

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Кафедра іспанської та французької філології**

**Кваліфікаційна робота здобувача вищої освіти ступеня «магістр»  
на тему: « Вербальні та невербальні способи маніпулювання у  
французькому політичному дискурсі »**

*Допущено до захисту*  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ *2019 року*

Студентки групи Ммлф 02-18  
факультету романської філології і перекладу  
освітньо-професійної програми  
Сучасні філологічні студії (французька мова і  
друга іноземна мова): лінгвістика і  
перекладознавство  
за спеціальністю 035 Філологія  
**Рабчун Анастасії Ігорівни**

*Завідувач кафедри*  
*іспанської та французької*  
*філології*

\_\_\_\_\_ **Савчук Р.І.**  
(підпис) (ПІБ)

Науковий керівник:  
доктор філологічних наук, проф. Савчук Р.І

Національна шкала \_\_\_\_\_  
Кількість балів \_\_\_\_\_  
Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT ET DE LA SCIENCE DE L'UKRAINE

UNIVERSITÉ NATIONALE LINGUISTIQUE DE KYIV

Département de philologie espagnole et française

Mémoire de master en linguistique

sur le sujet : « Moyens verbaux et non verbaux de manipulation dans le discours politique français »

*Admis à soutenir*

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019

Par l'étudiant(e) du groupe Mmlf02-18  
de la faculté de philologie romane et de  
traduction  
du programme de formation professionnelle  
Études philologiques contemporaines  
(la langue française et la langue seconde):  
linguistique et traduction  
spécialité 035 Philologie  
**Anastasiia Rabchun**

*Chef du département de  
philologie espagnole et française*

\_\_\_\_\_  
Savchuk R.I.

(signature)

(nom, prénom)

Directeur de recherche:  
Docteur en sciences philologiques,  
prof. Savchuk R. I.

Échelle nationale \_\_\_\_\_

Quantité de points \_\_\_\_\_

Note ECTS \_\_\_\_\_

## Анотація

Темою поданої роботи є вербальні та невербальні засоби маніпулювання у французькому політичному дискурсі.

Дослідження мовної маніпуляції дозволяє розкрити нові аспекти взаємодії мови, пізнання і суспільства, більш чітко виявити і описати особливості когнітивної та інтерпретативних складових розумового процесу, розширити уявлення про політичне спілкування. Особливу увагу присвячено основним стратегіям та тактикам маніпуляції також невербальним заобам спілкування.

Актуальність обраної теми полягає у тому, що політичний дискурс присутній у всіх сферах нашого життя. Він прагне приховати реальність та показати її кращою, маючи на меті змусити громадян приймати рішення, вигідні для керуючої влади. Таким чином, дослідження феномену політичного дискурсу та апарату, яким він оперує, дозволяє краще виокремлювати випадки намагань влади маніпулювати своїм народом.

Політичний дискурс змінюється із плином часу. Державний прогрес проникає у сферу політики, чим змінює загальноприйняті терміни та поняття. З цього випливає, що політичний дискурс постійно еволюціонує, що надає ґрунт для перманентного пошуку нових засобів, які невпинно з'являються у цій сфері.

В ході дослідження було доведено, що політичний дискурс є особливим жанром дискурсу, якому притаманний цілий ряд особливостей.

Опрацьована тема є актуальною, перспективною та містить матеріал, який може слугувати основою для більш детального дослідження політичного дискурсу а також для вивчення дисциплін із стилістики та лексикології у вищих навчальних закладах.

Ключові слова: маніпуляція, вербальна комунікація, невербальна комунікація, політична промова.

## TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION.....	5
CHAPITRE 1. ASPECT THEORIQUE DE L’ETUDE DE LA MANIPULATION PAR LA LANGUE DANS LA PRAGMATIQUE COGNITIVE MODERNE ET DANS L’ANALYSE DU DISCOURS.....	8
1.1 Notion de la manipulation.....	8
1.1.1 Types de manipulation linguistique.....	13
1.1.2 Manipulation du langage dans le cadre de l'analyse du discours critique .	15
1.1.3 Cadre conceptuel et objet d'étude d'analyse du discours critique.....	17
1.2 Manipulation linguistique en tant que phénomène social.....	18
1.2.1 L'aspect cognitif de la manipulation linguistique.....	19
1.2.2 Paramètres discursifs de la manipulation linguistique.....	21
1.3 Classification des tactiques linguistiques et des stratégies d'influence .....	24
1.3.1 Moyens non verbaux de communication dans discours politique .....	26
Conclusions du chapitre 1 .....	30
CHAPITRE 2. DISCOURS POLITIQUE AU SEIN DES PARADIGMES SCIENTIFIQUES MODERNES .....	32
2.1 Discours politique dans les études politiques et sociologiques .....	32
2.1.1 Notion de discours politique au sein des approches discursives .....	35
2.1.2 Caractéristiques du discours politique .....	39
2.2 Fonctions du discours politique .....	42
2.3 Discours politique sous l'angle des médias.....	44
Conclusion du chapitre 2.....	48

CHAPITRE 3. MOYENS VERBAUX ET NON VERBAUX DE MANIPULATION DANS LE DISCOURS POLITIQUE FRANÇAIS (ANALYSES A LA BASE DES DISCOURS D'EMMANUEL MACRON) .....	50
3.1 Image de marque d'Emmanuel Macron dans les médias et la politique .....	50
3.2 Moyens d'influence grammaticaux dans le discours politique .....	52
3.3 Vocabulaire stylistiquement marqué dans le discours politique.....	54
3.4 Analyse de l'emploi des stratégies et les techniques de la manipulation dans la publicité politique à la télévision par Emanuel Macron .....	62
3.4 Interprétation de l'analyse discursive .....	63
Conclusions du chapitre 3 .....	70
CONCLUSION GENERALE.....	72
DICTIONNAIRES .....	84
SOURCES D'ILLUSTRATION.....	86

## INTRODUCTION

Dans le monde moderne, l'homme a besoin de tous les moyens de manipulation dans sa lutte pour l'existence. Cela contribue à la manipulation quotidienne par délibéré, sans le réaliser.

Donc, une personne moderne est un manipulateur, peu importe qui c'est. Les manipulateurs sont tout autour de nous, dans chacun d'entre nous il y a un manipulateur qui utilise constamment tous trucs pour accomplir quelque avantage pour lui-même.

La manipulation est une priorité absolue dans la vie quotidienne de civilisations, où les systèmes de pouvoir, les conflits d'intérêt, les rapports de forces sont les phénomènes les plus communs du présent.

La manipulation se développe sur le fond de pleins de conscience, langue et hiérarchie de société, où il y a un grand nombre d'actions réciproques et chaque membre veut en profiter.

Nous nous sommes penchées sur la stratégie de communication du président de la République, Emmanuel Macron, afin d'en relever certains aspects de manipulation pendant ses discours prononcés. Pour cela, nous avons utilisé les analyses discursive et sémiotique, qui consistent à interpréter la forme et le fond des langages, en répondant à la question « Comment Emmanuel Macron a-t-il réussi à convaincre et influencer les gens ». En analysant l'image qu'il renvoyait et ses discours, nous nous sommes aperçues que ses politiques relevaient à la fois de la neutralité et de la dualité, qui sont deux concepts contradictoires.

Les concepts de dualité et de neutralité sont normalement contradictoires, mais nous avons conclu qu'Emmanuel Macron parvenait à combiner les deux en ayant recours à de nombreuses métaphores ou images qui relèvent de l'imaginaire collectif, comme celle du « président jupitérien » ou encore celle du roi qui traverse la cour du Louvres le soir de son élection, d'après les savants, ce sont donc les images de la « métacomplexité ».

**L'actualité de cette recherche** est liée au fait que pendant les dernières années la linguistique en tant que science a approuvé le phénomène que la manipulation

linguistique stimule un vif débat dans tous les domaines et représente des sources inépuisables associées aux aspects cognitifs et psychologiques permettant de mieux comprendre la nature humaine.

**Le sujet d'étude** de cette recherche constitue le discours politique de même que ses principales caractéristiques manipulatrices en général et les propos de l'actuel président français Emmanuel Macron en particulier.

**L'objet de notre travail** représente les moyens verbaux et non verbaux de manipulation et leur application dans les discours d'Emmanuel Macron, président de la République française.

En définissant une personne comme un être social « qui survient et existe seulement dans l'action réciproque avec d'autres » le processus d'action réciproque implique un peu d'influence l'un sur l'autre [57]. Ainsi, dans notre étude, on comprend le concept de manipulation et de l'influence manipulatrice comme synonyme. Cette étude est consacrée à la description du phénomène de discours politique comme une sphère de la réalisation de l'influence manipulatrice.

Les discours politiques sont présents dans nos sociétés modernes, à travers tous ces médias qui contribuent à édifier l'espace public, diffusant plus ou moins explicitement leurs tendances idéologiques et offrant ainsi des perspectives d'analyse très variées.

**Le but de la recherche** implique l'interprétation et la mise en analyse des moyens de la manipulation, utilisés dans les discours politiques d'Emmanuel Macron.

**Pour atteindre le but**, nous nous sommes fixés les tâches suivantes :

1. Étudier le phénomène de la manipulation, son rôle et sa place dans la linguistique en nous appuyant sur les travaux des linguistes dans le domaine de la théorie d'analyse du discours critique.
2. Analyser la notion d'analyse du discours critique et observer ses caractéristiques définitives et ses fonctions.
3. Révéler le caractère manipulateur et idéologique du discours politique.
4. Faire ressortir les moyens verbaux et non verbaux de manipulation utilisés par Emmanuel Macron.

5. Analyser la manière dont la manipulation se manifeste dans les discours d'Emmanuel Macron.

Dans notre mémoire de master nous avons fait recours aux méthodes suivantes:

- la syntèse et l'analyse des ouvrages scientifiques de la linguistique et de la linguistique politique ;
- l'analyse sémantique ;
- la méthode de l'interprétation pragmatique ;
- la méthode hypothético-déductive ;
- méthodes de l'interprétation sémantique et pragmatique ;
- l'analyse discursive ;
- l'analyse sémiotique.

**La valeur théorique** de notre mémoire est liée au fait que la portée réelle d'utilisation de la manipulation dans le monde politique et médiatique actuel est assez considérable; les résultats pouvant être appliqués aux recherches dans la théorie de communication, la pragmatique linguistique, la stylistique du français moderne. Les résultats de nos recherches approfondissent et élargissent la connaissance établie de la situation de communication, forment une compréhension scientifique de la structure compositionnelle du discours politique, déterminent le statut linguistique du discours politique en tant que type de texte particulier.

Quant à **la valeur pratique** de notre recherche, ses résultats peuvent être appliqués en tant que renseignements supplémentaires aux cours de la lexicologie et de la stylistique ainsi que dans l'apprentissage de la langue française.

**La structure de l'étude.** Ce mémoire de master se compose d'une introduction, de trois chapitres, d'une conclusion, d'un résumé en ukrainien et d'une bibliographie contenant les travaux des savants nationaux et étrangers aussi bien que les liens vers les sites d'Internet.

**L'approbation du mémoire de mastère.** Les idées essentielles de base et les résultats de cette recherche ont été discutés et approuvés lors de la conférence scientifique « L'Ukraine : le dialogue des langues et des cultures » à l'Université nationale linguistique de Kyiv (mars, 2019).

## CHAPITRE 1

### **Aspect théorique de l'étude de la manipulation par la langue dans la pragmatique cognitive moderne et dans l'analyse du discours**

Depuis le début du XXème siècle, l'attention pour la manipulation n'a fait qu'amplifier. Cela peut être dû au fait de la globalisation et au développement des moyens de communication qui impliquent le besoin de persuader, d'influencer, de capter l'attention. Que ce soit dans la presse, dans les discours politiques ou religieux, jamais le discours de manipulation n'a été aussi mis en valeur [4].

Une manipulation est un concept unique et universel, qui a une nature double et est utilisé dans la psychologie et linguistique. Elle peut être considérée comme un ensemble complexe de comportements sociaux, verbaux ou non verbaux, qui définissent un type de relations entre les individus.

#### **1.1 Notion de la manipulation**

De nombreux savants tels que Maillat Antonine, Braiker Harriet, Smith Oswald Jeffrey examinent la manipulation comme un problème du point de vue psychologique [12]. Cependant, on pense aussi qu'il faudrait l'aborder de manière pragmatique; car cette vision se limite à la « *pragmatique cognitive* » [95].

Par conséquent, on estime qu'il est nécessaire de révéler le plus grand nombre possible d'aspects pragmatiques de la manipulation afin de situer son interprétation à la bonne place. Dans cette étude, en ce qui concerne l'utilisation de la langue, on pense que la manipulation est plus pragmatique que psychologique. Nous nous sommes donc donné pour une tâche de révéler cette nature particulière de celle-ci. Néanmoins, une idée de base sur la notion elle-même est jugée nécessaire avant de commencer à révéler son caractère pragmatique. Cette dernière tâche à révéler le caractère pragmatique de la manipulation, est accomplie en l'étudiant par le biais de ses relations avec diverses théories et notions pragmatiques afin de faire la lumière sur le mécanisme pragmatique auquel les manipulateurs ont recours quand ils ont l'intention de manipuler les autres.

Avant que nous entreprenons un compte plus théorique et l'analyse de quelques données, nous avons besoin d'être plus explicites sur la sorte de manipulation que nous allons étudier. Comme suggéré, la manipulation est considérée ici comme *une pratique communicative et interactionnelle, dans laquelle un manipulateur exerce le contrôle sur d'autres gens, d'habitude contre leur volonté ou contre leurs intérêts*. Il convient de définir le terme de manipulation, au regard de l'ambiguïté de ses significations. Le mot «manipuler» vient du latin «manipulus», «poignée de manus», «main») [103]. La première attestation du terme de la manipulation date du XIV<sup>e</sup> siècle. Il existe beaucoup de définitions du terme dans la linguistique, mais aucune d'entre elles n'a trouvé une acceptation universelle. Certains chercheurs pensent que la définition du terme est du même complexe que la définition du mot.

Les dictionnaires multiples traitent le terme «manipuler» des façons différentes. Le dictionnaire «Larousse», par exemple, présente le verbe comme: «*tenir un objet dans ses mains lors d'une utilisation quelconque*» [130]. Dans le dictionnaire «Le Petit Robert» on indique que «manipuler» c'est «*soumettre des données à un traitement plus ou moins malhonnête; trafiquer*» [87].

Comme on le voit, la manipulation appartient à la catégorie d'influence sociale. Le but du communicateur est de se former ou à changer (ou maintenir quelquefois) une certaine opinion ou une attitude vers un sujet donné, selon l'intérêt du communicateur.

La manipulation n'implique pas seulement la notion de pouvoir, mais spécifiquement l'abus de pouvoir, c'est-à-dire la domination [97]. D'une manière concrète, la manipulation implique l'exercice d'une forme d'influence illégitime au moyen du discours: les manipulateurs persuadent d'autres ou font des choses qui sont dans l'intérêt du manipulateur et contre les intérêts du manipulé [70].

Dans un sens plus large, une telle influence illégitime peut aussi affecté par les dessins, les photos, les films ou d'autres médias [98]. Effectivement, il existe beaucoup de formes de manipulation communicative contemporaine, par ex. par les médias, sont multimodales, comme est typiquement le cas dans la publicité [73].

Sans les associations négatives, la manipulation pourrait être une forme de la persuasion (légitime) [30]. La différence cruciale est dans ce cas-là que la persuasion les

interlocuteurs sont libres de croire ou agir comme ils plaisent, selon si en effet ils acceptent les arguments du flingue, alors que dans la manipulation les destinataires sont typiquement assignés un rôle plus passif: ils sont des victimes de manipulation.

Cette conséquence négative de discours manipulateur se produit typiquement quand les destinataires sont incapable de comprendre les intentions réelles ou voir les pleines conséquences des convictions ou des actions recommandées par le manipulateur. Cela peut être le cas surtout quand les destinataires manquent de la connaissance spécifique qui pourrait être utilisée pour s'opposer à la manipulation [106].

R. Goodin, linguiste américain, a défini le terme manipulation comme « un influence trompeuse et dissimulée adoptée par un orateur (un manipulateur) délibérément et directement affecter les croyances, les désirs et / ou les émotions d'une manière généralement pas dans son intérêt ou, du moins, pas dans son l'intérêt personnel dans le contexte actuel » [47].

Comme R. Goodin, le scientifique A. Ware définit la manipulation comme « *une sorte de influence cachée du locuteur sur la personne manipulée qui n'a aucune connaissance ou ne comprend pas les moyens par lesquels le le manipulateur affecte ses choix* » [100].

Le fait de considérer la manipulation comme une sorte de influence cachée permet à de nombreux chercheurs de voir le processus dans son ensemble comme un processus pragmatique qui atteint ses objectifs sans détection évidente de l'intention secrète de la communication.

Certains théoriciens considèrent la manipulation comme une sorte de persuasion défectueuse. Claudia Mills précise, par exemple, que la manipulation est censée être une persuasion légitime offrant de bonnes raisons, mais en réalité, de mauvaises raisons sont proposées [20].

Regina Blass définit la manipulation comme une sorte de tromperie, et qu'il s'agit d'une tentative d'influencer la cible de telle sorte que son comportement ou son action soit utilisé comme un moyen d'atteindre les objectifs du manipulateur. Ce dernier, à son tour, agit sans contrainte, de sorte que l'auditeur (sa cible) ne discerne pas les actions de celui-ci [11]. En bref, la manipulation est certainement une forme de déception due à sa

nature secrète. On peut donc dire que l'idée principale est que la manipulation consiste de deux formes: la tromperie et la persuasion.

Steven McCornack s'étend affirme que « *les messages manipulateurs sont trompeurs car qu'ils constituent des déviations par rapport aux principes sous-jacents à la compréhension conversationnelle, mais qu'ils restent des déviations cachées* ». La personne qui est manipulée ne sait pas que l'information est manipulée [71].

En fait, de nombreux chercheurs ont tenté à diverses reprises d'expliquer la notion du terme dans un cadre linguistique. Ainsi, Paul Danler affirme que l'utilisation de la langue est subjective et que tout, y compris la manipulation, peut être exprimé sur le plan linguistique [25, p. 32].

L. de Saussure souligne que « *manipuler consiste à se servir de ses mains pour fabriquer un objet en tant qu'instrument permettant de réaliser les choses ou les actions avec les mains, et parfois pour changer la forme originale de l'objet* » [23]. À cet égard, de Saussure présente deux points de vue en relation avec le discours manipulateur. Premièrement, le discours manipulateur peut être un type de discours, donc identifiable par des caractéristiques formelles. Deuxièmement, le discours manipulateur peut être un type d'utilisation de la langue [29].

En réalité, sa justification de la conception antérieure est que, si le discours manipulateur est un type de discours, comme la narration, une pièce de théâtre ou un conte de fées, alors certaines formes linguistiques ne peuvent être trouvées que dans les discours manipulateurs, ou les discours manipulatifs sont soutenus par un type unique de structure, par exemple des structures argumentatives spécifiques. Dans les deux cas, ces particularités constitueraient un fondement formel pour l'identification manipulative du discours [24].

De plus, T. van Dijk précise que la manipulation est une pratique communicative et interactive, dans laquelle un manipulateur exerce un contrôle sur le public, généralement contre leur volonté ou contre leur intérêt. Cela peut justifier pourquoi, dans l'usage quotidien, le concept de manipulation a des associations négatives – la manipulation est « *mauvaise* » – car une telle pratique viole les normes sociales. Cela amène D. Lillian [64] à affirmer que les destinataires d'énoncés manipulateurs seraient

*« inconscients des structures linguistiques affectant leurs perceptions, contrairement aux locuteurs/auditeurs de toute autre forme de discours » [96].*

Sur la base des points de vue susmentionnés, des tentatives récentes ont été faites pour traiter la manipulation en tant qu'acte linguistique doté d'un grand potentiel créatif [7]. D'après D. Lillian la manipulation est définie comme « toute interaction verbale considérée du point de vue de sa motivation et réalisée par le sujet (orateur) et l'objet (auditeur) de la communication » [26, p.78]. En ce sens, la manipulation peut inclure de tels éléments clés comme intention «négative» du locuteur (manipulateur) et caractère caché d'influence et couche masquée de données linguistiques difficilement séparable du contenu informationnel [26, p. 130].

Une autre tentative de comptabilisation de la manipulation identifie trois types de manipulation distincts:

1. la manipulation d'options (dans laquelle les options de l'environnement sont modifiées en augmentant ou en diminuant les options disponibles ou en récompensant ou en punissant des punitions) ;
2. la manipulation d'informations (dans laquelle la perception des options par la personne est modifiée de manière à ne pas affecter de manière persuasive sa compréhension de la situation) ;
3. la manipulation psychologique (dans laquelle la personne est influencée par la modification de processus mentaux autres que ceux impliqués dans la compréhension) [39].

Malgré l'intérêt évident et indéniable pour la manipulation de la parole, une définition exacte d'un concept donné, sur laquelle tous les chercheurs de ce problème seraient d'accord, n'existe pas jusqu'à présent. La manipulation de la parole est un processus de persuasion du destinataire, qui occupe un lien intermédiaire entre la suggestion et la preuve en tant que processus d'influence visant des réactions incontrôlées ou mal contrôlées du destinataire, liées à la fois au domaine de la conscience et au domaine des émotions, avec une éventuelle évaluation critique partielle des informations fournies.

