



Mots. Les langages du politique

89 | 2009

2007. Débats pour l'Élysée

2007. Débats pour l'Élysée

Denis Barbet et Damon Mayaffre



Éditeur

ENS Éditions

Édition électronique

URL : <http://mots.revues.org/18733>

DOI : 10.4000/mots.18733

ISSN : 1960-6001

Édition imprimée

Date de publication : 30 mars 2009

Pagination : 5-9

ISBN : 978-2-84788-151-6

ISSN : 0243-6450

Référence électronique

Denis Barbet et Damon Mayaffre, « 2007. Débats pour l'Élysée », *Mots. Les langages du politique* [En ligne], 89 | 2009, mis en ligne le 30 mars 2011, consulté le 01 octobre 2016. URL : <http://mots.revues.org/18733> ; DOI : 10.4000/mots.18733

Ce document est un fac-similé de l'édition imprimée.

© ENS Éditions

2007. Débats pour l'Élysée

Le présent dossier entend revenir de manière critique sur l'évènement majeur que constitua, dans sa dimension discursive, la campagne de l'élection présidentielle française des 22 avril et 6 mai 2007.

Deux problématiques, l'une générale sur le discours électoral en tant qu'objet d'étude, l'autre particulière sur ce 2007 français comme fait politique remarquable, ont motivé sa constitution et la sélection des articles qui le composent.

Le discours de campagne comme champ de recherche interdisciplinaire

Est-il, dans nos sociétés logocratiques, un moment plus sensible que le temps des campagnes électorales ? Est-il des circonstances plus particulières où *logos* et *cratos* se confondent, et où le dire et le faire ne font qu'un ?

Pour nous : est-il un objet de recherche (linguistique ? politique ? social ?) plus riche et plus éclairant sur la langue en action et la société en diction (promesse, projet, programme, mais aussi communion identitaire et idéologie) que le discours de campagne, où se débattent mots et images des candidats ?

Pour reprendre le titre de l'ouvrage de Jacques Guilhaumou (2006), jamais discours et évènement ne se combinent mieux, jusqu'à l'identification, que durant cette période charnière où le langage doit être performant politiquement et où la performance politique ne peut se concevoir sans langage. Dit autrement, une campagne électorale est tout entière un évènement discursif : son actualité historique ou politique ne peut être appréhendée hors de sa « donation linguistique » : « ce qui est donné » à l'analyse « ne peut être séparé de ce qui est dit, ce qui est dit a une existence pour nous [et] est donné par le seul fait d'être dit » (*ibid.*, p. 90-92). Partant, le traitement scientifique proposé mobilise, dans des regards croisés, aussi bien l'œil de l'historien ou du politologue que celui du linguiste ou du spécialiste en communication. La dimension performative ou promissive du discours de campagne, ses

procédés illocutoires et sa nécessité perlocutoire (provoquer le vote) en font un prototype de la parole politique.

La revue *Mots. Les langages du politique*, qui contribue à faire vivre la réflexion pluridisciplinaire en analyse du discours politique depuis longtemps, était donc tout indiquée pour publier des contributions issues pour partie du colloque *Le discours de campagne / Campaign Discourse*, organisé sous l'égide de la Société d'étude des langages du politique (SELP) à Nice, les 29 et 30 novembre 2007. Sous la plume de Francesca Cabasino (La Sapienza, Rome), Marlène Coulomb-Gully (Médiapolis-LERASS, Toulouse), Pierre-Olivier Dupuy (PsyCom-LERASS, Toulouse) et Pascal Marchand (PsyCom-LERASS, Toulouse), Christian Le Bart (CRAPE, IEP de Rennes), Carmen Pineira (Université d'Artois, Arras) et Maurice Tournier (Saint-Cloud), Marion Sandré (Praxiling, Montpellier) et enfin, Galia Yanoshevsky (Universités de Bar-Ilan et de Tel-Aviv), ces contributions s'appliquent toutes à se positionner au carrefour des disciplines qui ont affaire aux langages dans leur dimension sociale et à la société politique dans sa dimension langagière.

La présidentielle française de 2007 : une rupture discursive ?

Dans le cadre général ainsi décrit, ce scrutin de 2007 demande à être analysé non pas seulement en raison de son caractère récent ou du rôle décisif de la présidentielle dans l'attribution du pouvoir politique, mais aussi parce beaucoup d'analystes y voient une forme de « rupture » historique.

