompany .html

MAYER, Nonna. 2012 « L'électorat Marine Le Pen 2012 : un air de famille », Tri Elec 2012, https://sites.google.com/a/iepg.fr/trielec/resultats-analyses/enquetes-pre-electorales/vague-t1---jour-du-vote-du-1er-

tour/l%E2%80%99elector atmarinelepen2012unairdefamille

VERONIS. 2012 Jean, « *Je* revient »,

http://politicosphere.blog.lemonde.fr/2012/03/23/ sarkozy-je-revient/

VERONIS. 2012 Jean, « Moi, François Hollande »,

http://blog.veronis.fr/2012/05/debat -moi-francois-hollande.html

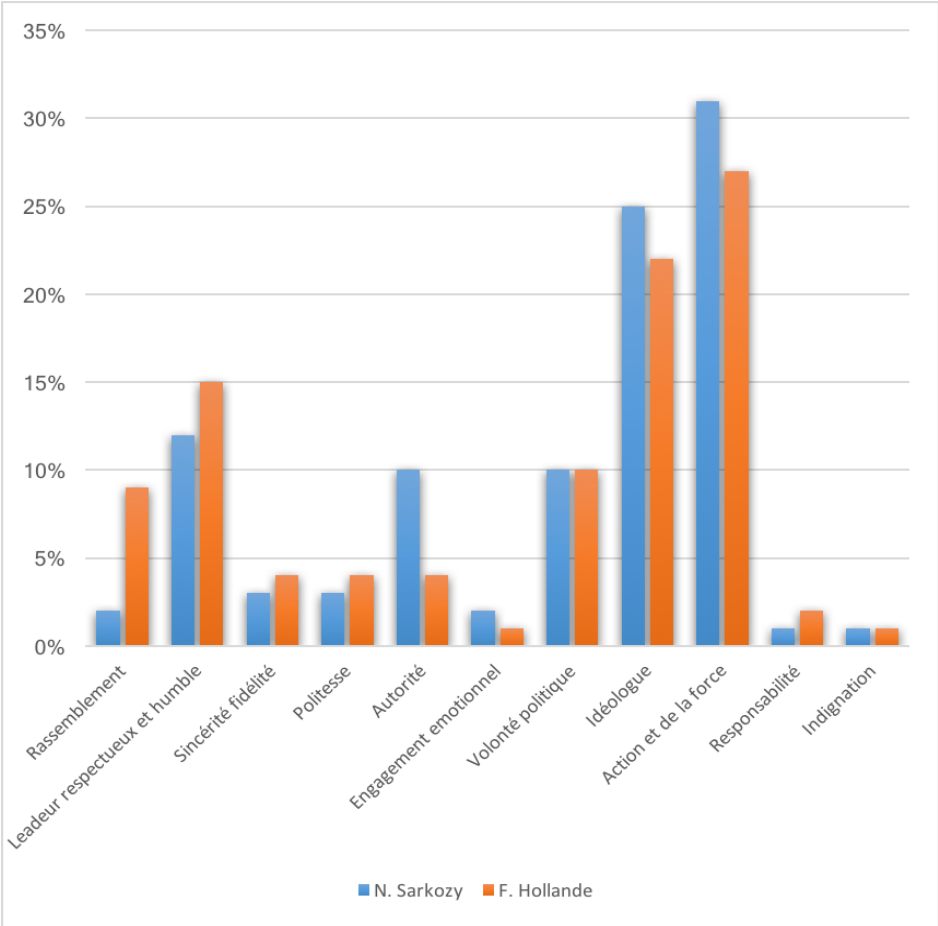
Annexe : Répartition des *je* lors du débat de 2012

	JE-DITS	JE-MONTRÉS	TOTAL
F. Hollande	210	67	277
N. Sarkozy	147	63	210
TOTAL	357	130	487

<Tableau 7> *Répartition des je de F. Hollande et de N. Sarkozy en occurrence*

	F. Hollande	N. Sarkozy	Total
Les *je-dits* :			
Je et l'éthos du rassemblement	18	3	21
Je et l'éthos du leadeur respectueux et humble	31	18	49
Je et l'éthos de la sincérité-fidélité	9	4	13
Je et l'éthos de la politesse	9	5	14
Je et l'éthos de l'autorité	8	15	23
Je et l'éthos de l'engagement émotionnel	3	3	6
Je et l'éthos de la volonté politique	22	14	36
Je et l'éthos de l'idéologue	46	37	83
Je et l'éthos de l'action et de la force	56	45	101
Je et l'éthos de la responsabilité	5	2	7
Je et l'éthos de l'indignation	3	1	4
Total je-dits	**210**	**147**	**357**
Les *je-montrés* :			
Je et l'éthos de la maitrise du discours	28	18	46
Je et l'éthos du positionnement du pouvoir	39	45	84
Total *je-montrés*	**67**	**63**	**130**
Total des *je*	**277**	**210**	**487**

<Tableau 8> Répartition des je-dits et des je-montrés de F. Hollande et de N. Sarkozy en occurrence



<Graphique 9> *Répartition des je-dits de F. Hollande et de N. Sarkozy en pourcentage*

국 문 초 록

2017 프랑스 결선 토론에서 나타난 마크롱과 르펜의 정치 에토스 분석:
– 인칭대명사 je를 중심으로 –

윤 유 희
불어불문학과 불어학전공
서 울 대 학 교

고대 수사학에서 에토스는 ‘웅변가가 청중에게 영향을 미치기 위해 표현 방식으로 나타내는 자신의 이미지’라 정의된다. 이후, 20세기에 들어 프랑스 담화분석에서 에토스의 개념은 ‘화자가 담화를 통해 만들어내는 자신의 이미지’를 가리키게 되며, 정치 담화 연구에서도 중요하게 다루어진다.