1.1.1 Types de manipulation linguistique. La manipulation de la conscience et du comportement présuppose l'existence d'un sujet et d'un objet de manipulation, une influence sur la sphère de motivation de l'auditeur.

Ces facteurs, parmi d'autres, constituent le fondement de la classification des types de manipulation linguistique élaborés dans la littérature linguistique et les travaux dans le domaine de la psychologie.

Selon la sphère d'activité mentale, *la manipulation linguistique* est divisée en rationnelle et émotionnelle. Pour tenter d'influencer le comportement de l'interlocuteur, les locuteurs peuvent affecter leur sphère rationnelle. Pour ce faire, ils utilisent des faits et des arguments convaincants ayant un impact sur la conscience des gens.

Le but de *la manipulation émotionnelle* est l'expression des émotions du locuteur et l'acquisition de la réaction émotionnelle réactive d'un auditeur qui entraînerait des changements dans son comportement. Il existe deux types de manipulation émotionnelle: **directe** (c'est-à-dire réalisée par l'appel originel envers le côté rationnel de l'auditeur) et **indirecte** (c'est-à-dire réalisée par la création de la figurativité, défaut divers de la pensée logique).

Selon le caractère de l'interaction sujet-objet, la manipulation peut être *directe* (c'est-à-dire que le sujet présente ouvertement ses demandes à l'objet de la manipulation) et *indirecte* (c'est-à-dire, une manipulation dirigée vers l'environnement plutôt que vers l'objet).

La méthode directe de manipulation linguistique comprend les formes du système linguistique associées à un certain sens, exprimant directement l'illocution correspondante, c'est-à-dire le but de communication du locuteur.

Ainsi, par exemple, les énoncés déclaratifs et interrogatifs sont conditionnellement liés aux forces illocutoires du message. La méthode indirecte d'expression de l'intention de communication présuppose l'utilisation de formes langagières pour exprimer une force d'illocution non liée à leur signification linguistique directe. Les formulaires indirects n'expriment pas ouvertement les intentions du locuteur.

Selon la conscience des actions linguistiques, *la manipulation* peut être *intentionnelle* et *non intentionnelle*. En cas de manipulation linguistique intentionnelle, le sujet vise un résultat précis de la part de l'objet à manipuler. La manipulation linguistique non intentionnelle est exercée de manière involontaire, le sujet ne visant pas à obtenir des résultats de la part de l'auditeur.

Selon le type d'action linguistique, la manipulation peut être:

- *sociale* (actes de langage non informatifs avec clichés sous forme de salutations, serments, prières);
- *volontaire* (actes de langage consistant à suivre la volonté du locuteur sous forme d'ordonnances, de demandes, de refus, de conseils, etc.);
- *informationnelle* et *estimative* (actes de langage établissant des relations émotionnelles morales, légales, interpersonnelles en public sous forme de réprobation, de louange, d'accusation, d'insulte, de menace) [111].

Le critère perlocutionnaire (réaction du destinataire) permet de discriminer les types de manipulation linguistique suivants:

- **évaluative** (changement de la relation sujet-objet, sens connotatif de l'objet pour le sujet);
- **émotionnel** (formation d'une humeur émotionnelle générale);
- **rationnel** (reconstruction de la structure catégorique de la conscience individuelle, introduction de nouvelles catégories) [91].

Selon l'orientation vers l'interlocuteur, la manipulation peut être *personnalisée* et *orientée* vers la société. La manipulation linguistique axée sur la personne est dirigée vers l'auditeur par le locuteur qui construit l'image de son interlocuteur afin d'obtenir l'effet souhaité. En cas de manipulation orientée vers la société, le locuteur ne construit pas l'image d'un auditeur séparé, mais crée l'image généralisée d'un groupe dans son ensemble [87, p.29].

Chaque type de manipulation linguistique peut faciliter la réglementation de l'activité de l'interlocuteur et modifier son comportement [118, p.30].

*La manipulation linguistique* est basée sur des mécanismes qui obligent l'auditeur à percevoir les messages verbaux sans discernement et facilitent la création d'illusions

et de fausses perceptions qui ont un impact sur les émotions du destinataire et le poussent à accomplir des actions avantageuses pour l'orateur [118, p.45].

Une forme non productive d'affection manipulatrice est associée au désir d'influencer secrètement la conscience de l'interlocuteur afin de le contrarier, c'est-à-dire de lui donner un malaise psychologique [120]. En d'autres termes, la manipulation non productive est une action linguistique visant à manifester la suprématie sur l'interlocuteur par preuve de son imperfection, de son infériorité, qui conduit à se soumettre aux exigences du locuteur.

Le but de *la manipulation productive* est de gagner un partenaire communicatif et de manipuler son comportement en exploitant ses faiblesses. Dans ce cas, l'initiateur de la communication devient un donneur volontaire qui positionne son interlocuteur dans une situation de bien-être social, de supériorité de statut. Les moyens les plus faciles de manipulation sont le compliment et la flatterie.

Une manipulation à la fois productive et non productive du comportement du destinataire présuppose une influence sur sa sphère émotionnelle, par opposition à d'autres formes de renforcement de la volonté faisant appel à la sphère rationnelle.

La forme d'interaction et de manipulation linguistique la plus haute est la communication au niveau d'actualisation coopérative qui constitue l'alternative optimale d'une communication efficace. Le paramètre comportemental fondamental de l'agent d'actualisation est le respect de l'individualité de l'interlocuteur, de son égalité principale et de l'ouverture des techniques de manipulation. Actualiser la communication est basé sur le désir de se produire la sympathie de l'auditeur. Il convient de noter que la maîtrise de l'actualisation de la communication n'est pas une tâche facile. Ainsi, dans la vie quotidienne, les formes manipulatrices sont prédominantes.

1.1.2 Manipulation du langage dans le cadre de l'analyse du discours critique. Dans ce chapitre, nous allons montrer comment nous pouvons nous diriger vers l'analyse du discours politique en utilisant les instruments offerts par l'analyse du discours critique.

L'appel à la théorie de l'analyse critique du discours dans ce travail tient au fait que cette approche est centrée sur l'étude de la composante linguistique des interactions sociales afin d'identifier les intentions et les intérêts cachés dans le système de relations sociales et le résultat de leur impact sur ce système.

L'interprétation de la langue en tant que « *moyen de domination et de pouvoir social* », la légitimation des relations de pouvoir organisé» [48, p. 259] est la clé de la base conceptuelle de l'analyse critique du discours [48, p.32].

L'analyse critique du discours a pour objectif « *de déconstruire la société afin d'examiner de manière critique l'inégalité sociale telle qu'elle est exprimée, constituée et légitimée par le biais de l'utilisation du langage* » [101].

Dans l'analyse de divers cas discursifs, les représentants de cette direction, en particulier N. Fairclaw, utilisent les méthodes de la grammaire fonctionnelle du système de Michael Halliday [49, p.17].

La grammaire fonctionnelle permet d'expliquer les raisons qui déterminent le choix de certains modèles syntaxiques et de suivre le processus de formation du sens. M. Halliday interprète la langue comme «une ressource permettant de donner un sens à un choix éclairé», soulignant qu'il existe divers moyens dans une langue pour transmettre le même sens, et que le choix de l'un ou l'autre moyen signifie différentes significations [48, p. 65].

Dans ce cas, la grammaire est définie plus comme un ensemble de moyens variables de transmettre un sens que comme un ensemble de règles. Cette approche permet de considérer la grammaire fonctionnelle comme le mécanisme le plus important pour étudier la relation entre le texte et le contexte socioculturel, y compris la position idéologique de l'auteur.

En particulier, le choix des constructions syntaxiques peut être déterminé par la position idéologique du destinataire. L'utilisation de la voix active ou passive dépend donc de l'intention de l'orateur de souligner ou de dissimuler la responsabilité de quelqu'un pour les actes commis.

Comme on peut le voir l'objet de l'étude de l'analyse critique du discours sont la relation entre langage et pouvoir, l'accent est mis principalement sur les discours

institutionnels, politiques, des médias, dans lesquels les relations de lutte et de conflit sont le plus clairement exprimées. Les concepts et les phénomènes impliquant un abus de pouvoir discursif sont particulièrement intéressants pour les scientifiques qui se développent dans le cadre de cette approche. Un tel concept est la manipulation du langage.

1.1.2 Cadre conceptuel et objet d'étude d'analyse du discours critique. L'étude du positionnement du lecteur est l'un domaine particulièrement prometteur dans le cadre de l'analyse critique du discours. L'essence du positionnement peut s'expliquer à l'aide du concept d'interpellation introduit par L. Althusser qui étudie le rôle des appareils idéologiques de l'État dans le maintien de l'ordre social et de la classe [2]. L'interpellation est un processus discursif dans lequel des signaux d'information et des images reçus en permanence indiquent le rôle du sujet, le poussant à prendre une certaine position dans la société. Si le destinataire se trouve dans une certaine position sociale, il est plus facile pour le locuteur de lui imposer ses opinions, attitudes, croyances et/ou d'obtenir l'approbation de l'action propagandisée. Ainsi, dans son discours, un politicien peut positionner le public en tant que partisan d'une société démocratique libre et obtenir ainsi son soutien à une invasion militaire de tout pays «non démocratique» ayant pour objectif de renverser la dictature et d'établir la démocratie [2, p. 50].

Le positionnement des personnes en tant que sujets sociaux est abordé dans les études du représentant de l'école française d'analyse du discours, Michel Pêcheux. D'après lui les personnes sont placées dans la position «imaginaire» de la source du discours, bien qu'en réalité elles-mêmes et leur discours soient le résultat d'un positionnement idéologique [81].

Etant donné que l'étude de l'analyse critique du discours porte sur la relation entre langage et pouvoir, l'accent est mis principalement sur les discours institutionnels tels que politique et médiatique, dans lesquels les relations de lutte et de conflit sont exprimées plus clairement. Les concepts et les phénomènes impliquant un abus de pouvoir discursif sont particulièrement intéressants pour les scientifiques. Un tel

concept est la manipulation du langage. En particulier, le scientifique néerlandais Teun A. van Dijk explore la manipulation dans le cadre d'une approche triangulaire.

L'approche triangulaire ou le concept de « triangle » présenté par T.A. van Dijk combine le discours (manipulation par le texte et la conversation), la cognition (la manipulation est étroitement liée aux processus de cognition et de pensée) et la société (la manipulation implique une interaction et un abus de pouvoir entre groupes et individus) [97]. Les trois approches sont présentées dans une théorie intégrée, ce qui permet d'établir des relations explicites entre différentes dimensions de la manipulation.

## **1.2 Manipulation linguistique en tant que phénomène social**

Comme le note T. van Dijk, la manipulation est inacceptable dans la société, non seulement parce qu'elle viole les postulats d'une communication, mais parce qu'elle est contraire aux normes sociales, constituant une pratique sociale illégale [92, p.80]. Par illégale, on entend toutes les formes d'interaction et de communication qui ne sont menées que dans l'intérêt de l'une des parties. La manipulation affecte les fondements sociaux, juridiques et philosophiques d'une société juste ou démocratique, ainsi que les principes éthiques de discours, d'interaction et de communication [92, p.38] et constitue, d'un point de vue social, une forme discursive de reproduction du pouvoir de l'élite, contraire aux intérêts de groupes moins influents et reproduisant l'inégalité sociale » [92, p. 120].

Ainsi, si les médias fournissent des informations incomplètes sur la politique impliquée dans la campagne électorale afin d'influencer l'opinion des électeurs, nous avons affaire à de la manipulation, car les lecteurs ont le droit de recevoir les informations nécessaires (relativement complètes, impartiales et pertinentes) afin de faire sa propre opinion sur l'événement ou la personne. En donnant de fausses informations, en déformant les faits, l'orateur transforme le destinataire en une «victime», manipule sa pensée et lui impose un certain avis sur le sujet du message [92, p. 78]. Le manipulateur force les autres à percevoir certains faits ou événements ou à faire ce dont il a besoin, et contrairement aux intérêts du manipulé.

Dans ses recherches, van Dijk insiste également sur la nécessité d'étudier la manipulation comme un phénomène plus vaste, couvrant tous les domaines de l'activité sociale. La manipulation est une forme de domination ou d'abus de pouvoir, elle devrait donc être définie en termes de groupes sociaux, d'institutions ou d'organisations, et pas seulement au niveau de l'interaction personnelle. Cela signifie qu'il est logique de parler de manipulation si l'expéditeur du message manipule les autres, en tant que membre d'un groupe plus influent. Dans les sociétés de l'information modernes, cela concerne principalement les dirigeants des domaines de la politique, des médias, de l'éducation, de la science, etc.

1.2.1 L'aspect cognitif de la manipulation linguistique. Dans le cadre du modèle « triangle », trois formes de manipulation sont examinées en détail: la manipulation des mécanismes de traitement de l'information dans la mémoire à court terme, la manipulation des modèles mentaux dans la mémoire épisodique et la manipulation de la cognition sociale : représentations sociales et connaissances socioculturelles [95, p.65].

Manipulation de mécanismes de traitement de l'information *dans la mémoire à court terme* (compréhension du discours basée sur la mémoire à court terme (short-term memory (STM)). Le discours en général et *le discours manipulateur* en particulier impliquent le traitement d'informations dans la mémoire à court terme, ce qui vous permet de « *comprendre* » des mots, des phrases, des énoncés en termes de « *significations* » et « *actions* » propositionnelles. Le traitement de l'information se produit à différents niveaux de la structure du discours, immédiatement au moment de parler, et constitue un processus hypothétique ciblé [90, p. 359]. Une forme de manipulation consiste à contrôler cette stratégie partiellement automatisée pour comprendre le discours. Certaines caractéristiques du discours oral ou écrit peuvent avoir un effet particulier sur la gestion de la compréhension stratégique de l'information en mémoire à court terme. En attirant l'attention du destinataire sur l'information « A » plutôt que sur l'information « B », en soulignant des détails insignifiants au lieu de

mettre l'accent sur les sujets de discussion les plus importants, l'orateur peut rendre difficile la compréhension du message dans son ensemble [90, p. 365].

Étant donné que le traitement de l'information dans la mémoire à court terme comprend diverses formes d'analyse (opérations phonétiques, phonologiques, morphologiques, syntaxiques et lexicales) visant à fournir une compréhension efficace, chacun de ces processus intervenant dans la mémoire à court terme peut être affecté de différentes manières. Si les groupes dominants ont pour objectif de faciliter la compréhension d'informations qui ne sont pas contraires à leurs intérêts et de rendre difficile la compréhension d'informations indésirables pour eux, ils utiliseront cette forme de manipulation.

Manipulation de modèles mentaux *en mémoire épisodique* (manipulation épisodique). L'objet de la manipulation peut également être la mémoire à long terme (mémoire à long terme), qui inclut les connaissances, les relations, les idéologies. Une partie de la mémoire à long terme est constituée de souvenirs personnels définissant l'histoire de la vie et des impressions [79], ou de représentations traditionnellement associées à la mémoire épisodique [92].

La mémoire des événements de communication est stockée dans la mémoire épisodique sous la forme de modèles mentaux spéciaux dotés de leur propre structure schématique. Bien que les modèles mentaux soient uniques, personnels et ad hoc, ils reflètent des connaissances partagées et socialement partagées qui nous permettent de comprendre les autres et de participer à la communication. Cependant, les modèles mentaux déterminent non seulement la compréhension du discours, mais également la compréhension de l'événement communicatif dans son ensemble, lequel est présenté à son tour dans des modèles contextuels qui déterminent les intentions et les plans de l'orateur lorsqu'il produit une déclaration [97, p.160].

La manipulation vise à former, activer et utiliser des modèles mentaux. Si le manipulateur veut que le destinataire comprenne le discours d'une certaine manière, il doit alors créer des modèles mentaux appropriés lui permettant de limiter la liberté d'interprétation ou, au moins, la probabilité que la compréhension du discours par le destinataire soit contraire à ses intérêts. Comme dans le cas du traitement d'informations

en mémoire à court terme, le processus de formation et d'activation de modèles mentaux est automatisé et passe inaperçu pour le destinataire, facilitant ainsi la mise en œuvre de la manipulation.

Le 3-ième type de manipulation constitue *la manipulation de la cognition sociale* : représentations sociales et connaissances socioculturelles. Selon T.A. van Dijk, la forme de manipulation la plus influente vise à créer et à modifier des croyances abstraites communes socialement partagées ou des «représentations sociales» qui inclut les connaissances, les attitudes et les idéologies, car elles sont plus stables que les modèles mentaux personnels. Le contrôle des représentations sociales permet, à son tour, de contrôler ce que les gens font et disent [8],[78]. Si, par exemple, un impact sur l'attitude des gens à l'égard du terrorisme a eu lieu, un effort sera nécessaire pour amener les électeurs à agir conformément à leur attitude: votez pour des politiques antiterroristes [18]. Les représentations sociales s'acquièrent par la généralisation et l'abstraction de modèles mentaux formés par divers types de discours. La connaissance socioculturelle est à la base des représentations sociales. Elle permet aux représentants d'une certaine culture linguistique de communiquer et d'interagir, ce qui peut également faire l'objet de manipulations. La manipulation des connaissances socioculturelles nous permet d'influencer les normes et valeurs sociales utilisées pour évaluer des événements ou des personnes, ainsi que de légitimer ou de condamner des actions et des actes [18].

En somme, le principal outil permettant d'influencer la conscience de masse des gens dans le discours politique est le langage avec lequel de nouveaux concepts sont formés, et une image du monde est créée et fixée dans l'esprit humain. Le choix du moyen linguistique spécifique détermine le processus de perception et de reproduction de la réalité dans la cognition humaine.

1.2.2 Paramètres discursifs de la manipulation linguistique. Dans le cadre de l'approche discursive de l'analyse de la manipulation du langage, le concept du discours manipulateur est né. Le discours est défini comme manipulateur, principalement dans les modèles de contexte de ses participants, y compris leurs idées sur l'expéditeur du message et ses objectifs et intentions connexes.

Le discours manipulateur est un moyen de concrétiser la macro-stratégie « ami – adversaire », caractérisée par le renforcement de leurs caractéristiques positives, dans le but de souligner les traits négatifs des adversaires, d'étouffer les significations négatives par rapport à eux-mêmes et de rabaisser la dignité de l'adversaire [45]. Dans le discours, les étrangers sont présentés comme mettant en danger nos ressources matérielles et symboliques les plus précieuses: territoire, nationalité, espace, revenu, travail, religion, richesse, etc. [102, p. 35].

La dichotomie « *ami – adversaire* », est un exemple de catégorisation sociale, exprimée dans le langage sous la forme de constructions hiérarchiques. Dans les années 60 du XXe siècle, Hans Sachs a développé le concept d'analyse de la catégorisation d'appartenance à un groupe (Analyse de catégorisation d'adhésion), dans le cadre duquel des thèses sont avancées qui catégorisent que la catégorisation facilite le processus d'interaction sociale, et que les personnes se perçoivent et ne s'évaluent pas comme des individus séparés, mais en tant que membres d'une certaine catégorie [88, p.65].

L'analyse critique du discours a utilisé ce concept pour étudier des catégories dynamiques construites socialement dans un contexte politique.

Selon T. Van Dijk « *Tous les niveaux de texte et de parole reflètent la polarisation de nous sommes eux* », ce qui caractérise l'état général de la société et les idéologies sociales [54]. Il est exprimé et reproduit dans des thèmes contrastés, des significations contextuelles, des métaphores, une hyperbole, des euphémismes, des formes syntaxiques, des mots, des images.

Les élites politiques peuvent manipuler des catégories sociales dans leur propre intérêt. La manipulation catégorique peut être exprimée en: 1) un changement de prédicats (caractéristiques, actions) appartenant à cette catégorie; 2) réviser les critères d'adhésion dans cette catégorie; 3) un changement dans la « supercatégorie » dans laquelle se situe cette catégorie [63].

En tant que moyen de « structurer l'information et de diriger les pensées dans la direction qui détermine la réalisation d'un objectif donné (idéologie, propagande, formation de l'opinion publique) » [41, p. 36], la catégorisation détermine la reproduction du pouvoir et l'inégalité par le discours. Plus la catégorisation est naturelle

et peu visible, plus son influence est forte, ce qui nous permet de considérer les catégories comme des «centres silencieux de pouvoir et de conviction» [82]. Par conséquent, en plaçant un politicien en homme/femme, chrétien/non chrétien, le locuteur peut «pousser» le destinataire à son évaluation en termes de respect ou non des critères de détermination de l'appartenance à cette catégorie. Ainsi, grâce à la catégorisation, il est possible de former une attitude négative/positive à l'égard d'un candidat donné.

Pour en revenir au discours manipulateur, nous notons que ses destinataires peuvent être décrits comme des « victimes », car ils ne disposent pas de ressources nécessaires pour résister ou éviter les manipulations.

T. van Dejk a défini les « *contraintes contextuelles* » nécessaires à la manipulation :

- 1) Le destinataire ne dispose pas de connaissances nécessaires pour fournir des contre-arguments contre des jugements faux et partiels ;
- 2) Les normes, valeurs et idéologies fondamentales difficiles à réfuter ou à ignorer ;
- 3) Les émotions fortes, traumatismes psychologiques qui rendent le destinataire particulièrement vulnérable à l'exposition ;
- 4) Le statut social, statut, autorité professionnelle du locuteur [97, p. 75].

Ces types de coercition exploitent le processus de traitement de l'information et sont mis en œuvre en utilisant des stratégies plus ou moins efficaces qui passent inaperçues et qui visent, d'une manière ou d'une autre, à induire le destinataire en erreur. Des stratégies cachées sont nécessaires car une force évidente et brutale ne peut obtenir un consentement authentique. La liberté de pensée, ou du moins son illusion, est une condition nécessaire à la manipulation.

Une étude du discours manipulateur est également réalisée dans les travaux de L. de Saussure. En particulier, il note que le principal critère qui détermine le caractère manipulateur du discours est l'intention de l'orateur de manifester certaines propositions avec lesquelles le destinataire doit s'accorder et qui seraient rejetées dans des conditions ordinaires. À cet égard, le discours manipulateur est un problème pragmatique, car il s'agit d'un type d'utilisation du langage et ne peut être identifié qu'à

l'aide de concepts tels que les objectifs, les intentions et les aspects généraux du traitement pragmatique d'une déclaration » [28].

Ce type d'utilisation de la langue nécessite l'utilisation généralisée de certains types de techniques argumentatives, y compris les sophismes formels et non formels [98].

Notre recherche a montré que la manipulation du langage est interprétée comme un type d'impact latent de la parole effectué dans l'intérêt du manipulateur et visant à introduire de nouvelles connaissances, opinions, relations et / ou modifier celles existantes par le biais de diverses stratégies dans le modèle du monde. du destinataire. La manipulation est réalisée en communiquant la pertinence de choses qui ne le sont pas en elles-mêmes et/ou en conservant des informations réellement pertinentes.

### 1.3 Classification des tactiques linguistiques et des stratégies d'influence

Les termes « *stratégie* » et « *tactique* » n'ont pas une définition unique et cohérente, et il existe donc de nombreux modèles d'analyse de ces concepts.

Pour résoudre les problèmes et atteindre les objectifs de manipulation politique, il existe des outils appelés technologies politiques (leurs techniques de base sont les techniques utilisées pendant les campagnes électorales).

Les outils de manipulation politique peuvent être classés selon différents critères, tels que:

- **conformément au droit applicable:** ils sont divisés en ceux qui sont régis par la loi et ceux qui sortent du cadre juridique ;
- **par la voie d'influence:** direct et caché ;
- **par fonction:** PR (relations publiques) ou agitation (appel à l'action) ;
- **sous forme d'agitation:** économique, administrative et provocatrice ;
- **l'orientation du contenu:** publicité et anti-publicité ;
- **par le niveau d'influence:** interpersonnel, de groupe et de masse ;
- **selon le support d'information:** sur les supports imprimés, électroniques, externes et autres [117, p.57].

La fonction de l'influence linguistique dans la communication politique est réalisée à travers plusieurs stratégies linguistiques. Le chercheur O.I. Shegal propose de distinguer les stratégies suivantes:

- stratégie visant à masquer l'information non désirée;
- stratégie pour dissimuler la vérité, la délibération de tromperie;
- stratégie de dépersonnalisation pour décharger la responsabilité [110, p. 120].

Les linguistes classifient les formes suivantes des stratégies de manipulation:

- stratégie de réification visant à construire une image d'ennemie;
- stratégie de délégitimation, c'est-à-dire, destruction de l'image de l'adversaire;
- stratégie de fusion ou appel de la position de « nous » (l'engagement de destinataire à l'unification).

À son tour, O.M. Parshina, linguiste russe, distingue les stratégies suivantes: la présentation de soi, la déconsidération, l'attaque, l'autodéfense, la formation de l'humeur émotionnelle du destinataire, l'agitation manipulateur [117].

Nous considérons la classification la plus exhaustive est celle proposée par A.S. Issers. Le savant a proposé de mettre en évidence telles stratégies comme [112, p.39]:

- une stratégie d'application des formules d'identification ;
- une stratégie pour la soumission de la pensée subjective sous la forme d'un fait objectif ou d'une vérité ;
- une stratégie de référence d'autorité ;
- une stratégie pour souligner l'importance et la vérité des idées [112, p.65].

Il convient de noter que les messages politiques sont écrits et oraux. Pendant les campagnes électorales, la plupart des discours sont réalisés verbalement. Une grande attention est attribuée non seulement aux moyens d'influence verbaux, mais également non verbaux (intonation, timbre de voix), paralinguistiques (expressions faciales, gestes, mouvements du corps) et extralinguistiques (apparence, façon de s'habiller)...

Au sens global, le discours politique est un événement de communication complexe qui se produit entre le destinataire et le destinataire dans le processus d'action de communication dans un contexte temporel, spatial et autre spécifique. Le discours politique entraîne une modification des tâches de communication, un changement

correspondant des stratégies linguistiques et du contenu textuel généré dans une situation de communication donnée. L'utilisation du langage dans la fonction d'influence (dans le but de discréditer ou d'agiter) apparaît au premier plan et les conditions de production du texte font apparaître ce que l'on appelle communément son orientation pragmatique ou stratégique

1.3.1 Moyens non verbaux de communication dans discours politique. Dans le processus de communication, l'information est transmise par deux systèmes de signes – verbal et non verbal.

Il faut noter que la communication non verbale est également utilisée activement dans les interactions humaines, c'est-à-dire l'utilisation de moyens non verbaux pour créer et transmettre un message. Selon Jacques Corraze les communications non verbales ont expliqué comme : « *l'ensemble des moyens de communication existant entre des individus n'usant pas du langage humain ou de ses dérivés non sonores (écrits, langage des sourds muets, etc.)* » [54]. De cette façon la communication non verbale représente toutes les situations communicationnelles qui se réalisent par l'omission de la partie proprement linguistique entre des individus. Les moyens non verbaux ont mis en usage pour assurer les fonctions expressives, déictiques, connotatives, et même référentielles à l'aide des gestes, des mouvements, des regards [34].

Il ne fait aucun doute que des phénomènes tels que la communication verbale et non verbale sont étroitement liés. Cependant, il faut dire que cette relation ne soit pas aussi simple qu'il y paraît à première vue. Selon Hannel Brzozowska on peut dégager les types de communication non verbale suivants :

- L'aspect extérieur – morphologie, silhouette, vêtement ;
- Le comportement spatial (distance interpersonnelle, contact corporel, orientation dans l'espace, parfum) ;
- La conduite cinétique – mouvements du tronc et des jambes, gestes des mains, mouvements de la tête ;
- Le visage (regard et contact visuel, expression du visage) ;

– Les signes vocaux – signes vocaux verbaux dotés de signification paraverbale, signes vocaux non verbaux, silences [50, p. 65].

Dans l'activité politique, les renseignements non verbaux sont montrés par le politicien du côté avantageux pour lui aux niveaux différents, en accentuant et en améliorant l'image. Indubitablement, il y a beaucoup de signaux non verbaux qui sont compris par toutes les nations, mais chaque pays a ses propres points spéciaux. La discussion, l'entretien, l'enregistrement sont les parties intégrales de la vie professionnelle de tout politicien, les gens qui ont peur devant les appareils photo n'auront pas probablement le succès de carrière politique significatif. La grande majorité de la population regarde des politiciens dans les écrans de télévision, donc la capacité de travailler dans le cadre de médias est un préalable pour former une image positive du politicien. Le discours politique est, évidemment, une situation stressante dans laquelle il est le plus difficile de contrôler le comportement non verbal, parce qu'il transmet essentiellement l'incertitude et la confusion à l'orateur [116].

Afin d'explorer des idées et des concepts qui reflètent « image du monde » de E. Macron, nous considérons qu'il est important de déterminer « personnalité de parole » du président [105] V. Krasnykh distingue les concepts suivants liés à la personnalité linguistique en tant que « *personne parlant* » (la personne qui génère et perçoit les messages de parole pendant la communication), « *personnalité linguistique* » (la réalisation de la personnalité linguistique en communication avec le respect d'un certain ensemble de connaissances et d'idées), « *personnalité de la parole* » (personnalité linguistique avec implication et mise en œuvre de tactiques et de stratégies de communication) et « *personnalité communicative* » (une certaine personne impliquée dans un acte de communication particulier). Par conséquent, nous estimons qu'il est raisonnable de supposer que la personnalité linguistique d'un homme politique peut être représentée par la structure suivante: linguistique structurel, linguistique cognitivo-cognitive, motivationnelle et communicative. Le niveau structurel est associé aux perceptions de la langue en tant que système, à la connaissance des règles de codage / décodage des messages, ainsi qu'aux stratégies et tactiques de communication courantes. Le niveau linguocognitif est représenté par une image du monde, des

concepts et des schémas de leurs interactions. Il est responsable de l'orientation du locuteur dans le monde et dans l'espace en imposant un espace d'orientation personnel sur l'image du monde. Le niveau de motivation est lié aux besoins de la personne qui détermine le comportement choisi, la conformité certaines règles de comportement affectent la construction des textes et déterminent la hiérarchie des valeurs et des significations [22].

Dans la France moderne, le rôle du président du pays est tellement important que certains érudits qualifient même le système politique existant de «monarchie républicaine» [34]. Dans ces conditions, la figure de chaque chef d'État élu suscite une grande attention et donne lieu à de nombreuses discussions sur les perspectives de développement du pays, qui sont associées non seulement aux possibilités réelles de la France, mais également aux ambitions de son dirigeant politique national.

Le linguiste J. Longy, spécialiste du discours politique, a suggéré que l'utilisation de l'épithète « *jupiter* » par E. Macron n'était pas accidentelle et portait une charge sémantique assez importante, bien plus importante que ses analogues sémantiques souvent mentionnés – le « *pouvoir vertical* ». La comparaison avec le dieu suprême romain Jupiter visait à souligner les pouvoirs spéciaux du chef de l'État, tels que la « domination », la « *possession des attributs du pouvoir* » et même « *le pouvoir de l'ordre divin* » [130].

Les journalistes ont immédiatement saisi la déclaration de E. Macron et l'ont transformée en un cliché commun – « *président "jupitérien"* », dans laquelle elle a commencé à apparaître dans des titres de presse [126]. Après les élections, cette image s'est rapidement enracinée dans la conscience de masse en tant qu'une des caractéristiques que E. Macron lui-même, semble-t-il, ne cherchait nullement à contester.

Après avoir publié son portrait officiel sur des pages personnelles des réseaux sociaux. Les photographies traditionnelles de ses prédécesseurs ont été réalisées dans la bibliothèque présidentielle (C. de Gaulle, F. Mitterrand, N. Sarkozy) ou dans le jardin des Champs-Élysées (J. Chirac, F. Hollande), les journalistes expliquent : « *E. Macron a décidé de combiner deux environnements familiers il a opté pour une pose debout,*

*appuyé contre la table, avec la fenêtre ouverte donnant sur le jardin en donnant l'indice d'ouverture pour le monde* » (14). Les chercheurs en politique française estiment que chaque chef d'État au début du mandat envoie à la nation une sorte de message codé sur les principes de base de la future politique. En ce sens, le portrait du nouveau président est rempli de nombreuses particularités, E. Milcharek, spécialiste de la sémiotique, estime que l'image présentée au public associe délibérément divers éléments (15) et permet de déchiffrer le sens du message.

La composition symétrique utilisant des accents de lumière et d'ombre semble équilibrée et vous invite à examiner calmement tous ses détails. À droite, E. Macron se tient devant une horloge qui montre l'heure 8h20 indication sur la notion de « *maître des horloges* » (8) et l'heure à laquelle la photo a été prise, de plus c'est un attribut des réunions de cabinet.

À gauche, deux livres sont mis sur la table. Il s'agit de « Les mémoires de guerre » de Charles de Gaulle, « Nourritures terrestres » d'André Gide, « Le rouge et le noir » de Stendhal, selon les savants, ce sont des « *textes signifiants* » pour le président de la République. Tous les détails ci-dessus souligne la continuité de la tradition de l'État français, et montre l'esprit dans lequel E. Macron veut gouverner le pays, malgré sa jeunesse et son manque d'expérience politique [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Dans le même temps nous avons une opposition de la tradition par les détails qui sont visibles dans le cadre, soulignant la dynamique des changements futurs et leurs priorités. Deux smartphones à gauche, dans la partie supérieure desquels le coq gaulois vient de figurer, indiquent l'importance particulière des possibilités de communication modernes dans le domaine de la politique et le désir de faire de la France « une smart-nation » [61].

Le drapeau de l'Union européenne, placé à droite de la photo, attire beaucoup plus l'attention que le drapeau tricolore national situé à gauche. Dans une telle solution de composition, on peut voir le degré d'attention que E. Macron entend accorder à la politique européenne. Décrivant l'image du chef de l'Etat, l'historien et politologue A.

Benedetti a souligné que, agissant en tant que « gardien des symboles », le président essayait de « donner une nouvelle dimension à son autorité politique [35].

Les résultats de ces exemples confirment l'affirmation selon laquelle les signes non verbaux ont une influence sur la perception du président. Il a été démontré que les signaux non verbaux contribuaient à l'image du locuteur dans la perception d'Emmanuel Macron et donneraient la force au message verbal plus tard au cours du discours politique.

## **Conclusions du chapitre 1**

Dans le chapitre I, nous avons étudié les concepts théoriques les plus importants de la notion de la manipulation.

Dans cette partie on a donné la définition du terme de la manipulation, on a présenté les principes de classification des manipulations et on a établi leurs fonctions. Comme il n'y a pas de traits universels pour caractériser la notion de la manipulation linguistique qui sont formées d'après les rapports différents, c'est impossible de donner la définition exacte et unique pour ce phénomène.

Nous avons aussi démonté l'étymologie du terme, ce qui nous a mené à la conclusion que la portée réelle d'utilisation de la manipulation dans le monde politique et médiatique actuel est assez considérable.

Dans cette partie de notre travail nous avons estimé l'impact linguistique sur la conscience du public en distinguant l'impact ouvert et caché. Notre analyse a abouti aux conclusions suivantes : au cours des dernières décennies, les formes d'impact cachées ont acquis une valeur et une pertinence accrues, le type d'impact caché le plus populaire et le plus efficace sur la conscience du public est la manipulation linguistique.

Dans un cadre théorique nous avons appuyé sur les travaux de l'analyse du discours critique. Notre recherche a démontré que le cadre de l'analyse discours critique comprend deux nouvelles dimensions essentielles: une science critique, si elle veut se légitimer, doit d'abord être autocritique et, d'autre part, prendre en compte le contexte de vie historique dans lequel des interactions linguistiques et sociales ont lieu.

Les résultats nous amène à la deuxième dimension essentielle d'une science critique: la linguistique critique a pour préoccupation de mettre en relation la langue avec ses utilisateurs et de rechercher une méthode de principe permettant de faire ressortir les idéologies inhérentes à leurs communications.

Il nous reste un fait important qui doit être mentionné. Notamment, nous voulons souligner que la communication non verbale est un élément majeur de la transmission et de la réception efficaces d'informations politiques. Dans le processus de sa perception, il est possible de remarquer une pression, une influence, un mensonge, des significations cachées, des réactions de l'homme politique, etc. Pour exercer une influence efficace, un politicien doit utiliser une communication non verbale, ce qui le rend solide et confiant dans l'utilisation d'émotions qui renforcent les mots. De nos jours, la recherche sur cette question est pertinente car pendant les élections ou les discours politiques, les citoyens veulent sentir les traits de caractère de l'homme politique, « sentir » sa sincérité. Les informations ci-dessus donneront l'occasion de formuler les caractéristiques des politiciens, de prédire leurs actions et leurs stratégies à travers le prisme de signes non verbaux.

## **CHAPITRE 2**

### **Discours politique au sein des paradigmes scientifiques modernes**

Le discours politique confine l'ensemble des paroles performées par les hommes politiques pendant les situations de contact ou d'interlocution avec la société présentées par un nombre de personnes physiques.

Le langage et la société sont des entités dialectiquement liées, où le langage est un dérivé de l'activité pragmatique humain, la création de la société [6, p.54] .

Nous traitons ainsi les textes des motions de congrès, les discours lors des réceptions, sommets et beaucoup d'autres. Le monde politique est grand d'où vient qu'il est obligé de prendre en considération les intérêts des couches sociales variées et même des institutions multiples.

Ansi, ce chapitre sera dédié à la problématique du discours politique car c'est le discours politique qui ne vise à décrire la réalité mais son but principal est plutôt de mobiliser les citoyens afin de se concilier leurs votes. Pour mieux comprendre les autres fonctions principales du discours politique il faut tout d'abord préciser le chargement du terme.

#### **2.1 Discours politique dans les études politiques et sociologiques**

Aux fins des années 50, la sociolinguistique a fixé le postulat et est devenue une science qui étudie les phénomènes linguistiques sous l'aspect social. La sociolinguistique désigne la science qui étudie le groupe humain en tant que locuteur natif d'une langue donnée, sert de base pour aborder les problèmes de la théorie linguistique, c'est-à-dire la base de la linguistique en général, c'est une science qui fournit une description complète des relations et de la corrélation entre langue et société.

Les études sociolinguistiques visent, d'une part, à étudier l'influence des facteurs sociaux sur l'utilisation fonctionnelle du langage dans le processus d'activité de la parole et, d'autre part, à analyser l'influence de ces facteurs sur la structure elle-même et leur reflet dans la structure du langage [6].

Le facteur social est compris comme la totalité des conditions sociales, culturelles, idéologiques et autres extra-linguistiques, indispensables au développement interstructural et fonctionnel du langage. Un facteur social est considéré comme une action sociale, toujours intentionnelle, cognitive, poursuivant un but qui a un certain contenu esthétique, idéologique, moral ou ethnique.

L'influence des facteurs sociaux sur une langue d'une manière ou d'une autre couvre tous les niveaux de sa structure.

Dans le texte politique, la notion de rôle social comprend diverses caractéristiques: statut social (sexe, âge, profession), rôles sociaux par rapport aux interlocuteurs, ainsi que des rôles temporaires dépendant de la situation. La notion de rôles sociaux permet de comprendre la nature structurée du comportement humain et les règles de sa régulation.

Les rôles de statut sont les plus stables, ils sont essentiels pour étudier la stratification de la langue et établir ses corrélats sociaux. Les rôles situationnels sont caractérisés par un degré élevé de stéréotypage du comportement de la parole, ce qui conduit à des clichés de la parole.

La modélisation du public auquel s'adresse le discours influe directement sur la construction du message en fonction de ses rôles sociaux.

Dans la communication politique, le public sera divisé par de nombreux facteurs, tels que l'appartenance à une classe sociale, le sexe, l'âge, les convictions religieuses et politiques, le niveau d'instruction, le statut professionnel [206, p.39].

Un langage spécial est utilisé pour établir un lien entre le public et le locuteur, une sorte d'inclusion dans un groupe social. C'est un moyen puissant pour créer une solidarité entre le destinataire et son public [27].

Par exemple, pour des publics peu instruits, il est préférable de présenter des arguments uniquement pour, et pour des publics plus instruits, il faut argumenter pour et contre, une telle construction d'argument sera plus convaincante pour les publics ayant un niveau de développement plus élevé [54], des arguments plus raisonnables devraient être utilisés pour encourager le public à croire et à agir [53].

En tant que type de différenciation sociale, on peut envisager la différenciation idéologique de la parole, qui se concrétise dans les relations sociales entre locuteurs de différentes idéologies, dans les moyens linguistiques d'expression de l'antagonisme [77].

L'étude de la relation entre langage et idéologie est associée au problème de la description du langage comme moyen d'influencer la pensée des gens.

Il y a trois idées dans l'analyse du discours de tout type: histoire, pouvoir et idéologies. Les deux dernières idées attachent une importance particulière à l'analyse du discours politique. Par l' idée, nous comprenons l'éducation culturelle nationale multidimensionnelle, qui a une dimension figurative, conceptuelle et valorisante, qui se trouve dans tous les systèmes de langage et de parole.

En général, l'idée du pouvoir, qui est universelle, a une structure lexico-sémantique élargie en français, dans laquelle quatre significations sont fondamentales:

- 1) possibilité, capacité ;
- 2) puissance du pouvoir ;
- 3) influence ;
- 4) autorité.

Particulièrement important est d'analyser le discours politique sous le deuxième et troisième significations [108].

La plupart des intérêts sociaux et politiques ont un caractère culturel et discursif, car les changements sociaux et politiques dans la société actuelle incluent un élément important du changement culturel et idéologique.

Les opinions idéologiques sont reflétées dans les discours des hommes politiques, c' est-à-dire dans la langue.

Les programmes politiques des partis, les documents d'État, les manifestes et les discours des politiciens se caractérisent par un code idéologique particulier, mais le public auquel il est adressé peut décoder le texte avec une certaine liberté, reflétant leurs codes culturels personnels, qui relèvent à leur tour d' un contexte social plus large [76].

L'utilisation d'unités de couleur idéologique permet de manipuler la conscience des masses, de créer les stéréotypes nécessaires. Le discours politique est défini différemment, mais tous les chercheurs s'accordent pour dire que son objectif principal

est d'obtenir et de conserver le pouvoir. Pour atteindre cet objectif, certaines technologies discursives sont utilisées, conçues pour mettre en œuvre les attitudes, les aspirations et les désirs de ceux qui sont au pouvoir.

Nous pouvons constater que la parole politique est régulièrement opposée aux actes d'où vient son réputation possédant une connotation négative. La rhétorique est intimement liée au discours politique, qui par analogie bénéficie des arguments qui sont efficaces avant d'être vrais ayant pour le but de persuader et manipuler.

2.1.1 Notion de discours politique au sein des approches discursives. Au début du XXe siècle, la linguistique est passée progressivement de l'étude de l'activité de la parole à l'étude de l'activité de la parole humaine.