본 논문은 2017년 프랑스 대선의 결선토론에서 두 후보자들이 표방한 에토스를 분석하는 것을 목표로 한다. 2017년 프랑스 대선은 기존 대선과는 다른 양상으로 흘러갔다. 항상 결선 자리를 지켜오던 공화당과 사회당 후보들이 탈락하고 신당 En Marche!의 후보 마크롱과 국민전선의 르펜이 결선 투표에 진출했다. 이러한 결과를 통해 우리는 국민들에게 비교적으로 알려지지 않은 두 후보자들의 에토스가 중요하게 작용하였을 것으로 간주한다. 따라서 본 논문은 프랑스의 결선 토론, 즉, le débat de l’entre-deux-tours에서 르펜과 마크롱이 어떤 에토스를 표방했는지 인칭대명사 je를 통해 분석한다.

우리는 마크롱과 르펜이 구축한 에토스를 분석하기 위해, 2012년 사르코지와 올랑드의 결선 토론 에토스를 인칭대명사 je를 통해 분석한 로이트먼의 논문을 참고한다. 로이트먼의 경우, 기존 언어학자들이 언급해왔던 je의 두 가지 성격을 그대로 차용하여 je-dits 그리고 je-montrés로 나누어서 후보자들의 에토스를 분석한다. 본 논문에서는 이 두 분류를 그대로 차용하여 allo-attribution d'éthos를 다룬다. 또한 후보자들 사이 공격이 특히 많았던 2017 결선 상황에 맞추어 je-autres라는 새로운 항목을 추가하여 allo-attribution d'éthos도 함께 다룬다.

연구를 통해 우선, 두 후보자들이 가장 많이 사용한 에토스가 일치하는 것을 볼 수 있다. Idéologue, volonté politique 그리고 action et force의 에토스들은 모두 후보자들의 정책과 공약과 직접 연관되는 에토스들이다. 즉, 두 후보 모두 정책에 대한 진지한 모습을 우선적으로 나타낸다. 또한 2012년 결선토론에서도 당시 후보자들이 이 에토스들을 비교적 많이 사용하는 것으로 보아 idéologue, volonté politique 그리고 action et force는 정치인에게 가장 많은 신뢰감을 줄 수 있는 에토스라는 결론이 도출된다.

르펜은 je-dits를 통해 마크롱에게 보여주기 위한 autorité, 민족주의적 rassemblement 그리고 이슬람과 경제위기에 의한 indignation의 에토스를 구현한다. 마린 르펜은 아버지와는 또 다른 모습으로 국민전선을 이끌어가며 당의 이미지를 완화시키고, 더 많은 당원들을 끌어 모았다는 평가를 받아왔다. 그러나 결선토론에서는 rassemblement과 indignation의 에토스를 표방하며 장 마리 르펜과 닮은 모습을 보여준다. 르펜은 국민전선의 기반이 되는 사상을 강조하며, 기존 지지층이 원하는 이야기를 하는 확인 기능fonction de confirmation을 통해 국민전선의 지지층을 중심으로 자신과 일부 공약이나 성향이 일치하는 공화당의 피용 또는 극좌의 멜랑숑 지지자들을 모아들인다.

마크롱은 르펜의 공격을 방어하기 위해 réfutation, 청렴결백한

정치인의 이미지를 선점하며 자신과 기존의 정치인들과의 차이를 만드는 sincérité-fidélité, 그리고 이전 정부와 자신을 분리시키기 위한 volonté politique의 에토스를 구현한다. 마크롱은 특히 sincérité-fidélité와 volonté politique의 에토스를 통해 실패한 이전 정치인들과 차별점을 둔다. 그는 기성 정치인들에게 실망하여 그 누구도 신뢰하지 못하는 유권자들을 공략하며 아직 결정을 내리지 못한 유권자들을 겨냥한 확산 기능 fonction d' agrégation을 위주로 에토스를 표방하는 전략을 선보인다.

마지막으로 두 후보자들은 서로 다른 특징을 보이며 je-autres를 통해 상대에게 에토스를 부여한다. 르펜은 je-autres의 높은 사용빈도를 통해 뒤처지는 후보의 전형적인 특징을 보이고 있다. 그녀는 구체적인 담화 속에서 공격적으로 상대에게 에토스를 부여한 반면, 마크롱은 je-autres를 적게 사용하며 앞서 나가는 후보의 특징을 보인다. 즉, 그는 상대방에 대한 언급을 적게 사용하는 전략을 펼친다.

이와 같이 두 후보자들 모두 서로 다른 특징의 에토스를 표방하는 것으로 나타난다. 결과적으로 두 후보자들은 유권자들이 중요한 선택을 내리는데 큰 도움이 되어야 할 결선 토론에서 공격과 방어에 중점을 두며, 자신을 충분히 어필하지 못했다. 2017 결선 투표는 역대 가장 많은 기권표가 생긴 투표로 기록되며, 두 후보자들은 이번 결선 토론에서 구현하고자 한 에토스를 통해 기존의 주류 정치인들에게 주어진 표심을 완전히 돌려세우는 데는 성공하지 못했다고 볼 수 있다.

주요어 : 에토스, 에마뉘엘 마크롱, 마린 르펜, 결선 토론, 2017 프랑스 대선
학 번 : 2015-22448