Le transfert d'intérêt de la structure du texte vers son environnement modal a mis fin à l'ère modale de la linguistique logique, c'est-à-dire qu'il est passé de faits purement linguistiques à divers facteurs affectant le processus de communication.

L'analyse de discours critique, qui est née à la fin des années 1980, est étroitement liée avec le nom du scientifique T. van Dijk et une groupe de savants consistait de Norman Fairclough, Gunther Kress, Theo Van Leeuwen, Teun Van Dijk et Ruth Wodak [104].

Pour les chercheurs de le domaine d'analyse de discours critique, le langage est un phénomène social et un lieu de lutte pour le pouvoir, c'est-à-dire c'est un outil d'équilibrage de l'idéologie dominant pour certains groupes sociaux.

Il existe de nombreuses définitions du concept de discours. Les problèmes sont liés avec la nouveauté et le sous-développement de l'étude d'analyse de discours critique en tant que branche de la linguistique, a déclaré O.O.Selivanova [115]. Le concept de texte et de discours fait l'objet de recherches de nombreux scientifiques. Les premières mentions du concept de texte et de discours ont été trouvées dans les travaux de Michel Foucault, Jurgen Habermas, Chantal Mouffe, Ernesto Laclau, Niklas Luhmann, qui travaillaient sur le discours politique et commençaient par la tentative de définir clairement le terme « *discours* » [104].

Nous voulons préciser que L.Colodevea comprend qu'au vue plus large le discours implique un acte de parole d'où se manifeste « *un texte, un contexte et une intention* ». Elle adopte une opinion que **le discours** est donc « *une unité complexe composée par une dimension linguistique (en tant que texte), une dimension sociologique (en tant que production en contexte), et une dimension communicationnelle (en tant qu'interaction finalisée)* » [40].

En analysant le discours au croisement de la linguistique et des sciences humaines, R. Robben souligne que l'ambiguïté du concept de « *discours* » est si grande que ses moyens de compréhension ont suscité de nombreuses questions, à la fois théoriques et descriptives. Ainsi, d'une part, le « *discours* » est représenté comme une collection de séries de textes qui forment des objets, des expressions, des mécanismes, des stratégies et, d'autre part (en linguistique) comme une chose interdisciplinaire qui dépasse la phrase [114]. Afin de réduire le nombre de significations possibles, Sarah Mills examine le contexte dans lequel le terme « *discours* » est utilisé, notant que le contexte disciplinaire dans lequel le terme est utilisé est plus important pour définir quelle valeur il faut prendre en compte. Cependant, l'auteur souligne que, même au sein d'une certaine discipline, le terme « *discours* » présente une variété de caractéristiques [75].

R. Wodak définit que « *le discours est considéré dans sa matérialité linguistique, en tant que production écrite ou orale, mais toujours en lien étroit avec ses différents contextes de production, de diffusion et de réception desquels il tire (une partie de) sa signification* » [74, p. 65].

P. Serio, le linguiste suisse est représentant de l'école française d'analyse du discours discursive, combinant les positions scientifiques de la plupart des savants, a proposé les définitions suivantes du terme « *discours* » :

1. l'équivalent du terme « *discours* », c'est-à-dire toute expression spécifique ;
2. l'unité qui dépasse la phrase ; déclarations dans un sens global ; le sujet de l'étude du « *grammaire du texte* », qui étudie la séquence d'énoncés individuels ;

3. l'effet de la déclaration sur son destinataire, en tenant compte de la situation de la déclaration, qui implique l'objet de la déclaration, le destinataire, l'heure et le lieu de l'expression ;
4. la conversation en tant que type principal d'expression ; de la position du locuteur par opposition à un « récit » qui se déroule sans intervention explicite du sujet de l'énoncé ;
5. la position du locuteur par opposition à la « *narration* », qui se déroule sans intervention explicite du sujet de l'expression ;
6. la diversification au niveau de la surface liée à la diversité des utilisations inhérentes aux unités linguistiques ;
7. la désignation d'un système de restrictions imposées à un nombre illimité de déclarations en raison d'une certaine position sociale ou idéologique [76, p. 26-27].

Ruth Wodak, linguiste autrichien, détermine que le discours est évalué dans sa authenticité linguistique, comme une création écrite ou orale, mais toujours très lié avec ses différents contextes de création, de émission de perception dont il tire son sens [106].

C'est dans le discours que la recherche se concentre sur la relation entre les unités linguistiques et ceux qui les utilisent. Il est donc important de prendre en compte les conditions, les lieux, l'heure de communication, les locuteurs, les facteurs de production de la parole de ses créateurs.

Nous voyons qu'allant du général au spécifique, le **discours politique** signifie *l'ensemble des paroles publiques effectués par les hommes politiques* [61].

Après avoir exploré le concept de « discours », il convient de donner la définition pour le terme de « communication politique ». La définition proposée par Dominique Wolton, sociologue français, est suivante « *un espace où s'échangent les discours des trois acteurs qui ont la légitimité à s'exprimer publiquement sur la politique et qui sont les hommes politiques, les journalistes et l'opinion publique au travers des sondages* » [36].

La première visée de cette hypothèse consiste à identifier la place de la partie discursive et symbolique de la sphère politique fonctionnant sous le régime politique et le dogme des dirigeants du pays.

La deuxième visée réside sur le principe de démontrer que la communication politique est un équivalent de la bonne gestion du domaine public conduisant à une amplification de la démocratie.

Selon le terme susmentionné, la communication politique est définie comme une modèle idéale démocratique, car la possibilité de comparer et de prendre en compte « *le texte, le contexte, et la dimension communicationnelle* » est une reconnaissance par l'émetteur d'être sous contrôle de l'opinion public, par conséquent tout cela force le destinataire examiner les autres participants du processus de la communication politique [58].

Par ailleurs, nous pouvons dégager deux approches de la notions du discours politiques : le phénomène décrit au sens restreint et celui-ci rationalisé du point de vue plus étendu. Dans le premier cas, c'est *une forme de la discursivité par laquelle un individu ou un collectif poursuit l'obtention du pouvoir* [56].

Selon cette explication nous pouvons découvrir le discours politique comme le « *discours du pouvoir* ». Vue de cet angle est justifié par sa valeur dans l'affrontement pour faire accéder au pouvoir. Vue d'un sens plus large permet de définir le « *discours politique* » comme une « *parole publique sur la chose publique* » [5]. Par suite, nous pouvons constater que toute forme de communication qui a pour but de régler la gestion des questions d'intérêt public ou l'état des institutions publiques dans une société répondre aux besoins du discours politique. En somme

En somme, le « *discours politique* » manifeste l'inquiétude du politicien au regard du gouvernement du domaine public. Néanmoins il s'apercevait comme un terrain de lutte pour les intérêts entre les citoyens de l'État et les représentants de l'État [42].

L'analyse du discours politique à travers le prisme de l'analyse du discours critique occupe une place particulière dans la théorie générale du discours. Sur le plan politique, il est nécessaire de mettre en place une sorte de discours axé sur une réflexion sur les problèmes importants que suppose l'utilisation du pouvoir politique.

Suite aux idées d'une groupe de savants travaillaient dans le cadre du discours critique, nous pouvons définir le discours politique « *comme un acte de parole qui est établi conformément aux règles de politique publique établies conformément aux traditions existantes qui ont été testé par l'expérience* » [42].

Les principales caractéristiques du discours politique en tant que produit du discours sont l'orientation vers le public, des délais stricts et la réalisation d'un objectif spécifique. La création d'un discours politique a pour objectif la mise en œuvre d'un impact communicatif sur un large public. L'influence dans la communication politique comprend deux composantes de l'influence verbale et non verbale, qui sont inextricablement liées.

2.1.2 Caractéristiques du discours politique. Le discours en tant qu'un acte langagier possède toujours un texte, un contexte et une intention. Nous pouvons ainsi conclure que le discours apparaît comme un phénomène polyvalent se trouvant dans une dimension linguistique, si on parle du texte, une dimension sociologique, ce qui est lié au fait qu'on produit la parole dans une société restreintes par les confins temporelles et spatiales, et une dimension communicationnelle ayant comme produit l'interaction avec l'interlocuteur.

Il est nécessaire de mentionner les caractéristiques individuelles ou spécifiques qui sont propres au discours politique, ce sont les 4 caractéristiques suivantes:

- 1) la capacité agonistique ;
- 2) l'agressivité ;
- 3) le caractère idéologique ;
- 4) la théâtralité [65].

**1) Capacité agonistique, c'est-à-dire, compétitivité.** La base d'un discours politique est faite par le duel de dialogue continu entre le parti dans le pouvoir et l'opposition en laquelle les adversaires attaquent l'un à l'autre de temps en temps, tiennent le fort, reflètent des coups et prennent l'offensive [26]. La convergence de discours politique sur ce trait avec le discours sportif est montrée dans la réflexion de tous les éléments fondamentaux de sports et de compétition jouant dans la sphère de

politique : la présence de l'ennemi, la lutte de rivaux, l'éthique de lutte, réglementations juridiques (règles et règlements), la stratégie et la tactique de lutte, victoire, triomphe du vainqueur. La compétitivité d'un discours politique avec la plus grande évidence est montrée pendant les discussions parlementaires et les compagnies électorales.

**2) L'agressivité.** Une des composantes les plus importantes d'un discours politique est l'agression. Dans les dictionnaires d'explication anglais le mot « l'agression » est défini comme les « *sentiments violents ou hostiles, le comportement ou l'attitude* » [131]. La liste de trésor de ce mot est un des plus nombreux : antagonisme, assaut, attaque, belligérance, belligérance, fait d'être combatif, effet destructeur, empiètement, hostilité, empiètement, incursion, blessure, intrusion, invasion, militantisme, offense, provocation, pugnacité, raid, etc. [104]. L'agression dans un discours politique est également liée au concept de hiérarchie et de domination. Hiérarchie du mot grec « *hieros* » [51] signifie sacré et « *arche* » [51] représente le pouvoir; les relations de subordination, la chaîne de commandes, la chaîne de commandes du plus bas au plus haut, et la domination du mot latin « *dominantis* » [150] signifie dominant; aspiration à la domination, à la prédominance et au leadership. L'agression est considérée comme une base de domination qui est une conséquence de l'agression et définit un ordre hiérarchique des relations humaines.

La raison de hiérarchie est la compétition raccordée avec la lutte pour le pouvoir, « *un statut social et la reconnaissance* », en renforçant des positions territoriales ou des positions dans le collectif, etc [15, p. 36]. Si considérer l'agression de discours dans le cadre de la communication politique, il devrait être noté qu'ici l'agression dominante est dirigée à une figure politique concrète qui n'est pas présentée dans la situation de communication, c-à-d le critique de l'opposant politique « *faire des cancons* » [124] en traitant le tiers ou l'audience de masse dans les discours publics, l'interview ou les discussions politiques.

L'agression verbale est présentée par les actes de discours spécifiques. En accentuant des actes de discours d'agression, il devrait être noté qu'ils tous sont la démonstration de force politique et ordonné de affaiblir le statut du destinataire.

Selon, E. Sheygal, le linguiste russe, on peut distinguer les actes de discours standard d'agression dans un discours politique suivants :

- les volontés expressives avec la sémantique de l'exil (actes de volonté) ;
- exigences catégoriques et recours ;
- actes de langage d'une damnation (dans les genres de slogan) ;
- actes de discours de menace [89].

**3) Caractère idéologique.** Cette caractéristique représente le système de représentations sociales, connaissance de groupe, convictions et opinions basées sur les valeurs de groupe, les normes et les intérêts. La portée de leur action réciproque est de tels genres que la doctrine militaire, l'accord militaire et politique, un ultimatum, les négociations de paix, c-à-d les genres, en fournissant l'idéologie et le cours de la guerre de la perspective des parties belligérantes [127].

4) **La catégorie de théâtralité** met ensemble un discours politique avec le fait de faire de la publicité et des discours scéniques. La « *théâtralité* » d'un discours politique est raccordée avec le fait qu'un des partis de communication (les gens) réalisent pas un rôle du destinataire direct, mais le destinataire d'observateur qui perçoit les événements politiques actuels comme une certaine performance jouée pour eux avec un complot fascinant et la fin imprévisible. Les politiciens, communiquant l'un avec l'autre et avec les journalistes, se souviennent constamment « *d'une audience de spectateur* » et intentionnellement ou agissent involontairement ou « *travaillent pour le public* », en essayant de faire l'impression et « *pour casser une acclamation* ». « *Le théâtre* » politique est basé sur les images de politiciens.

Ainsi, l'approche du terrain de l'analyse de la structure sémantique et pragmatique d'un discours politique permet de révéler non seulement toutes les caractéristiques spécifiques de ce type de discours, mais aussi les sphères de son contact avec d'autres types de discours dans une certaine mesure.

En somme, le discours politique rend compte du bien commun et de l'intérêt public, se produit dans les assemblées délibérantes et réunions publiques, revêt d'un caractère programmatique ; véhicule une idéologie politique ; évolue suivant la

dialectique du conflit et du consensus ; exprime un système axiologique bien déterminé et traduit le combat pour la conquête du pouvoir ou de la défense d'une cause politique.

## 2.2 Fonctions du discours politique

La fonction est le rôle joué par l'élément dans les activités de la structure, dont il est une partie. Dans le discours politique, les unités ont une certaine opération, c'est-à-dire « programme », qui est prédéterminé par leur nature.

En analysant les fonctions du discours politique, la plupart des chercheurs russes (V.I Belikov, O. N. Parshina, A. P Chudinov) [19, p.85] distinguent les fonctions principales telles que :

1) **La fonction de communication** visant à transmettre des informations destinées à influencer sur la transformation de l'image du monde politique existant dans l'esprit du destinataire. Cette fonction se manifeste activement dans tous les domaines de la communication, mais sa mise en œuvre dans chaque domaine a ses propres spécificités. Dans les textes politiques, il est possible de trouver des informations sur certains événements de la vie politique de la société. Les politiciens essaient généralement d'attirer attention aux informations susceptibles de les présenter sous un jour favorable et de détourner l'attention du public des informations susceptibles de nuire à leurs intérêts [18, p.92].

2) **La fonction d'incitation** est la fonction d'influencer le destinataire. On l'appelle aussi appelant, vocatif, conatif, régulateur, instrumental. Sa tâche est de mobiliser les électeurs pour certaines actions. La fonction d'incitation est conçue pour affecter émotionnellement les citoyens, pour former dans leur esprit une certaine image politique du monde, pour surmonter les contradictions existant dans la société [18, p.93].

3) **La fonction émotive** vise à exprimer les émotions de l'auteur et à stimuler les émotions du destinataire. La création du fond émotionnel nécessaire est une étape préliminaire importante pour convaincre ensuite le destinataire et l'inciter à prendre les mesures qui s'imposent. Le discours politique peut semer la confusion, l'incertitude et la

peur chez les opposants politiques, ce qui contribue souvent à renforcer le pouvoir. Les menaces et les promesses peuvent inciter les opposants politiques à agir ou refus de s'opposer aux autorités. Le niveau de stabilité de la situation sociopolitique et macroéconomique peut affecter le sentiment de confiance ou l'anxiété [18, p.94].

4) **La fonction métalinguistique** sert à fournir le sens d'un énoncé ou d'un mot. Par exemple, dans les textes politiques, on peut souvent trouver des fragments dans lesquels l'auteur explique au lecteur la signification de concepts et de termes particuliers, dans la mesure où tous les citoyens ne comprennent pas le sens d'un certain nombre de termes politiques nouveaux pour eux. Le discours politique moderne se caractérise par une imbrication complexe de signes de discours couramment utilisés, de jargon spécial, de discours commercial et scientifique officiel, de sorte qu'il n'est pas toujours parfaitement compris par les électeurs ordinaires. Par conséquent, la fonction métalinguistique est caractéristique de la type d'activité de la parole [18, p.95].

5) **La fonction réelle** sert à établir et à maintenir le contact entre les communicants. Dans ce cas, le fait de communication interpersonnelle, de «caresses émotionnelles» mutuelles peut être beaucoup plus important que le contenu de la conversation elle-même. Cette fonction parle le plus activement de soi dans les discours politiques, comme dans toutes les autres, il est important que l'interlocuteur soit configuré pour percevoir les informations, pour s'y préparer et pour écouter attentivement [18, p.96].

6) **La fonction de propagande.** Le politique popularise toujours des idées, en tentant d'accentuer, transformer ou changer l'avis du public. Aynat pour but de déprécier, voire démolir, les informations ou les opinions de la partie opposante ou bien de ses ennemis [18, p.102].

Un acteur politique ne s'exprime pas sans penser aux effets de ce qu'il va dire. Cette vigilance légitime est une approche en termes de stratégie. La stratégie renvoie à l'intention originale du locuteur [32]. Mais lorsqu'il est questionné par des journalistes, l'homme politique doit s'adapter.

Comme on peut le voir dans les fonctions ci-dessus qui sont mises en œuvre dans la langue politique, ils desservent principalement la sphère émotionnelle de la langue.

Alors, les fonctions du discours politique se forment pour le sens figuratif et les caractéristiques expressives du concept, pour exprimer l'attitude de l'orateur à ce concept, pour l'expression de l'évaluation émotionnelle / l'attitude de l'orateur.

### **2.3 Discours politique sous l'angle des médias**

Ces derniers temps, la politique a changé d'opinion sur le rôle de la linguistique: on lui a confié le rôle de l'un des moyens les plus importants au sein de la linguistique du grand public.

Dans le cadre de la linguistique, grâce à des recherches interdisciplinaires, des mécanismes d'influence sur la conscience de masse peuvent révéler les principes d'une organisation efficace de la communication politique.

Tout cela est démontré par l'émergence de professionnels dans l'arène politique de professions telles que: « *spin doctor* » « *créateur d'image* », « *rédacteur de discours* » rédacteurs de discours qui travaillent d'une manière ou d'une autre, s'occupant de la communication verbale.

Il est également incontestable que la politique est mise en œuvre directement par le langage et que de nombreux experts ne travaillent que pour une tâche: rendre la communication politique aussi efficace que possible.

Les médias, qui interagissent avec toutes les formes de conscience du public, sont l'un des principaux facteurs influant sur la conception d'un message en politique [17, p. 286].

Au cours des dernières décennies du XXe siècle, les médias sont devenus le « *quatrième pouvoir* », l'art le plus subtil, un mécanisme essentiel garantissant que les politiciens sont tenus responsables devant le public des auditeurs et des téléspectateurs [80, p. 3].

Bien qu'en France l'utilisation des médias en tant qu'outil d'influence sur les citoyens ait commencé au début des années 1920, le terme « médias de masse » n'ont apparu qu'en 1965 dans le journal britannique « *The Times* » [54, p. 6].

L'influence des médias peut avoir des effets à tous les niveaux du système politique: les relations entre individus ou entre l'individu et l'institution peuvent évoluer du fait de l'interférence des médias.

Le meilleur exemple de l'importance des médias est l'activité des présidents français. Par exemple, en 1985 et 2002, la stratégie politique de Jacques Chirac a radicalement changé, en réponse à laquelle la presse a créé et renforcé l'image de marque « *personne qui modifie constamment ses vecteurs politiques* ».[54, p. 220].

Il convient aussi de préciser que les stratégies de communication utilisées dans le discours politique sont largement liées aux technologies et stratégies des médias.

On peut supposer que le discours des politiciens peut être qualifié comme très « *médiatisé* », ce qui met en lumière une dépendance des politiciens vis-à-vis des médias.

Mais en même temps, on ne peut que prendre en compte le fait que les politiciens exploitent à leur tour les médias [77, p. 274].

Cela est dû au fait que les médias contribuent à convaincre les citoyens, dont la plupart passent leur temps libre devant un écran de télévision [80, p. 203]. Le fait que les gens préfèrent regarder la télévision, c'est-à-dire s'engager librement dans des activités d'information, est un préalable indispensable à la manipulation de la conscience. [17, p.198].

Charles de Gaulle qui a été, le premier, qui a compris l'efficacité des émissions télévisées et qui a commencé à prononcer les discours diffusés dans tout le pays. Cette tentative d'utiliser la télévision comme un moyen de publicité a eu un tel succès et son efficacité que d'autres politiques l'ont copiée [86, p.62].

Au cours des dernières décennies, en particulier pendant les campagnes électorales, la télévision est devenue le média le plus puissant et le lieu de batailles majeures entre partis. [80, p.131]. Grâce à la télévision, les politiciens ont eu accès devant un large public, ce qui a permis de générer des opinions et un soutien des électeurs.

Cette occasion a donné le nouveau sens à la communication politique, le facteur le plus important pour le succès dans la lutte politique [77, p.261].

Mais dans la communication, en particulier politique, la transmission et la réception d'un message verbal n'est devenue qu'une composante de l'influence. En plus de la transmission verbale du message, la méthode visuelle est également utilisée [41, p.144].

Créant l'image de marque des politiciens, leur comportement dépend aussi des médias. La prise en compte de l'image des politiciens dans l'analyse de la communication politique indique que les composants non verbaux de la communication font partie intégrante de la communication humaine et que, dans la communication orale, ils ont un pouvoir illocutoire[39, p.248].

Au stade actuel du développement de la communication politique, l'image de marque de politicien devient non seulement une partie intégrante de la communication, mais également un argument de poids en politique.

Comme indiqué, Charles de Gaulle est considéré comme le premier télépoliticien parmi les présidents français. Il a été le premier président de la Ve République à faire la télé « *son arme* » cela a dû au fait qu'il apparaissait souvent à la télévision avec ses discours s'adressant aux Français.

Depuis le temps du général de Gaulle, les politiciens français ont utilisé la télévision avec un grand enthousiasme pour présenter à un large public leur personnalité et leurs opinions politiques.

Les situations informelles et la possibilité d'être photographié lors des événements étaient importantes: ils ont essayé de créer l'image de marque pour la caméra. Ce dernier a conduit au fait que l'équipe de tout candidat au premier poste de l'État doit avoir au moins un téléconsultant sur l'image de marque.

Le service de relations publiques joue un rôle important dans la vie politique. Il s'agit de l'organisation d'un espace de communication dans l'intérêt d'une campagne ou d'une personnalité donnée. Le service de relations publiques est parfois appelé « *l'art de la tentation* », il aide les politiciens à parvenir à la compréhension mutuelle avec une société.

A cet égard, une projection de situations de relations publiques positives est projetée et les réactions du public devraient influencer le public. Le service de relations publiques trouve son origine aux États-Unis.

Cela a commencé à la fin de la Guerre civile, lorsque des hommes d'affaires ont ressenti le besoin de rehausser leur image de marque et que le début des relations publiques en politique était lié à la présidence d'Andrew Jackson aux États-Unis [245, c.347]. Depuis lors, les relations publiques ont été considérées comme faisant partie intégrante de la vie des politiciens, un phénomène international. Les experts en relations publiques impliqués dans la création de la stratégie de parti ou d'entreprise appropriée sont désignés [56, p. 67].

L'étymologie de ce mot témoigne de la nature ambiguë de la politique. « *To spin* », en anglais, signifie « *faire tourner* » (dans le sens « *donner de l'effet* » [131]. « *Spin* » évoque également « *l'effet* », comme celui que l'on donne à une balle de tennis ou pour faire tourner une toupie ; le mot « *docteur* » signifie quelqu'un qui peut aider en cas de crise [90].

Ainsi, le terme « *spin doctor* » fait référence à une personne qui assiste un politicien dans le but de manipuler un public plutôt que selon l'état actuel des choses [38, p. 29]: la sémantique de ce terme implique deux objets d'action: le client et le public.

Emmanuel Macron a également recours au service de spécialistes des relations publiques renommés pendant la campagne électorale. Nous pouvons affirmer que la politique moderne devient une affaire difficile pour une personne.

Les créateurs d'images de marque et les rédacteurs de discours jouent l'un des rôles les plus importants dans l'activité de chef d'Etat.

Ils créent son apparence, sa communication et son comportement, car il y a une gamme limitée « *d'images de marques* » des politiciens qu'ils sont prêts à accepter.

L'objectif général du créateur d'image de marque est de rapprocher le dirigeant avec son électorat, ils couvrent non seulement le public mais aussi la vie personnelle des personnalités politiques. Les relations familiales de Jacques Chirac en sont un exemple frappant [38, c. 127].

Il est compréhensible que derrière chaque « *l'homme de pouvoir* », se trouve un nombre considérable d'assistants.

Par exemple, la fille de Jacques Chirac, Claude, est non seulement responsable des relations publiques au sein du bureau du président français, mais est en quelque sorte une créatrice d'images « *familiales* ».

Les souvenirs de Claude selon lesquels elle avait cinq ans lorsque son père s'est lancé dans la politique et qu'elle ne se souvient plus d'aucun dimanche à Paris, passé en sa compagnie, comme dans d'autres, contribuent à l'image du président en tant que personne qui, dès son plus jeune âge, se soucie avant tout des intérêts de la France, puis des intérêts personnels: « *Si la France s'arrete les dimanches, le président, lui, continue* » [120].

En somme, le texte est un moyen linguistique pour exprimer l'argumentation dans le discours politique. Il est considéré comme un résultat consciemment organisé d'un processus de discussion argumentatif visant à persuader. La politique est mise en œuvre directement par le langage et le travail de nombreux experts ne vise qu'un seul objectif: rendre la communication politique aussi efficace que possible [72].

Les médias, qui interagissent avec toutes les formes de conscience publique, sont l'un des principaux facteurs influant sur la conception d'un message en politique.

Les discours politiques font référence à des textes du domaine fonctionnel de la communication politique, auxquels le texte politique en général fait référence, créant ainsi un type de texte complexe. Le but du discours « *présidentiel* », est créé la conviction. Il est destiné au public spécifique dont les connaissances et les compétences déterminent les principes de composition et le choix des moyens de persuasion.

Dans la communication politique, tout cela sert de moyen de propagande de masse, en complément de la propagande poursuivie par les médias.

## **Conclusion du chapitre 2**

Dans ce chapitre de notre mémoire de recherche nous avons analysé le discours politique en tant qu'objet d'étude de la linguistique contemporaine ainsi que nous avons

réussi de spécifier la notion du discours politique au sein des approches discursives. De cette manière les notions du discours politiques peuvent être divisées en deux : le phénomène décrit d'une façon plus restreint et celui-ci pris du point de vue plus étendu. Dans le premier cas le discours politique est conçu comme un outil qui aide à un individu ou à un collectif de capturer le pouvoir. Mais d'un point de vue plus étendu, on parle tout simplement des paroles publiques sur les choses publiques.

Nous avons donc analysé diverses approches vers l'étude du discours politique et attiré l'attention sur la nature multidimensionnelle de son traitement.

Prouvé que toute étude du discours politique est importante pour la science, en particulier du fait qu'il s'agit d'un discours politique, principal mécanisme d'influence et d'adoption de l'inégalité sociale dans la société, révèle le lien qui existe entre le pouvoir, la langue et la société.

Ayant défini les notions du discours politiques on a réussi encore de spécifier les caractéristiques définitoires du discours politique. Pour en nommer les plus principaux on doit mentionner que le discours politique fait des jugements en termes des valeurs positives et négatives absolues d'où provient la structure binaire du discours ainsi que la force ou plutôt le caractère autoritaire qui lui est propre. Un autre critère définitoire consiste à provoquer une action par excellence car l'enjeu principal des politiciens est d'éveiller les réflexes agissant au niveau psychologique.

Afin de continuer la recherche nous avons examiné le discours politique du point de vue historique et sociale ce qui a donné les résultats. Ainsi la fonction de persuasion, qui nous paraît principale, joue sur situations d'interlocution et fait souvent un recours aux pratiques émotionnelles et spontanées. En ce qui concerne les autres fonctions du phénomène en question il faut mentionner la fonction d'incitation, émotive, métalinguistique, réelle, de propagande.

## CHAPITRE 3

### **Moyens verbaux et non verbaux de manipulation dans le discours politique français (analysés à la base des discours d'Emmanuel Macron)**

Dans les textes des discours politiques, les aspects linguistiques sont étroitement liés aux aspects sociaux et psychologiques, conditionnés par le rôle de la communication politique dans la société moderne. Au niveau lexical, l'effet du facteur socio-psychologique se manifeste clairement dans les mots prononcés par les hommes politiques. On peut dire que parmi les phénomènes linguistiques inextricablement liés à la vie idéologique de la société, la politique linguistique se présente comme un moyen indépendant, conditionné par le concept et la situation, reflétant le contenu idéologique.

En général, les textes de discours politique sont basés sur un vocabulaire littéraire commun, connu par tous les membres de la communauté communicative, et acquièrent une signification et des nuances politiques et idéologiques uniquement dans certaines situations de communication.

La principale modèle de l'utilisation d'un langage ayant les objectifs et des motivations spécifiques est le principe de la manipulation idéologique dans le langage des hommes politiques, qui applique un mécanisme de modélisation dirigée sémantique-pragmatique unités sémantiques à tous les niveaux.

Avant que de nous allons étudié les manifestations d'influence manipulatrice dans les certaines situations de communication analysés à la base des discours du président il convient de dresser un portrait d'Emmanuel Macron.

#### **3.1 Image de marque d'Emmanuel Macron dans les médias et la politique**

Dans le contexte de la tradition politique française, la figure du nouveau président attire invariablement une grande attention et suscite de nombreuses discussions sur les perspectives de développement du pays, qui sont associées non seulement aux possibilités réelles de la France, mais également aux ambitions de son dirigeant politique national.

La linguistique politique est un domaine de la linguistique peu étudié. Comme on trouve dans les médias E. Macron est considéré comme un « *phénomène de la France* », car après avoir pris ses fonctions, le président français a imposé le rythme le plus rapide à tous les niveaux. Les politiciens disent que c'est un véritable casse-tête pour les politologues et les linguistes du monde entier.

De nombreux ouvrages ont déjà été consacrés au mystère de la personnalité et aux « intentions véritables » d'E. Macron, allant d'études autobiographiques à des œuvres inspirées d'approches psychobiographiques [44], philosophiques [22], situationnelles [55] et historiques [74].

Selon J. Longy, expert dans le domaine de la communication politique l'emploi de l'épithète « *jupiter* » par E. Macron n'était pas utilisé accidentelle involontairement mais s'appliquaient à accentuer l'autorité. Cet usage du mot est devenu un cliché dans la presse comme « *président "jupitérien"* » [80].

Avant de commencer sa campagne politique, E. Macron a présenté son vecteur politique lors de son discours : « *François Hollande ne croit pas au "président jupitérien". Il considère que le Président est devenu un émetteur comme un autre dans la sphère politico-médiatique. Pour ma part, je ne crois pas au président "normal". Les Français n'attendent pas cela. Au contraire, un tel concept les déstabilise, les insécurise. Pour moi, la fonction présidentielle dans la France démocratique contemporaine doit être exercée par quelqu'un qui, sans estimer être la source de toute chose, doit conduire la société à force de convictions, d'actions et donner un sens clair à sa démarche* » [53]. On peut signaler que Emmanuel Macron emploie l'adjectif « *jupitérien* » pour désigner la manière dont un président doit exercer le pouvoir. Sous prétexte que le chef d'Etat dit « *jupitérien* » est celui qui renvoi au Jupiter – « *le dieu qui régné la terre* » – et « *en a le caractère impéieux, dominateur* », précise le Larousse [133]. Nous pouvons admettre que Emmanuel Macron essaie de déterminer par ce symbole un renvoi à un président fort.

Au sein des analyses des discours d'Emmanuel Macron, nous pouvons comprendre le phénomène du président en dégageant les mots clés tels que : « *Action* », « *Chance* », « *Confiance* », « *Europe* », « *Jupiter* », « *Réforme* », « *Transformation* » [33, p.6]. Ces

mots miroitent la vision du monde de chef d'Etat qui tâche verbaliser sa pensée de façon complexe [33, p.7].

La présence de dynamisme engagée par le vocabulaire, le nom du mouvement indique que le président ne suivi pas l'action, mais il est engagé dans les actions. A ce titre dans différentes vidéos de E. Macron, le leitmotif est une métaphore « *mettre la France en marche* » (9). Dans cet exemple, une métaphore signifie le progrès (au sens littéral) est associé aux progrès de l'ensemble du pays (au sens figuré). Ainsi, l'impact émotionnel de la métaphore sur le destinataire augmente considérablement.

En résumé, il faut citer les mots d'Olivier Duhamel, président des Sciences Po : « *E. Macron est l'homme de mots donc. Il aime toutes sortes de mots. Les mots courants comme les mots rares, les mots politique et les philosophiques, les techniques et les littéraires, les rassurants et les provocants* » [33, p 149]. Il convient de conclure que les mots d'E. Macron nous aident à faire mieux comprendre les idées et l'état d'esprit du prsident.

### 3.2 Moyens d'influence grammaticaux dans le discours politique

Il est à noter que les textes du discours politique de la France du XXIème siècle sont généralement très émotionnels et expressifs. On y trouve diverses couleurs intonationales: le registre exclamatif, interrogatif, incitatif.

Les verbes expriment les relations sujet-objet, ils expriment la dynamique des processus externes et la dynamique de la pensée. N. I Tropinin explique l'usage répandu des verbes par la nécessité de marquer clairement et concrètement les actions des individus, des groupes, des partis politiques [110].

Dans un discours politique, la situation de communication est présentée, du point de vue du sujet, dans ce cas nous avons des constructions axé sur la transmission l'activité de l'action, par exemple : « **Je crois** que nous pouvons réussir, que la France peut réussir » (6), Emmanuel Macron a annoncé, sa candidature à l'élection présidentielle. Dans ce cas, le verbe est représenté par la valeur de l'action en tant que processus prenant du temps, de l'espace et ayant son porteur.

Ensuite, il faut noter que dans le discours politique français, le verbe modal « *vouloir* » est utilisé pour exprimer l'intention, le désir et la tentative. Ainsi, E. Macron exprime son intention de dire quelques mots aux jeunes :

« *Et c'est ici que **je veux** aussi adresser en quelques mots, un discours à vous toutes et tous, et un discours pour notre jeunesse. Et c'est ici que **j'ai aussi l'intention d'adresser**, en quelques mots, un discours à vous* » (3).

L'analyse des données a montré que le président utilise le plus souvent le verbe « *vouloir* » pour exprimer son intention de réaliser l'action indiquée par le verbe.

Nous pouvons remarquer que en parlant de ses désirs dans la lutte pour le pouvoir, le président utilise un verbe modal qui signifie « *désirer* » au sens strict à la première personne du singulier, de façon indicative ou conditionnelle. « *Je veux* », « *J'ai voulu* », « *Je voulais* », « *Je voudrais* », par exemple : « *Je voulais leur réponse. Deux d'entre eux m'ont dit : oui, cela ne sera pas facile, mais venez, parce que cela nous renforcera* » (3). Dans ce cas, la forme de l'imparfait du passé indique un attribut modal indépendamment du début à la fin de sa manifestation.

Les marqueurs classiques, tels que « *ici, maintenant, aujourd'hui, demain* » renforcent la référence aux personnes, objets, événements, espaces. La déclaration de E. Macron « *je veux ici saluer* » illustre le contexte égocentrique du locuteur. Donc, dans notre exemple : « *ici* » – c'est là que l'orateur fait sa déclaration ; « *saluer* » (2) – c'est l'action que l'orateur veut faire ; « *veux* » – c'est le désir du locuteur pour le moment.

En particulier, E. Macron utilise le verbe modal « *vouloir* » dans le discours politique pour transmettre les intentions prescriptives et commissives, notamment en exprimant une *demande-souhait* à propos l'unification de la nation : « *Alors oui, **je veux que toutes ces forces vives puissent participer à l'action démocratique tout au long du quinquennat*** » (16).

Non seulement le verbe « *vouloir* » est utilisé pour donner la modalité au fait mais encore pour transmettre les intentions directives du président. E. Macron exprime également sa gratitude en utilisant ce verbe modal : « *Aux millions de Françaises et de Français qui m'ont ce soir fait confiance en votant pour moi je veux dire merci* » (12).

E. Macron utilise le futur plus souvent que le présent. Le temps futur est utilisé pour décrire les réformes, les plans et les perspectives futurs. « *Dans ce combat, j'aurai besoin de chacun. <...> Nous ne nous battons pas seulement pour cette génération, mais pour les générations à venir* » (4)

En ce qui concerne la catégorie de communication du verbe en tant que moyen de localiser temporairement la relation entre le locuteur et le public, il convient de noter que dans les discours politiques de Macron, l'impératif est le plus souvent utilisé. Dans les textes des discours politiques, l'impératif a la sémantique du désir ou de l'ordre qui ne fait référence qu'à une action qui n'a pas encore eu lieu. Par conséquent, les événements du passé sont logiquement impossibles. Et présent ou futur est spécifié par l'environnement dans la phrase. L'unité des plans peut être interprétée sur la base de la sémantique de l'impératif lui-même: le locuteur exprime son désir actuel d'agir dans le futur. « *Soyons dignes de nos peuples. C'est pour eux que nous travaillons ensemble* » (4) – a prononcé Emmanuel Macron en Guadeloupe pendant la crise dans un pays, après avoir appelé à « *l'union nationale* ».

En somme, la culture politique française dans son ensemble se caractérise par la création d'un dialogue émotionnel vivant entre le peuple et le président. Une évaluation émotionnelle peut être représentée par des noms, des adjectifs, des adverbes et des verbes et des expressions complètes. Au niveau grammatical, les discours politiques reflètent des caractéristiques typiques, dans la plupart des cas ce sont les verbes qui expriment les relations sujet-objet, les verbes modaux expriment les intentions prescriptives et commissives, aussi bien que les intentions directives ce qui dépend du contexte.

### **3.3 Vocabulaire stylistiquement marqué dans le discours politique**

Les textes des discours politiques du président de la République sont basés sur un vocabulaire littéraire général, qui crée un champ de vocabulaire thématique, actualisé dans le contexte politique et idéologique des mots disponibles dans le vocabulaire commun pour formuler des théories et des doctrines.

Le processus du discours reflète l'idéologie d'une classe particulière, introduit un ensemble d'idées, des jugements politiques, un système de symboles, des attitudes et des valeurs idéologiques et est mis en œuvre principalement par le biais d'un vocabulaire thématique (politique).

Ce vocabulaire se caractérise par la présence d'un large éventail de sens condensés, de connotations émotionnelles, idéologiques et politiques et exprime une évaluation idéologique. Par exemple, « *Le Monde* » [30] a décrypté dix mots ou expressions récurrents dans les propos du chef de l'Etat, ce sont les mots programmés de manière idéologique et évaluative: « *autorité* », « *conquête* », « *en même temps* », « *idéologie* », « *réussite* », « *progressisme* », « *figure du roi* », « *mort des partis politiques* », « *révolution* », « *roman national* »

Notons que les slogans sont caractérisés comme des repères pour définir la doctrine et l'argumentation des groupes politiques, qui, en tant que moyens linguistiques dans les textes de discours politiques, affectent directement le destinataire [43]. L'utilisation fréquente et réussie de mots-slogans provoque ensuite automatiquement une réponse souhaitable du destinataire et fait appel à lui des associations typiques.

Il est bien connu que l'utilisation des figures stylistiques et rhétoriques offrent à l'orateur l'occasion d'exprimer clairement son idée, de souligner les principales dispositions du discours et de centrer l'audience sur le sujet du discours. En même temps, ils aident à mieux révéler l'état émotionnel du locuteur.

Le but de l'homme politique est d'attirer un destinataire par un discours politique, de le convaincre et de l'intéresser de quelque chose, ce qui est facilité par l'utilisation de vocabulaires stylistiquement marqués dans les discours: néologismes, euphémismes, vocabulaire, mots d'origine étrangère et métaphores.

Comme écrit V.A. Muslova: « le discours d'un politicien doit être capable d'aborder la corde appropriée dans une conscience de masse, ses propos doivent être adaptés à l'univers des opinions et des appréciations de ses destinataires, les « *consommateurs* » du discours politique ». L'utilisation **d'archaïsmes** ainsi que des unités linguistiques de la langue littéraire permet d'influencer la conscience de masse.

Nous allons expliciter les exemples correspondants d'unités linguistiques et le contexte de leur utilisation [136].

Pendant le débat avec Marine Le Pen, Emmanuel Macron a utilisé le mot « *antienne* » : signifiant littéralement un refrain repris en chœur entre chaque verset d'un psaume [45]. Au sens figuré, elle représente une rengaine, un refrain lancinant et répétitif : « *Je ne ris pas avec l'état de notre pays, Madame... Continuez votre antienne Madame Le Pen, vous n'avez que cela à la bouche. Vous n'avez pas de projet pour le pays* » (8).

E. Macron a fait allusion au caractère inactif de la politique de M. Le Pen et à l'absence d'un cours politique clair. [80]

Lors du débat, au sujet des propositions des candidats en matière de politique pénale, Emmanuel Macron a déclaré : « *Je veux la tolérance zéro avec la délinquance du quotidien. Nos concitoyens voient **des larcins** qui ne sont pas condamnés comme il se doit* » [85].

Certes, le mot « *larcin* » [127] qui désigne un petit vol commis sans violence est utilisé de temps en temps à l'oral, mais plutôt dans le langage soutenu [44]. E. Macron utilise cette unité linguistique dans le contexte de la condamnation de toute manifestation de formes d'actes de voyoutisme. E. Macron « *aime jongler avec des mots qui ne sont plus utilisés* », cela signifie également la pensée atypique du président français.

Le langage politique en général est caractérisé par l'utilisation de **néologismes**.

Un grand nombre de néologismes, d'innovations d'auteurs lexicales, d'expressions figuratives ironiques, y compris le « *blending* » est une caractéristique du discours politique d'E. Macron, qui donne un certain dynamisme à la rhétorique du président.

« *Croquignolesque* »: « *ridicule, risible* », selon le Larousse ; « amusant, mignon, un peu ridicule » [125]. Cet adjectif est un dérivé du nom d'un des personnages de la B.D. Les Pieds Nickelés, créée en 1908. Mais comme l'explique le Huffington Post, « *Croquignolet* » a auparavant été utilisé pour désigner un petit gâteau au XIXe siècle ainsi qu'un personnage de Peau d'âne de Charles Perrault, en 1694 [33].

Exemple: « *Ce qui est croquignolesque dans le monde où nous vivons, c'est que nous finançons le logement social mais il augmente les loyers et nous finançons de l'autre côté les locataires les plus modestes par les APL* » [122].

Pour apporter de l'esprit moderne et populaire E. Macron recourt à l'utilisation de quelques anglicismes.

Exemple: « *Personne ne pourra me soupçonner de ne pas être businessfriendly* » [33, p.18]. On notera également que les mots étrangers aident à la communication politique à évoquer les émotions du destinataire, tout en restant abstraites et, compréhensibles ou non, impressionnent le destinataire dans le plan linguistique.

En particulier, E. Macron utilise souvent des mots d'une langue étrangère pour faire référence à des réalités qui n'existent pas dans la langue française, mais qui doivent être dites. C'est le cas le plus souvent lors de visites officielles, lorsque il faut faire preuve d'érudition pour prouver au public qu'il est au courant de l'histoire du pays et de ses réalités et ainsi créer une impression agréable.

« *En cas de propagation de **fake news**, il sera possible de saisir le juge à travers une nouvelle action en référé permettant, le cas échéant, de supprimer le contenu mis en cause, de déréférencer le site, de fermer le compte utilisateur concerné, voire de bloquer l'accès au site Internet* » [33, p.93].

« *Make our planet great again* » – après que Donald Trump a décidé de ne pas renouveler le contrat relatif à l'accord de Paris sur le climat, Emmanuel Macron, avait annoncé en anglais cet appel, qui caricature le slogan de la campagne Trump. Impact global: son message a été partagé avec 236 000 internautes, un record absolu pour un tweet français [165].

Nous pouvons constaté que l'utilisation du langage issu du monde de l'entreprise et des grands groupes internationaux aide à faciliter la communication avec les jeunes et les l'entrepreneurs car l'anglais est considéré comme une langue des affaires, c'est pourquoi les milieux économiques ont intégré dans leur vocabulaire toute une série de vocables empruntés à l'anglais tels quels (*marketing, deadline, process, streamlining, updater, reminder, timeline, project management, low cost, deal, data, feedback...*) [84]. Si on reprenait Bourdieu, ce serait un marqueur social qui signifie « *modernité* », «

business-friendly » et « *innovation* ». La « *French Tech* », la « *French Touch* », la « *start-up nation* », « *France is back* » : c'est une coloration « Silicon Valley » superficielle, mais qui risque autant d'attirer certains (les entrepreneurs) que d'en repousser d'autres (les fonctionnaires, la ruralité, les artisans, etc.). L'anglais est très peu maîtrisé par les Français : là encore, c'est un marqueur de classe à double tranchant [32].

*Les euphémismes*, termes qui adoucissent la réalité qu'ils désignent, ont donc toujours droit de cité. Alors, on peut établir une définition: « *bien parler, avec un vocabulaire éthéré ou suranné, pour taire les conséquences forcément mixtes des mesures envisagées* » [83].

Cécile Alduy relève quelques exemples de l'euphémisation macronienne: on parle de libérer le travail pour réduire les protections des salariés contre les licenciements. De fluidifier ou optimiser pour signifier, une fois encore, détricoter le code du travail ou réduire les normes. Ou encore on joue sur les mots: le gouvernement a mis fin à l'État d'urgence, mais uniquement parce qu'il a transféré certaines de ces dispositions emblématiques dans le droit courant.

Jean-Marc Leblanc conclut que les changements observés ont des chances pour entrer dans le vocabulaire employé. Il insiste que les lignes ont bougé, il y a eu un renouvellement des formules, des éléments de langage.

Étymologiquement, le mot **euphémisme** vient du grec eu (« *bien* », « *de bon augure* ») et phêmê (« *parole* »). **L'euphémisme** est un procédé linguistique substitutif qui « consiste en une atténuation de l'expression par rapport à l'information véhiculée » [36].

Dans une optique pragmatique, on pourrait dire qu'il s'agit d'un procédé qui vise à minimiser l'éventuel effet négatif d'un acte de parole. Les **euphémismes** font partie de tous les domaines de la vie sociale, y compris l'usage ordinaire du langage, car ils résultent du *contournement de tabous* et *interdits* et de la mise en œuvre de *stratégies d'édulcoration*, ratifiées par la société ou étant l'objet d'un choix individuel. De ce fait même, tout un chacun peut, de son propre chef le moment venu, juger imprononçable n'importe quelle expression linguistique [67].

On considère en général que les causes de **l'euphémisme** sont la **bienséance** (qui omet les tabous) et la **civilité** (qui réclame le respect des règles de politesse). On a ainsi pu élargir le domaine du tabou à la non-mention d'un sujet quelconque par son expression habituelle, en dehors des tabous classiques de la religion, du sexe, de la mort, de la scatologie, de la maladie, etc [66].

Ordinairement on considère que l'interdiction linguistique embrasse aussi bien le tabou au sens classique du terme que d'autres formes d'expression considérées comme excessivement directes, voire trop banales selon certains spécialistes [62, p.36]. *La dénomination euphémique* porte en elle son signifié, qui est différent de celui de l'expression écartée. Or, en général cette nouvelle appellation se contamine peu à peu de la réalité tabouée, si bien qu'elle finit par montrer ce qu'elle prétendait occulter. Dans ces conditions, on cherche à oblitérer le référent par l'emploi d'une autre forme dont une partie du concept original s'atrophie au fur et à mesure qu'elle s'imprègne de ce qu'elle désigne.

Par exemple, « *filles de joie et filles publiques* » ont été des euphémismes se substituant au mot tabou « prostituée », mais ils ont évolué dans leurs signifiés et se sont dégradés justement en raison de cette influence ; on a dû leur trouver alors d'autres substituts comme « *call girl* » ou « *escort girl* ». L'euphémisme sera d'autant plus vite contaminé que la notion est de celles réprochées par la norme morale et sociale. Cependant, à condition que le terme ne se lexicalise pas, la désignation est adoucie, estompée, et la réalité moins perceptible [64, p.13].

Nous avons repéré quelques exemples de **l'euphémisme** dans le discours d'Emanuel Macron: il ne dit plus « *en banlieue* », mais « *dans nos quartiers* », il ne dit plus « *à la campagne* », mais « *dans nos territoires* », il ne dit plus que « *les dépenses seront réduites* », mais « *les dépenses seront prioritaires* », il ne mène plus des « *réformes* », mais des « *transformations* » [67].

Par exemple, le discours d'E. Macron devant le Congrès de Versailles est plein **d'euphémismes**: « *les tentations* », « *les mirages du retour en arrière* », « *l'impuissance publique* ». Il dit aussi : « *Je n'ai rien oublié et vous non plus du choix que la France a fait il y a une année : d'un côté, toutes les tentations de la fermeture et du repli, de*

*l'autre, la promesse républicaine ; d'un côté, tous mirages du retour en arrière, de l'autre, les yeux ouverts, le réalisme et l'espérance assumée. Et je n'ai rien oublié des peurs, des colères accumulées pendant des années, qui ont conduit notre pays à ce choix. Elles ne disparaissent pas en un jour, elles n'ont pas disparu en une année. Je n'ai pas oublié la peur du déclassement pour soi-même et pour ses enfants, la rage devant l'impuissance publique, le pays qui se sent coupé en deux, non pas seulement entre partis opposés, mais plus grave encore, entre sa base et son prétendu sommet » (3).*

Ainsi, tous les gouvernements ont préféré parler de « *prélèvement* » plutôt que « *d'impôt* »; de « *demandeur d'emploi* » plutôt que de « *chômeur* »; et de « *croissance négative* » plutôt que de « *récession* » [39].

Cela épouse d'ailleurs un mouvement sociétal plus large, qui vise à gommer la teneur négative des mots, comme l'avait repéré l'humoriste américain George Carlin : « *Un crash de voiture* » est devenu un « *accident automobile* », une « *voiture d'occasion* » est devenue une « *voiture qui a déjà roulé* » et « *un ciel partiellement nuageux* » est devenu un « *ciel partiellement ensoleillé* » [35].

Pour conclure nous pouvons constater que **l'euphémisme** joue en réalité un rôle important dans le fonctionnement du politiquement correct aussi bien que dans les discours politiques d'E. Macron. Le président de la république fait recours à ce phénomène-là au cas de nécessité (c'est-à-dire on parle des paroles bien formées qui sont mises au point pour encourager le peuple affligé par des raisons de crise économique, par des conséquences des cataclysmes naturels ou accidents mortels), l'euphémisme aide à constituer une ambiance douce de la crédibilité du pouvoir en vigueur.

Comme la fonction de manipulation est directrice dans notre recherche, nous voulons présenter les cas d'usage d'oxymores dans son aspect manipulateur.

Quelques oxymores manipulateurs dans la politique d'E. Macron:

- « *la rupture tranquille* » porte une signification équivoque en raison que la portée du mot *rupture* [128] évoque toujours les sentiments de l'anxiété tandis que l'adjectif *tranquille* [129] est complètement inverse. La combinaison des mots joue

un rôle de masque de l'état des choses réels pour permettre à un politicien de rassurer tout de même son futur électorat [60];

- « *le changement dans la continuité* » un autre cas d'oxymore qui signifie le changement de chose qui par sa nature ne peut être changée. Nous soulignons qu'un sens contradictoire trouvé ici est souvent utilisé afin de rassembler les voix à la fois des conservateurs et des réformistes. Pour Emmanuel Macron c'est une manière de rester absolument dans le flou [59];

Il y en a encore beaucoup d'autres: *l'investissement éthique, la discrimination positive, la croissance zéro, une révolution douce* etc. Nous avons la possibilité de conclure que les domaines de la guerre, de l'économie et de l'écologie sont particulièrement propices dans les compositions pareilles.

Au fond, il est encore important de préciser que les deux termes de *l'oxymore* ne sont pas tout à fait à l'égalité. L'un des deux lexèmes employés est plus fort que l'autre, dans le sens où il le modifie en lui apportant un chargement du sens et un chargement émotionnel. Ainsi, ce sont les sentiments de paix qui tentent de valoriser la rupture et c'est bien sûr le changement qui rend acceptable la pénétration dans la continuité. Nous supposons que c'est le fonctionnement effectif *d'oxymore* qui contribue à rendre admissible les faits de la réalité inadmissibles auparavant.

E. Macron a utilisé *la prétérition* pendant le débat du deuxième tour de la présidentielle contre Marine le Pen: « *Je ne suis pas le Père Noël* » [1].

Cette rhétorique permet de ramener M. Le Pen à son père et donc de décrédibiliser sa position, en faisant indirectement référence aux allégations de son paternel, créateur du Front National. Pourtant pour faire perdre pied à M. Le Pen, cette démarche est de quelques sortes indispensable.

Alors, étant donné les caractéristiques du vocabulaire stylistiquement marqué dans le discours politique, nous pouvons constater qu'ils effectuent fonction psychologique et manipulatrice d'influence sur le public cible. De cette manière, les politiciens tentent de faire en sorte que les électeurs soutiennent leurs politiques et leurs opinions.

### 3.4 Analyse de l'emploi des stratégies et les techniques de la manipulation dans la publicité politique à la télévision par Emmanuel Macron

L'utilisation des tactiques et des stratégies dans la publicité politique pendant la campagne électorale s'explique principalement par les objectifs pragmatiques de la politique, qui consistent à attirer l'attention du public, à ajuster les électeurs à leur avantage, à inspirer la confiance et à convaincre. La stratégie est surtout représentée par des tactiques émotionnelles, des tactiques d'attraction. Jouer sur les émotions d'un destinataire fait partie intégrante de sa manipulation. Afin d'identifier les tactiques de manipulation, nous avons analysé les vidéos promotionnelles du président français. En termes de la portée pratique quatre groupes sont définis :

**Les tactiques émotionnelles** peuvent être divisées en *tactiques positives* et *négatives*. Les premières incluent des tactiques d'encouragement, d'admiration et de compliment, et les dernières incluent des tactiques de menace et de dramatisation. En outre, on peut distinguer la tactique d'appel aux sentiments, qui s'applique à deux catégories, car les sentiments sont exprimés de différentes manières [74].

**Les tactiques d'admiration et de compliment** visent à encourager les gens, à susciter des émotions positives, y compris pour le candidat concerné et son programme. La tactique du compliment dans les vidéos explorées est plus souvent implémentée non pas directement, mais indirectement, c'est-à-dire par une qualité positive inhérente à un tiers ou un pays dans son ensemble. Le destinataire qui se classe dans cette catégorie accepte le compliment.

**Tactiques de dramatisation et de menace.** Ces sont généralement mises en œuvre par des moyens non seulement verbaux, mais aussi parolinguistes. Parmi les techniques linguistiques d'expression qui contribuent à créer une "atmosphère d'anxiété", on peut citer les métaphores, les épithètes, les fraséologismes:

« *Un combat sans relâche* », « *faire bloc* » [74] Emmanuel Macron s'est montré particulièrement offensif à l'encontre du « terrorisme islamiste » lors de son hommage aux quatre fonctionnaires tués à la préfecture de Paris vendredi.

**Tactique d'appel des sentiments** vise par définition à susciter certains sentiments dans le public: « *Mais vous n'avez jamais connu la colonisation! Qu'est-ce que vous venez m'embrouiller avec ça?* (18).

Une autre tactique importante de manipulation est **la tactique de promesses**. Les principaux moyens verbaux de mettre en œuvre la tactique de la promesse peuvent être considérés comme l'utilisation de: verbes au futur: « *je ferai, je créerai, j'interdirai* ». verbes avec modalité ou intention: « *il faut, je veux, je souhaite, je vais faire* ». « *Il faut articuler la pensée et l'action* » (1). constructions infinitives: « *Mettre la France en marche – c'est remettre le travail en marche* » (11). L'utilisation de techniques non verbales pour illustrer des promesses contribue à une perception plus réussie et éventuellement favorable de la part de leur public cible. La tactique d'une promesse ressemble un peu à la tactique de la persuasion. Par définition, son objectif est de convaincre les auditeurs de quelque chose et de les incliner à leurs côtés.

Les techniques les plus couramment utilisées dans **les tactiques de persuasion**: Utilisation des connecteurs logiques pour la construction logique d'une déclaration: « *C'est d'abord...// Et puis...//Regardons...// Et ensuite...//.* » appel à la raison : « *vous le savez bien* » [32, p.12].

L'utilisation d'arguments les plus convaincants comme statistiques, faits, etc.

Dans l'ensemble, le matériel a montré que la stratégie de manipulation est représentée par un grand nombre de tactiques différentes qui sont interconnectées et qui, globalement, visent à influencer et affecter l'électeur.

### 3.4 Interprétation de l'analyse discursive

Au titre de sa portée pratique nous voulons souligner et d'analyser la manière dont la manipulation se manifeste dans les discours d'Emmanuel Macron.

Pendant l'acte de communication les mots qu'on choisit d'utiliser, la syntaxe, les expressions sont une sorte de fenêtre sur la personnalité. Il convient de préciser que chaque personne n'utilise les mots de la même façon, personne ne les combine de la même façon, donc par les choix de langage que on fait qui sont souvent inconscients, les

indice de la communication verbale et non verbale donnent des informations sur le caractère, sur les mécanisme de pensée. Ils doivent baliser cette identité qui va s'exprimer à travers leurs discours et leurs objectifs avec le discours: celui qui écoute s'identifie aux politiciens, celui qui écoute devoir sentir qu'il appartient à la communauté de cet homme politique et l'homme politique qui réussit à créer ça il a gagné.

Alors, concernant Emmanuel Macron c'est très intéressant d'observer que les deux registres qui sont les plus fréquents sont souvent les plus opposés et les plus contradictoires: dans un premier registre pendant la campagne électorale on le voit sur les images qu'il est tactile, empathique, enthousiaste, même un séducteur, il « touche » les gens au sens propre comme au sens figuré, c'est-à-dire que ils touchent les gens avec ses mains mais il les touche également avec un certain impact. Emmanuel Macron se trouve dans une forme de stéréotypie gestuelle: il a tendance à scander, à marteler les mots, à agiter ses deux mains pour ponctuer son propos. Ce qui lui donne un aspect répétitif, policé, presque caricatural [68].

Deuxième registre est plus froid beaucoup plus distants, la tonalité est celle du donneur de leçons donc on est sur un discours plus moralisateur. On se rend compte qu'il y a quelque chose qui est plutôt de l'ordre de la rigidité et avec un Emmanuel Macron qui certes est cultivé, brillant. Le président philosophe mais qui manque de savoir être et d'épaisseur relationnel et émotionnel. Non seulement ses discours sont très longs, mais il a également tendance à faire des phrases dites « complexes », avec des tournures plus alambiquées, contenant beaucoup de subordonnées [68]. Il adopte plus un discours de dissertation, très travaillé, qui peut parfois donner l'impression d'une certaine distance avec la population, d'une carence de liens concrets entre le candidat et son auditoire (11).

Pour atteindre le but de notre mémoire de master et nous allons découvrir comment la manipulation a été utilisée par Emmanuel Macron dans son discours. Sur la base de la théorie donnée ci-dessus, nous avons sélectionné une vidéo de 10 décembre 2018, *c'est l'Adresse du président de la république Emmanuel Macron à la Nation* (16).

Trois semaines après les premières manifestations des « *gilets jaunes* », le président de la République Emmanuel Macron a pris la parole. Lundi 10 décembre, il s'est adressé à la « **nation** ». Nous avons étudié les particularités de son discours politique. On peut constater qu'il y a eu des moments assez distincts: le premier avec un corps qui était très rigide et qui ne bougeait pas du tout qui montrait un contrôle très présent avec un champ lexical qu'était très procédurier.

La première partie est avec un champ lexical régalien et puis il y a une deuxième partie qui a été presque opposée avec un champ lexical un peu plus émotionnel avec un peu plus de gestes, et par conséquent, d'une tonalité un peu plus chaleureuse.

En même temps s'est transformée en successivement mais ce qui était intéressant c'était de voir comment justement s'est le discours construit autour d'une mythologie qui est celle de « *l'union* », en définitive, ce que les mots « *ensemble* » et « nous » étaient les mots les plus présents dans cette deuxième partie de discours.

Dans les discours d'Emmanuel Macron ce qu'il y a de plus frappant c'est sa façon d'utiliser tous ses marqueurs d'unité et de rassemblement. Il y a par exemple très souvent un flou autour des pronoms personnels comme « *nous* ».

Dans son discours le président utilise le pronom « *nous* », mais le lecteur ne sait jamais vraiment de qui il parle: tout cela peut être en « *nous* » impliquant le sens de « vous », ou de « moi ». Notamment, il est possible de comprendre le concept plus général de « *nous* » qui va inclure un peu tout ce qui pourraient être d'accord avec lui.

*« Françaises, Français, nous voilà ensemble au rendez-vous de notre pays et de notre avenir. Les événements de ces dernières semaines dans l'Hexagone et outremer ont profondément troublé la Nation. Ils ont mêlé des revendications légitimes et un enchaînement de violences inadmissibles et je veux vous le dire d'emblée : ces violences ne bénéficieront d'aucune indulgence. Nous avons tous vu le jeu des opportunistes qui ont essayé de profiter des colères sincères pour les dévoyer... Quand la violence se déchaîne, la liberté cesse. C'est donc désormais le calme et l'ordre républicain qui doivent régner. Nous y mettrons tous les moyens car rien ne se construira de durable tant qu'on aura des craintes pour la paix civile. J'ai donné en ce sens au gouvernement les instructions les plus rigoureuses » (16).*

*Nous voyons que le discours est commencé par le pronom « nous » qui renvoie à tous les Français et les françaises ensemble et le pays. Puis ce « nous » va devenir un peu plus flou. « Nous avons tous vu le jeu des opportunistes », « Nous avons tous vu les irresponsables politiques » – dans ce cas-là Macron parle de ses opposants politiques et il inclut tous les Français dans ce « nous » qui ne peut pas concerner tous les Français.*

En employant le « nous » le président inclut tout le monde dans ce jugement qui est le sien et qui n'était pas là partagé par tous les Français. On peut observer le glissement anodin du sujet exprimé par le pronom qui était un choix conscient. C'est une *technique d'influence* qui est utilisée par beaucoup de politiciens pour pouvoir laisser sous-entendre que tous les Français seraient d'accord avec eux alors que c'est pas le cas, c'est seulement une partie d'électorats.

Ensuite on revient en « nous » plus générale de notre liberté, c'est celle de tous les Français. Après il y a un nouveau « nous » **qui** inclut le président et le gouvernement. C'est le gouvernement qui veut mettre les moyens il s'agit d'une décision politique. C'est une façon d'impliquer indirectement dans l'action de devoir appliquer les mesures pour rétablir l'ordre. Il s'agit d'une action politique, celle du gouvernement. C'est une posture politique vis-à-vis des « gilets jaunes » et ce « nous » permet de présenter cette position prise par le gouvernement comme un soin national. Tout cela se termine par un jeu présidentiel de l'autorité « *J'ai donné les instructions* ». Les discours de E. Macron sont très construit pour dire « *nous voulons* » et « *je fais* ».

Le jeu est utilisé pour souligner l'autorité présidentielle, car Macron ne l'a jamais utilisé pour exprimer une pensée personnelle. Pour poser un moment d'autorité, on recourt à l'utilisation des verbes « *je veux* », « *je sais* », « *je les respecterai* », « *je serai fidèle* », « *je protégerai la République* », « *je veux* », « *je ferai tout* » – qui vont contribuer à créer cette position du « *père protecteur* », c'est-à-dire, celui qui sait, celui qui va protéger. Les politiciens jouent énormément avec les pronoms, ils usent et abusent du « nous » parce que cela donne une influence positive chez l'être humain. Les recherches ont été démontré que lorsque les gens voient ou entendent le pronom « nous », cela va leur donner sensation de chaleur de connexion avec les autres rien qu'en entendant le pronom « nous » notre cerveau est stimulé positivement et inconsciemment dans ce sens

là et cette utilisation d'où elle ressort beaucoup dans tous les discours d'Emmanuel Macron: « *C'est l'Europe c'est le monde qui nous regarde, l'Europe et le monde attendent que nous défendions partout l'esprit des Lumières. Ils attendent que partout nous défendions les libertés que nous protégeons les opprimés, ils attendent que nous portions une nouvelle espérance. Ils attendent que nous soyons enfin nous* » (15).

Mais ce « nous » qui permet de se lier, il peut aussi être utilisé pour donner des ordres directement pour donner des directives poliment sans en avoir l'air en management. C'est bien d'utilisé lorsqu'une personne est en situation d'autorité si elle dit « nous devons faire des efforts », « nous devons faire des économies ».

La personne qui vous dit ces mots est le plus tôt dire « vous » ce qu'elle veut dire c'est « vous devez faire des efforts », « vous devez faire des économies », « vous devez travailler plus ». Elle s'inclut dans le message en passant par « nous » pour l'adoucir mais souvent elle n'est pas directement concernée ni par l'action, ni par les conséquences du message.

Emmanuel Macron utilise un « nous » pour renforcer son lien avec l'électorat, avec ceux qui écoutent le discours, mais il va exclure à chaque fois une catégorie de personnes qui va désigner par « ils » part « eux » par les autres, c'était assez lisible avec le cas des « gilets jaunes ».

Le président n'a pas directement utilisé le mot « gilet jaune ». En linguistique, il y a un postulat assez fort qui dit que ce qui ne se nomme pas n'existe pas. Donc, en quelque part c'est une manière de nier l'existence du mouvement, c'est à dire que ça permet de ne pas lui donner une réalité trop importante.

Macron a prononcé le discours sur les « gilets jaunes », sans jamais prononcer l'expression, parce que en les nommant, tout cela les fera exister en tant que groupe et il valait nommé donc indirectement par des pronoms flou comme « ils » et par des émotions comme **la colère, l'indignation.**

« *Au début de tout cela, je n'oublie pas qu'il y a une colère, une indignation et cette indignation beaucoup d'entre nous, beaucoup de français peuvent la partager* (131). *Il n'est pas en train de dire votre indignation, vous les «gilets jaunes», il dit une*

*indignation* par conséquent il impersonnalise ce nom. Alors qu'on savait qu'il s'agissait de celles des « gilets jaunes ». Cette *indignation* que beaucoup d'entre nous, beaucoup de français peuvent partager, le « nous » renvoie ici aux français en général, pas spécifiquement au « **gilet jaune** » donc il nie les distances du groupe qui représente cette indignation » (3).

Il dissout ce groupe de « gilet jaune » dans l'indignation de tous les Français mais il reconnaît par contre l'existence de « *l'ennemi commun* », celui qui met le désordre et cet ennemi commun tout cela revient souvent dans ses discours par un jeu de langage et cette alternance des pronoms où le « nous » flou va s'opposer aux « ils » qui représente l'ennemi.

*« Jamais dans notre République depuis un an, il n'y a eu qui que ce soit protégé ou soustrait aux règles au droits de la République car ce que c'est ce que nos concitoyens attendent de « nous » et s'ils cherchent un responsable, dites-leur chaque jour, vous l'avez devant vous, le seul responsable de cette affaire c'est moi. S'ils veulent le responsable. Il est devant vous. Qu'ils viennent le chercher. Et ce responsable il répond au peuple français et au peuple souverain »* (10).

E. Macron essaye vraiment d'instaurer une autorité politique qui va passer par cette autorité du langage et Emmanuel Macron complexifie son discours avec une qualité d'expression, une syntaxe plus complexe avec un registre trop littéraire. Il est nécessaire de mentionner que c'est un discours supérieur qui va mettre le peuple à distance alors que les anciens présidents à l'inverse cherchaient à simplifier leurs discours pour pouvoir parler au plus grand nombre.

*« Une fois qu'on a dit cela pourquoi les taxes sont présentes sur le carburant et augmente? Parce que les mêmes personnes me demandent, je me suis engagé à le faire de changer progressivement »* (153)

Lorsqu'on pose une question rhétorique on oblige aussi celui qui écoute à répondre à cette question intérieurement et donc à être aussi plus attentifs à la réponse qui sera donnée à cette question, il veut vraiment l'attention plein de celui qui écoute.

«C'est un séducteur» Nicolas Hulot disait même après sa démission à quel point Emmanuel Macron le séduisait intellectuellement c'est parce que Emmanuel Macron. Il

sait comment se connecter à l'intellect de l'autre qui qu'ils soient ils se connectent sur le registre émotionnel et cherche la complicité avec l'interlocuteur, il cherche le terrain commun et il va aussi montrer donc ces réactions émotionnelles il va montrer des familiarités: « *C'est votre façon à vous de fêter les 50 ans de mai 68 par la répression ? Bon. Comme vous y allez ! Alors, question cash, réponse cash. Toujours entre nous !* » (145).

C'est aussi quelqu'un qui est assez méticuleux son expression naturelle elle se distingue justement par des phrases qui sont très longues des phrases à rallonge où où tous les maux cherche à préciser un peu plus le sens de la phrase chaque mot qui s'ajoutent bien préciser un peu plus sa pensée vient la nuancé et il va imposer ses idées par des structures de phrases qui indique une sorte d'évidence en finissant toujours par « **ça c'est important** » (B).

« **Ça c'est la vérité** » « **Ça c'est de la pipe** » [79]. Il cherche à se faire comprendre et à se connecter à l'autre et il va le faire en utilisant des références communes souvent des références populaires il s'exprime à travers aussi des métaphores très simple pour pouvoir être compris et pour pouvoir parler à un maximum de monde.

« *Depuis 15 jours, tout le monde me parle de santé. Tout le monde. Qu'est ce que ça veut dire? Ça veut dire que se révèlent des symptômes. Quel est le mal profond qu'il y a derrière ces symptômes. Au fond le peuple français dit: j'ai mal aux bras, non j'ai mal à la jambe, j'ai mal à l'épaule. Ce qui est vrai les maux sont multiples. On ne va plus administrer, une potion qui n'est que symptomatique – pour filer la métaphore médicale, mais on va chercher la cause profonde. Notre pays depuis des décennies pour reprendre la formule dès qu'il ya un mal on lui donne du Doliprane ou de la morphine. Tu vas arrêter d'avoir mal. Tiens. Mais le jour où le Doliprane ou la morphine règlent la cause profonde quand vous avez une pathologie, ça se serait vu Bah lamaintenant il faut qu'on regqrde d'un peu plus près. Pourquoi vous avez mal là? Ç' est ça le moment dans lequel on rentre. Et il est indispensable* » (13).

Même s'il sait se connecter avec l'autre même s'il cherche la connexion avec l'autre il est tout de même très conscient de sa place dans l'hierarchie sociale, on lui reproche beaucoup ces petites phrases et certaines sont bien des propos qu'on peut qualifier de

petites phrases lorsqu'ils s'expriment par exemple avec un langage populaire avec des expressions très familière mais d'autres ne sont pas des petites phrases ce sont des mots qui révèle sa grille de lecture des gens son rapport à la réussite sociale.

*« Donc quand on me dit : les pauvres voyageront en autocar. Je tendance à penser que c'est une caricature. Mais. Les pauvres qui ne peuvent pas voyager voyageront plus facilement » (14).*

Ça révèle le fait que le regard qu'ils portent sur autrui se fait par le prisme de la catégorie socioprofessionnelle et avec cette grille de lecture autrui n'existe que selon son statut social la valeur d'une personne est liée à sa place dans la hiérarchie sociale et c'est d'ailleurs la grille lecture de beaucoup de personnel parce que c'est leur seule grille de lecture de l'humain l'humain est réduit à une seule dimension sa catégorie sociale et parce qu'ils auront une position supérieure sur cette échelle à l'échelle sociale il se considéreront comme un humain supérieur.

### **Conclusions du chapitre 3**

Dans le troisième chapitre de notre recherche de mémoire nous avons analysé les textes de discours politique sous l'angle linguistique lié aux aspects sociaux et psychologiques, conditionnés par le rôle de la communication politique dans la société moderne. Cela conduit à la conclusion que l'actualisation de certaines nuances de sens et la neutralisation d'autres, la manifestation de fluctuations dans la sémantique des mots, des phrases, se produisent dans le sens sémantique du langage pendant la communication politique.

Les spécificités du discours français ont été déterminées par les stratégies et les techniques de la manipulation visant à discréditer un candidat en critiquant sa personnalité. La stratégie est surtout représentée par des tactiques : tactique émotionnelle, tactique d'admiration et de compliment, tactique de dramatisation et de menace, tactique d'appel des sentiments.

Alors, étant donné les caractéristiques du vocabulaire stylistiquement marqué : les néologismes, les mots d'origine étrangères, les termes des domaines différents, nous

pouvons constater qu'ils effectuent fonction psychologique et manipulatrice d'influence sur le public cible. De cette manière, les politiciens tentent de faire en sorte que les électeurs soutiennent leurs politiques et leurs opinions.

En ce qui concerne les figures de rhétoriques employé par Emmanuel Macron pendant ses discours politiques, on en a dégagé et analysé les suivantes :

- l'hyperbole qui se réalise à travers une diversité de marques linguistiques, notamment par les figures de mots ou des constructions syntaxiques plus complexes. On distingue à ce titre au moins quatre valeurs pouvant être assignées à l'hyperbole ;
- l'oxymore : une figure qui joue sur les combinaisons de deux termes totalement contradictoires ;
- la métaphore : une figure de rhétorique portant sur un transfert de sens en créant de tel façon les significations nouvelles.

Nous avons conclu que l'utilisation d'un vocabulaire stylistiquement marqué possède des traces de persuasion/manipulation sur l'électorat ce qui portent les marques de l'argumentation rhétorique destinée à convaincre. C'est grâce à ce fait émerge la présence des figures rhétoriques jouant le rôle principal dans le fonctionnement du phénomène analysé.

## CONCLUSION GÉNÉRALE

L'organisation linguistique des textes de discours politique est considérée comme le résultat de l'action du destinataire du texte en relation avec la fonction d'influence du texte par les intentions du locuteur.

Les facteurs communicatifs et pragmatiques, tels que l'intention de l'auteur, les conditions et le lieu de la mise en œuvre du texte, la poste politique de l'orateur aussi bien que son appartenance à un parti politique, jouent un rôle important dans le choix et le rapport des instruments linguistiques utilisés dans les textes des discours politique, ainsi que la structure des éléments interconnectés sont prédéfinis fonctionnellement.

Notre analyse a abouti aux conclusions suivantes :

1. La structure des textes de discours politique est basée sur une stratégie de communication, définie par le but de la communication et des moyens spéciaux d'affirmation de la position du locuteur, pour lequel ce dernier utilise un arsenal de stratégies valides ou secrètes pour choisir la bonne tactique.

2. Le discours remplit des fonctions de persuasion, de manipulation, d'agitation, de félicitations, est réalisé selon un scénario créé à l'avance, qui dépend de la situation de communication. Le nombre de participants à cette situation de communication n'est pas défini avec précision, car il s'agit d'une communication de masse, l'action principale (parole) étant donnée au locuteur.

3. Le discours politique est déterminé idéologiquement: son objet est la politique, il fait partie des types de textes politiques informatifs et persuasifs créés par un groupe spécifique de personnes (dans notre cas, le président de la France). Pendant le discours, le destinataire acquiert un statut spécial qui donne des attentes particulières au destinataire. Il convient également de noter que l'action de son locuteur est identifiée avec un groupe politique particulier.

4. Bien que le caractère persuasif du discours ne soit pas encore une indication que le locuteur doit atteindre son objectif dès le discours prononcé, il fait partie d'un processus multimédia complexe.

5. Au sein des approches de l'analyse du discours critique, notre recherche a démontré que ce cadre comprend deux nouvelles dimensions essentielles: une science critique, si elle veut se légitimer, doit d'abord être autocritique et, d'autre part, prendre en compte le contexte de vie historique dans lequel des interactions linguistiques et sociales ont lieu. Les résultats nous amène à la deuxième dimension essentielle d'une science critique: la linguistique critique a pour préoccupation de mettre en relation la langue avec ses utilisateurs et de rechercher une méthode de principe permettant de faire ressortir les idéologies inhérentes à leurs communications.

6. Grâce à leur sémantique et à leur dynamisme, certains mots du vocabulaire politique deviennent des slogans-clés, qui constituent la nature typique du texte qui affecte directement le destinataire grâce à son potentiel émotionnel, sa brièveté, sa simplicité, sa précision. Les slogans politiques, y compris certains cadres conceptuels, deviennent la base du discours, déterminent la nature de l'événement de communication. Ce sont des classificateurs universels car ils formulent implicitement une stratégie comportementale.

7. Nous arrivons également à la conclusion que la fonction principale des textes des discours est d'influencer le destinataire et de s'accorder sur la position du locuteur, ce qui entraîne l'utilisation d'un vocabulaire stylistiquement marqué: néologismes, euphémismes, métaphores, vocabulaire familier et mots d'origine étrangère.

8. Au croisement des diverses disciplines scientifiques l'émergence de professions dans le service de relations publiques est justifié. Il est également incontestable que la politique est mise en œuvre directement par le langage et que de nombreux experts ne travaillent que pour une tâche: rendre la communication politique plus efficace que possible. Les médias, qui interagissent avec toutes les formes de conscience du public, sont l'un des principaux facteurs influant sur la conception d'un message en politique.

9. Le niveau lexico-sémantique des textes des discours politiques des présidents français est représenté par le vocabulaire commun, et le vocabulaire politique reflétant l'idéologie d'une classe particulière met en œuvre un ensemble d'idées, jugements et réflexions politiques, un système de symboles, des idéologies.

10. Parmi les moyens grammaticaux dans les discours politiques les plus pertinents sont pronoms et les verbes. Lorsque utilisation des pronoms crée le rôle de références, le locuteur, en fonction de ses intentions, établit des liens dans la conscience de groupe, crée un sens de l'unité, identifie le gouvernement, le pays et lui-même avec le destinataire, ce qui permet de considérer ces moyens comme les indicateurs les plus importants de la structure de la situation de communication des textes de discours politiques français. L'utilisation de verbes exprimant des relations sujet-objet prépare la conscience du destinataire à la perception des informations et signale les intentions du locuteur. De telles intentions illocutoires du locuteur peuvent avoir une influence « *positive* » sur le destinataire, susciter ses émotions, l'impressionner dans le plan de la conversation, impliquer certains faits, éviter les réactions indésirables.

Ayant déployé un analyse profond dans les cadres d'activité politique d'Emmanuel Macron, nous avons spécifié la place de la manipulation linguistique dans ses discours politiques aussi bien que leur traits personnels principaux, tel comme une l'affectivité des phrase élevée, une forme de communication très dynamique et l'introduction termes des domaines différents dans le champ lexical politique.

## BIBLIOGRAPHIE

1. AFP, S. Emmanuel Macron en Guyane : « Je ne suis pas le Père Noël ». URL:[https://www.lepoint.fr/politique/emmanuel-macron-en-guyane-je-ne-suis-pas-le-pere-noel-26-10-20172167756\\_20.php](https://www.lepoint.fr/politique/emmanuel-macron-en-guyane-je-ne-suis-pas-le-pere-noel-26-10-20172167756_20.php) (dernier accès: 20.10.2019).
2. AFP, S. Six mois à l'Élysée : les mots de Macron. Le Point. URL : [https://www.lepoint.fr/politique/6-mois-a-l-elysee-les-mots-de-macron-13-11-2017-2171863\\_20.php](https://www.lepoint.fr/politique/6-mois-a-l-elysee-les-mots-de-macron-13-11-2017-2171863_20.php) (dernier accès: 20.10.2019).
3. Althusser, L. Essais sur l'idéologie. Londres: Verso, 1993. 179 p.
4. AMOSSY, R. L'argumentation dans le discours : discours politique, littérature d'idées, fiction, Paris : Nathan, 2000.
5. Analyse-du-discours.com. Le discours politique. URL: <http://www.analyse-du/discours-politique> (dernier accès: 20.10.2019).
6. Anscombe, J. L'argumentation dans la langue. Bruxelles: P.Mardaga, 1995. 129 p.
7. Asya, A. Manipulation linguistique : définition et types. URL: <http://www.ijcrsee.com/index.php/ijcrsee> (dernier accès: 20.10.2019).
8. Augoustinos, M., Walker, I. and Donaghue, N. Social cognition. London: Sage, 1995.
9. Bernal, C. Les discours politiques, Paris : Harmattan, 2017. 54 p.
10. [https://www.lesechos.fr/21/04/2018/lesechos.fr/0301526041916\\_bilan-acronlestrois-langages-du-president.htm](https://www.lesechos.fr/21/04/2018/lesechos.fr/0301526041916_bilan-acronlestrois-langages-du-president.htm) (dernier accès: 02.10.2019).
11. Blass, R. Manipulation dans les discours et les écrits de Hitler du point de vue de la théorie de la pertinence. Bielefeld: Cornel Sen, 2005 p.187-194.
12. Braiker, B. How to Break The Cycle of Manipulation. McGraw-Hill. Chicago. USA, 2004.
13. Breton, P. La parole manipulée. Paris: Découverte, 2013 51-52 p.
14. Brostrom, S. Le rôle de la métaphore dans la sémantique cognitive. Lund: Lund Université des études cognitifs, 1994.
15. Caroline Ollivier-Yaniv. Discours politiques, propagande, communication, manipulation / Caroline OllivierYaniv // ENS Éditions2010.URL : <https://journals.openedition.org/mots/19857> (dernier accès: 15.10.2019).

16. Ces petits détails que Macron a voulu que vous voyiez. URL : [https://www.huffingtonpost.fr/2017/06/29/sur-le-portrait-officiel-demmanuel-macron-ces-detais-quil-a\\_a\\_23007876/](https://www.huffingtonpost.fr/2017/06/29/sur-le-portrait-officiel-demmanuel-macron-ces-detais-quil-a_a_23007876/).
17. Chafe, W. *Discourse: An overview of Linguistics* Oxford: Oxford University Press, 1992. 356-358 p.
18. Chomsky, N. *Hegemony or survival*. New York: Henry Holt, 2003.
19. Chudinov A.P. *Modern political communication*. Ekaterinburg: Pedagogical University, 2009. 292 p.
20. Claudia, M. *Politique et manipulation: théorie et pratique sociales*. New York: Random House, 2005. 111 p.
21. Corraze, J. *Les communications non verbales*. Paris : Presses Universitaires de France, 1980.
22. Couturier, B. *Macron : un président philosophe* Paris : Editions de l'observatoire, 2017
23. D'où vient le « croquignolesque » d'Emmanuel Macron? URL : <http://www.lefigaro.fr/langue-francaise/expressions-francaises/2017/10/16/37003-20171016ARTFIG00139-d-o-vientle-croquignolesque-d-emmanuel-macron.php> (dernier accès: 09.12.2019).
24. Emmanuel Macron: quand ses paroles deviennent incompréhensibles. URL: <https://www.planet.fr/politique-emmanuel-macron-quand-sesparoles-deviennent-incomprehensibles>.
25. Danler, P. *Les réalisations morpho-syntaxiques et textuelles comme outils linguistiques d'argumentation pragmatique délibérée*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2005. 63 p.
26. Demyankov, V. *Political discourse as subject of political philology, Political science. Political discourse: History and modern researches* Moscow: INION, 2002. 32-43 p.
27. Denton, R. *Communication politique en Amérique*. NY: Praeger, 1990. p.363.
28. Saussure, L. *Manipulation and Cognitive Pragmatics*: Amsterdam Philadelphia: John Benjamin, 2005. 75-160 p.
29. DeSaussure, L., Schulz, P. *Manipulation et idéologies au XXe siècle*. Amsterdam: John Benjamins Publishing, 2006.

30. Dillard, J. Pfau, M. Le manuel de persuasion: Développements théoriques et pratiques. Thousand Oaks: Sage, 2002.
31. Dix mots pour cerner Emmanuel Macron. (2019). URL :[https://www.lemonde.fr/idees/article/2017/05/26/dix-mots-pour-cerner-emmanuel-macron\\_5134334\\_3232.html](https://www.lemonde.fr/idees/article/2017/05/26/dix-mots-pour-cerner-emmanuel-macron_5134334_3232.html) (dernier accès: 20.09.2019).
32. Dorna A. Matériuex pour l'étude du discours politique populiste URL : [https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/numarul%203/Argumentum\\_nr.\\_3\\_2004-2005\\_Cap.IV.pdf](https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/numarul%203/Argumentum_nr._3_2004-2005_Cap.IV.pdf).
33. Duhamel, O. Les mots de Macron. Paris: Editions Dalloz, 2018. 21 p.
34. Duverger M. La Monarchie républicaine. Paris: Editions Ahoïd, 2009. 84 p.
35. Ekman P. Unmasking the Face: a Guide to Recognizing Human Emotions from Facial Expressions. Cambridge : Cambridge MA, 2003. 214 p
36. Emmanuel Macron a réhabilité l'usage des symboles en politique // Le Figaro, URL : <http://www.lefigaro.fr/vox/politique/2018/05/07/31001-20180507ARTFIG00247-emmanuel-macron-a-rehabilite-l-usage-des-symboles-en-politique.php>
37. Encyclopédia Universalis. (2019). ARGOT. URL : Disponible sur: <http://www.universalis.fr/encyclopedie/argot/>.
38. Erckenbrecht, U. Political Speech Hockenheim: Aschenbach Verlag, 1999. 199 p.
39. Euphémisme, G. Gouverner par euphémisme. URL : <https://www.franceculture.fr/emissions/le-billet-politique/le-billet-politique-du-vendredi-22-juin-2018> (dernier accès: 05.09.2019)
40. Faden, R., Beauchamp, T. and King, N. A history and theory of informed consent. New York: Oxford University Press, 2014. 70-71 p.
41. Fairclough, N. Language and power UK: Logman Group Limited, 1989. 259 p.
42. Fiala, P. Passion francophone. Paris: ENS, 2014. 107-114 p.
43. Franklin, B. Packaging politics London: Edward Arnold, 1994. 257 p.
44. Fulda, A. Emmanuel Macron, Un Jeune Homme Si Parfait Paris : Plon, 2016.
45. Galimatias, Perlimpinpin... Le florissant lexique d'Emmanuel Macron URL: <https://www.ouest-france.fr/elections/presidentielle/galimatias-perlimpinpin-lelorissant-lexique-d-emmanuel-macron4970550> (dernier accès: 15.08.2019).

46. Genthner, D. Alignment in the processing of methaphor//Journal of memory and language New York: Academic Press, 2001. 349 p.
47. Goodin, R. Politique de manipulation. New Haven: Yale University Press, 1980. 59 p.
48. Habermas. J. L'identité, communication et moralité. Principaux travaux de recherche sur l'identité. Francfort-sur-le-Main: Suhrkamp, 2010. 256 p.
49. Halliday M La langue comme sémiotique sociale. Baltimore: Université de Park Press, 1978. 256 p.
50. Hennel-Brzozowska, A. La communication non verbale et paraverbale –perspective d'un psychologue. Synergies Pologne, 2008, 21-30 p. (dernier accès : 14.08.2019)
51. Hiérogamie. URL : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Hi%C3%A9rogamie> (dernier accès: 06.09.2019).
52. Volle Michel. Petit dictionnaire correct français, 2013 URL : <http://michelvolle.blogspot.com/2013/10/petit-dictionnaire-correct-francais-et.html> (dernier accès: 17.10.2019).
53. Hussonnois-Alaya, C. Macron: ce que signifie « président jupitérien ». URL : <https://www.bfmtv.com/politique/ce-que-signifie-le-president-jupiterien-que-souhaite-incarner-macron-1166014.html>.
54. Jacques, F. Argumentation et stratégies discursives // L'argumentation Colloque de Cerisy Magdada: Lempereur, 1991. 129 p.
55. Jeanneney, J. Le Moment Macron – Un Président Et L'histoire Paris : Seuil, 2017.
56. Jonson, B. Self-expression and linguistic variation. Language in society. Cambridge: Cambridge Press, 2007.
57. Kara Murza, S. G. Manipulation de la conscience. Algorithme, 2000 - URL: <http://www.karamurza.ru/manipul.htm> (dernier accès: 15.08.2019).
58. Klinkenberg J. M. Le français moderne. Revue de linguistique française. URL : <http://www.le-francais-moderne.com/> (dernier accès: 15.09.2019).
59. Le Huffington Post. Changement radical ou continuité, pour Macron, il est l'heure de trancher. URL : [https://www.huffingtonpost.fr/jeanphilippe-moinet/changement-radical-ou-continue-pour-macron-il-est-lheure-de-trancher\\_a\\_23187732/](https://www.huffingtonpost.fr/jeanphilippe-moinet/changement-radical-ou-continue-pour-macron-il-est-lheure-de-trancher_a_23187732/).
60. Lelab.europel.fr. Delphine Batho dit être « dans une forme de rupture tranquille » vis-à-vis de François Hollande. URL : <https://lelab.europel.fr/Delphine-Batho-dit-etre->

dans-une-forme-de-rupture-tranquille-vis-a-vis-de-Francois-Hollande-17416 (dernier accès: 03.09.2019).

61. Le-politiste.com. LE DISCOURS POLITIQUE. URL : <https://le-politiste.com/le-discours-politique/>(dernier accès: 01.09.2019).
62. Les questions que pose le discours d'Emmanuel Macron sur l'affaire Benalla. URL : [https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2018/07/25/lesquestions-que-pose-le-discours-d-emmanuel-macron-sur-l-affaire-benalla\\_5335746\\_4355770.html](https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2018/07/25/lesquestions-que-pose-le-discours-d-emmanuel-macron-sur-l-affaire-benalla_5335746_4355770.html)
63. Leudar, I., Marsland, V. On membership categorization. Estados Unidos: Sage Publications, 2004. pp.243-266.
64. Lillian, D. L Modality, persuasion and manipulation in Canadian conversative discourse. Critical Approaches to Discourse Analysis across Disciplines, 2008. 1-16 p.
65. Linguistic Features of Political Discourse. URL : <http://www.le-francais-moderne.com/> (dernier accès: 01.10.2019).
66. Lopez Diaz M. Figure de discours et de contextualisation / Montserrat Lopez Diaz., 2014. 47 p.
67. Lopez Diaz M. L'euphémisme, la langue de bois et le politiquement correct : changements linguistiques et stratégies énonciatives / Montserrat Lopez Diaz. // L'Information grammaticale, 2014. 143 p.
68. Macron et Le Pen : deux langages au service de deux projets politiques. URL : <https://www.cnews.fr/france/2017-04-26/macron-et-le-pen-deux-langages-au-service-de-deux-projets-politiques-754152> (dernier accès: 11.09.2018).
69. Maillat, D. Manipulation et cognition: Un modèle pragmatique. Rhétorique et cognition. Perspectives théoriques et stratégies persuasives.. Bern: Peter Lang, 2014. 69-88 p.
70. Martín Rojo, L. et van Dijk, T. « Il y avait un problème et il était résolu! »: Légitimer l'expulsion des migrants « illégaux » dans le discours parlementaire espagnol URL: <https://doi.org/10.1177/0957926597008004005> (dernier accès :30.08.2019).
71. McCornack, S.A. Information Manipulation Theory. Cambridge: Cambridge University Press, 1992. 223 p.

72. Memoire Online - Analyse pragmatique du discours de Barack H. Obama à Accra. Approche énonciative Rigobert MUKENDI. URL : <https://www.memoireonline.com/01/13/6687/Analyse-pragmatique-du-discours-de-Barack-H-Obama--Accra-Approche-énonciative.html> (dernier accès : 28.09.2019).
73. Messaris, P. Visual Persuasion: Le rôle des images dans la publicité. Thousand Oaks, Californie: Sauge, 1997. 208 p.
74. Miller G.R., Boster F., Roloff M.E., Seibold D. Compliance-gaining message strategies: A topology and some findings concerning effects of situational differences // Communication Monographs, 1977. 37–51 p.
75. Mills S. Discourse. New York Routledge, 1997. 177 p.
76. Moeschler, J. Argumentation et Conversation. Paris: Hatier, 1985. 135 p.
77. Moeschler, J. Théorie pragmatique et pragmatique conversationnelle. Paris: A. Colin, 1996. 108 p.
78. Moscovici, S., Duveen, G. Social representations. New York: New York University Press, 2001.
79. Neisser, U., Fivush, R. The Remembering Self: Construction and Accuracy in the Self-Narrative Cambridge: Cambridge University Press, 1994.
80. Parelman, C., Olbrechts-Tyteca, L. Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique. Paris: Presses Universitaire de France, 1958. 129 p.
81. Pecheux, M. Langage. Sémantique et idéologie. Londres: Macmillan, 1982. 78 p.
82. Perelman, C., Olbrechts-Tyteca, L. Traité de l'argumentation (p. 129). Bruxelles: Éd. de l'Université de Bruxelles, 2008
83. Pierre Mansat et les Alternatives. « Camoufler la violence sociale sous des expressions abstraites » Cécile Alduy, dans Le Monde a propos de Macron - Pierre Mansat et les Alternatives. URL : <http://www.pierremansat.com/2018/03/camouflerlaviolencesociale-sous-des-expressions-abstraites-cecile-alduy-dans-le-monde-a-propos-de-macron.html> (dernier accès: 10.03.2019).
84. Pierre Mansat et les Alternatives. URL: <http://www.pierremansat.com/archive/2018-03/> (dernier accès: 08.10.2019)

85. Programme electoral. Vie publique. URL : <https://www.viepublique.fr/taxonomy/term/7960> (dernier accès: 10.09.2019)
86. Recanati, F. Les énoncés performatifs. Paris: Les Ed. de Minuit, 1986. 125 p.
87. Rey J. Le Robert Micro Poche. Dictionnaire pratique d'apprentissage de la langue française / Jalain Rey. — P. : Dictionnaire Le Robert, 2012. 136 p.
88. Sacks, H., Jefferson, G. and Schegloff, E. Lectures on Conversation. Hoboken: Wiley-Blackwell, 2010.
89. Sheygal, E. I. Semiotics of a political discourse. Moscow, Gnozis, 2004
90. Spin doctor. November 2019, URL : [https://fr.wikipedia.org/wiki/Spin\\_doctor](https://fr.wikipedia.org/wiki/Spin_doctor) (dernier accès: 10.10.2017) The Wordsworth Thesaurus (1993). Wordsworth Editions Ltd.
91. Thomas J. (1995). Meaning in Interaction. An Introduction to Pragmatics. Pearson Education. London.
92. Tulving, E. Elements of Episodic Memory. – Oxford: Oxford University Press, 1983.
93. Un "combat sans relâche" : Macron appelle les Français à "faire bloc" face "au terrorisme islamiste". URL : <http://www.ipreunion.com/francemonde/reportage/2019/10/08/macron-appelle-les-francais-a-faire-bloc-face-au-terrorisme-islamiste,108962.html>
94. Un an après l'élection d'Emmanuel Macron, quel bilan tirer de cette première année de quinquennat? - URL:<https://staticswww.bva-group.com/wptent/uploads/2018/05/Bilan-de-la-premiere-année-à-lElysée-dEmmanuel-Macron-Rapport-DEF.pdf>.
95. Van Dijk, T.A. Discourse and Manipulation. Discourse and Society, 2006. 359 – 383 p.
96. Van Eemeren, F., Grootendorst, R. Argumentation, Communication and Fallacies. A Pragma-Dialectical Perspective. Hillsdale: Lawrence Hellbaum, 1992.
97. VanDijk, T. Discourse and manipulation. Discourse and Society. New Delhi: Sage, 2018.
98. vanLeeuwen, T. Discours et pratique. Nouveaux outils pour l'analyse du discours critique. Oxford: University Press, 2019. p.56-60.
99. Vulpian, H. (2019). La pensée de Paul Ricœur chez Emmanuel Macron. URL: <https://radionotredame.net/2017/politique/la-pensee-de-paul-ricoeur-chez-emmanuel-macron-104982/>.

100. Ware, A. Le concept de manipulation: son rapport à la démocratie et au pouvoir. New York: Cambridge University Press., 1981. 149 p.
101. Weiss, G., Wodak, W. Théorie de l'analyse du discours critique et interdisciplinaire. New York: Palgrave Macmillan, 2002. p.74-78
102. Whillock, R. and Slayden, D. Hate speech. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 1995.
103. Wiktionnaire. Définitions: manipuler URL : <https://en.wiktionary.org/wiki/manipuler> (dernier accès: 10.08.2017) .
104. Wodak Ruth. Critical Discourse Analysis: History, Agenda, Theory, and Methodology. URL : <http://tinyurl.com/pnxmulr> (dernier accès: 10.08.2017) .
105. Wodak, Introduction aux notions de contexte et d'acteurs sociaux en Critical Discourse Analysis. URL : <https://journals.openedition.org/semen/8540> (dernier accès: 08.09.2017) .
106. Wodak, R. L'approche du discours historique. Dans R. Wodak et M. Meyer (Eds.), Méthodes d'analyse du discours critique, London: Sage, 2001. 63-95 p.
107. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ. ВЦ «Академія», 2004. 344 с.
108. Болкова, Н. Структура концепта влади в ідіографічному словнику. Тези доповіді наукової конференції. Калінінград: Зміна, 1998, 18-19 с.
109. Быкова, О.Н. Языковое манипулирование. Красноярск: Ачинск, 1999. 125 с.
110. Гулей М.Д. Особливості структурно-композиційної організації тексту політичної публічної промови (на матеріалі виступів Президентів П'ятої Республіки Шарля де Голля і Жака Ширака)//Проблеми семантики слова, речення та тексту: Зб. наук. статей / Відп. ред. Н.М. Корбозерова. – Вип. 6. – К.: КНЛУ. – 2001. – С. 54-58.
111. Доценко Е. Психологія маніпуляції: явища, механізми та захист. Сpero Publishing Москва, 1997.
112. Иссерс, О. Мовний вплив: Навчальний посібник. Москва: Видавництво Флінта, 2009. ст. 60-80.
113. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Москва: Наука, 1987. 263 с.

114. Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса М. : Прогресс, 1999. 416 с.
115. Клименко Ирина. Теоретичні засади лінгвістичного аналізу політичного дискурсу / Ирина Клименко URL : <http://tinyurl.com/o2f8t6x>.
116. Ниренберг Дж. Как читать человека словно книгу. Издательство Сада, 1992. 176 с.
117. Паршина, О. Російська політична мова: Теорія і практика. Москва: ЛКИ, 2007
118. Почепцов Г.Г. Коммуникативные аспекты семантики. – К.: Вища школа, 1987. – С. 4-30.
119. Рабчун А. І. Le discours politique français dans son aspect fonctionnel / Анастасія Рабчун. // Україна і світ: діалог мов та культур. – 2019. – С. 280–282.
120. Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие: Методология и теория / Е. Ф. Тарасов// Оптимизация речевого воздействия. – М.: Наука, 1990. 18 с.
121. Шапочкин, Д. Политический дискурс: когнитивный аспект. Тюмень: 2012.260. с

## DICTIONNAIRES

122. Gourlin, T. (2019). D'où vient le «croquignolesque» d'Emmanuel Macron ?. URL :<https://www.lefigaro.fr/langue-francaise/expressions-francaises/2017/10/16/37003-20171016ARTFIG00139-d-o-vient-le-croquignolesque-d-emmanuel-macron.php> (dernier accès: 05.09.2019)
123. Grineva H. Le dictionnaire de la lexique parlée du français / H. Grineva, T. Gromova. – Moscou: «La langue russe», 1991. – 575 p.
124. Larousse, É. (2019). Définitions : cancan - Dictionnaire de français Larousse. URL : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/cancan/12626> (dernier accès: 03.08.2019)
125. Larousse, É. (2019). Définitions : croquignolesque - Dictionnaire de français Larousse. URL : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/croquignolesque/20668?q=Croquignolesque#20551> (dernier accès: 05.09.2019).
126. Larousse, É. (2019). Définitions : jupitérien - Dictionnaire de français Larousse. URL :<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/jupit%c3%a9rien/45183?q=jupit%c3%a9rien#45137> (dernier accès: 05.09.2019).
127. Larousse, É. (2019). Définitions : larcin - Dictionnaire de français Larousse. URL : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/larcin/46269> (dernier accès: 10.09.2019)
128. Larousse, É. (2019). Définitions : rupture - Dictionnaire de français Larousse. URL:<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/rupture/70272?q=rupture#69512> (dernier accès: 10.10.2019)
129. Larousse, É. (2019). Définitions : tranquille - Dictionnaire de français Larousse. URL : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/tranquille/79040?q=tranquille#78084> (dernier accès: 10.10.2019)
130. Larousse, É. (2019). Définitions: manipuler - Dictionnaire de français Larousse. URL : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/manipuler/488?q#49095> (dernier accès: 05.09.2019).

131. Larousse, É. (2019). URL : [https://www.larousse.fr/dictionnaires/anglais-francais/spin\\_doctor/613930](https://www.larousse.fr/dictionnaires/anglais-francais/spin_doctor/613930) (dernier accès: 11.10.2017)
132. Єрмоленко С.Я., Бибик С.П., Тодор О.Г. Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів. – К.: Либідь, 2001. – С. 78-79, 90-93.
133. Larousse, É. (2019). Définitions : trait de Jupiter - Dictionnaire de français Larousse. URL : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/Jupiter/45182?q=#104712> (dernier accès: 05.09.2019).

## SOURCES D'ILLUSTRATION

1. Débat: “poudre de perlimpinpin” et “galimatias”, les expressions désuètes de Macron  
URL : <http://www.leparisien.fr/elections/presidentielle/debatpoudre-de-perlimpinpin-et-galimatias-les-expressions-desuetes-de-macron-04-05-2017-6916131.php> (dernier accès: 03.09.2019).
2. Débats - Débat avec le président de la République française, Emmanuel Macron, sur l'avenir de l'Europe (débat) URL : [http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/CRE-8-2018-04-17-ITM-004\\_FR.html](http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/CRE-8-2018-04-17-ITM-004_FR.html) (dernier accès: 21.09.2019).
3. Discours d'Emmanuel Macron à Albi | La République En Marche !. URL : <https://en-marche.fr/articles/discours/emmanuel-macron-albi-discours> (dernier accès: 03.09.2019).
4. Emmanuel Macron : « Nous sommes à l’orée d’une extraordinaire renaissance ».  
URL : <https://www.la-croix.com/France/Politique/Emmanuel-Macron-Nous-sommes-loree-dune-extraordinaire-renaissance-2017-05-1200847007> (dernier accès : 10.09.2019)
- JDD, L. (2019). Irma : "Soyons dignes", lance Emmanuel Macron en Guadeloupe.  
URL : <https://www.lejdd.fr/Politique/irma-soyons-dignes-lance-emmanuel-macron-en-guadeloupe-3434201> (dernier accès: 10.09.2019).
5. Faire de cette colère une chance. (2019). URL : <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2018/12/10/adresse-du-president-de-la-republique-du-lundi-10-decembre-2018> (dernier accès: 06.08.2019).
6. L'Élection présidentielle 2017 : Emmanuel Macron annonce sa candidature URL : <https://www.europe1.fr/politique/presidentielle-2017-emmanuel-macron-annonce-sa-candidature-2902001> (dernier accès: 11.09.2019).
7. Le Pen et Macron attaquent fort le débat: «l'enfant chéri» contre «l'héritière» URL : <https://www.europe1.fr/politique/debat-de-lentre-deux-tours-le-vrai-macron-contre-lheritiere-33189862902001> (dernier accès: 03.09.2019).
8. Le tempo du “maître des horloges”. URL : [http://www.lavie.fr/debats/encore-un-mot/le-tempo-du-maitre-des-horloges-15-10-2018-93657\\_683.php](http://www.lavie.fr/debats/encore-un-mot/le-tempo-du-maitre-des-horloges-15-10-2018-93657_683.php)
9. Les clips des candidats à l'élection présidentielle. URL : [https://www.youtube.com/watch?v=n\\_\\_I18Z7lrg&t=33s](https://www.youtube.com/watch?v=n__I18Z7lrg&t=33s) (дата обращения: 28.06.2017).

10. Les questions que pose le discours d'Emmanuel Macron sur l'affaire Benalla. (2019). URL : [https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2018/07/25/les-questions-que-pose-le-discours-d-emmanuel-macron-sur-l-affaire-benalla\\_5335746\\_4355770.html](https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2018/07/25/les-questions-que-pose-le-discours-d-emmanuel-macron-sur-l-affaire-benalla_5335746_4355770.html) (dernier accès: 20.09.2019).
11. Macron vous-a-t-il convaincu ? Analyse sémiologique de son discours. (2019). URL : <https://www.youtube.com/watch?v=3Bvk2rtXJLQ&t=169s> (dernier accès :11.10.2018).
12. Nadau, L. Dans son discours, Emmanuel Macron se voit déjà à l'Elysée. URL : <https://www.bfmtv.com/politique/dans-son-discours-emmanuel-macron-se-voit-deja-a-l-elysee-1149539.html> (dernier accès: 10.10.2019).
13. Parlez-vous le Macron? URL : <http://www.leparisien.fr/politique/do-you-speak-macron-02-02-2018-7538088.php> (dernier accès: 03.09.2019).
14. Portraits officiels des Présidents de la République // La Documentation française – URL : <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/droit-institutions/portraits-officiels-des-presidents-de-la-republique>.
15. Symbolique, esthétique. Le portrait officiel d'Emmanuel Macron décrypté // L'Obs, 29.06.2017. URL: <https://www.nouvelobs.com/photo/20170629.OBS1388/symbolique-esthetique-le-portrait-officiel-d-emmanuel-macron-decrypte.html>.
16. Verbatim : Le discours d'Emmanuel Macron face aux « gilets jaunes ». URL : [https://www.lemonde.fr/politique/article/2018/12/10/le-verbatim-de-l-allocation-televisee-du-president-republique\\_5395523\\_823448.html](https://www.lemonde.fr/politique/article/2018/12/10/le-verbatim-de-l-allocation-televisee-du-president-republique_5395523_823448.html) (dernier accès : 05.08.2019).
17. VIDEO. « Qu'est-ce que vous venez m'embrouiller » avec la colonisation ? Le dialogue entre Macron et un jeune Algérien. (2019). URL : [https://www.francetvinfo.fr/politique/emmanuel-macron/video-on-a-cette-histoire-entre-nous-mais-je-n-en-suis-pas-prisonnier-declare-emmanuel-macron-alger\\_2501685.html](https://www.francetvinfo.fr/politique/emmanuel-macron/video-on-a-cette-histoire-entre-nous-mais-je-n-en-suis-pas-prisonnier-declare-emmanuel-macron-alger_2501685.html) (dernier accès : 01.09.2019).
18. Vidéos: Présidentielle 2017 : découvrez les clips de campagne des 11 candidats URL : <http://www.rtl.fr/actu/politique/videos-presidentielle-2017-clips-de-campagne-11-candidats-7788057326> (dernier accès: 16.09.2019).