C'est le constat que dressaient, à chaud, plusieurs auteurs de la *Revue française de science politique* (juin-août 2007), puis de la *Revue politique et parlementaire* (juillet-septembre 2007, « Élections du changement? ») avant la publication, en 2008, du *Vote de rupture* (P. Perrineau éd.) aux Presses de Sciences Po. Éléments inédits quant à l'offre électorale d'abord : les deux principaux candidats (Ségolène Royal, Nicolas Sarkozy) ne s'étaient pas encore présentés à cette élection ; les trois présidentiables possibles (François Bayrou, Ségolène Royal, Nicolas Sarkozy) étaient quinquagénaires et n'avaient été ni Premier ministre ni président ; pour la première fois, une femme (Ségolène Royal) était en mesure d'accéder au second tour. Nouveauté aussi quant aux résultats : la progression massive de la participation (et de l'intérêt pour le scrutin), qui rompt avec l'érosion observée depuis 1974, dans ce type d'élection en tout cas¹ ; l'arrêt de la diminution des scores des deux

1. Le constat médiatique d'une « réconciliation des Français avec la politique » a toutefois été contredit par une forte abstention lors des élections législatives, quelques semaines plus tard. Par ailleurs, l'imputation au seul « effet Sarkozy » de la remobilisation électorale en 2007 se heurte au contre-exemple du référendum plutôt participatif de 2005 sur la ratification du traité établissant une Constitution pour l'Europe, où le futur président de la République s'était fort peu impliqué.

premiers candidats, qui conforte la bipolarisation et le système bipartisan, malgré l'affirmation d'un candidat centriste autonome ; l'effondrement soudain du Front national, implanté à l'échelon national depuis plus de vingt ans et érigé jusqu'ici en rôle d'arbitre de la vie politique française.

Mais qu'en est-il des mots ? Qu'en est-il des discours et plus généralement encore des modes de communication utilisés ? Le 2007 français révolutionne-t-il la rhétorique politique que l'on avait appris à entendre et à analyser ? Favorise-t-il l'émergence de lexiques originaux, de thématiques nouvelles, de stratégies discursives neuves qui auraient été négligés dans les confrontations électorales précédentes ? Inévitable question, non dépourvue de danger téléologique : la victoire de Nicolas Sarkozy pouvait-elle se deviner dans la nouveauté de son discours ou, plus subtilement, comme l'ont montré des études récentes (Calvet, Véronis, 2008 ; Charaudeau, 2008 ; Mayaffre, 2007), dans sa capacité originale à mettre en forme un vocabulaire réactionnaire traditionnel (« ordre », « autorité », « morale », « travail », « famille ») dans une éloquence moderne adaptée aux médias contemporains ? Plus fondamentalement, le caractère inédit de la campagne 2007 ne tiendrait-il pas au brouillage des références idéologiques traditionnelles – le candidat de l'UMP puisant également dans le Panthéon des figures de la gauche (comme Jaurès et Blum), la candidate socialiste dans les valeurs d'ordre (« juste »), d'autorité et de discipline ?

De « processus de rupture » il est question dans l'article de Francesca Cabasino. Analysant, à partir des séquences d'ouverture d'émissions télévisées, les discours des trois principaux prétendants, non seulement au second tour de l'élection mais à l'Élysée (François Bayrou, Ségolène Royal, Nicolas Sarkozy), Francesca Cabasino décrit « les dominantes argumentatives des propos tenus » et met au jour la fabrication d'un *ethos* d'autant plus difficile à construire qu'il prétend séduire un public politique hétérogène.

La thèse de la rupture est au fond aussi le fil conducteur de l'article de Marlène Coulomb-Gully, qui nous entraîne, au-delà même des mots, sur les rivages du langage corporel. Pour la première fois, à ce niveau politique, la confrontation électorale prit la forme d'un corps à corps entre un homme (Nicolas Sarkozy) et une femme (Ségolène Royal). Cette incarnation sexuée inédite du débat, qui se fit non sans une « instrumentalisation de la virilité et de la féminité par les deux candidats », éclaire ainsi à sa manière les résultats de l'élection.

Une « mutation de notre culture politique » est décelée dans l'article de Christian Le Bart, qui souligne l'évolution inverse, durant la campagne, des postures initiales des deux principaux présidentiables sur un axe *proximité/surplomb*, à partir de l'étude du quotidien *Libération*. La présidentiabilité n'est plus incompatible avec la « proximité », sans effacer toutefois la symbolique du « surplomb » qui sied à l'institution suprême.

La thèse de la rupture se retrouve encore, indirectement, dans l'article de Galia Yanoshevsky qui insiste sur la dimension nouvelle que jouèrent les

blogs, les vidéos et plus généralement la circulation d'images désormais « plurigérées » sur Internet lors de cette campagne. Si Ségolène Royal a pu un moment gagner, sur ce terrain, la bataille médiatique avec la constitution d'une « Ségosphère », il apparaît à l'analyse que Nicolas Sarkozy bénéficia de moyens et de technologies supérieurs pour faire passer son message et construire sa crédibilité présidentielle.

Plus réservée peut-être sur la thèse de la rupture, Marion Sandré étudie en détail l'interruption en tant que « dysfonctionnement interactionnel » dans le débat télévisé opposant Ségolène Royal et Nicolas Sarkozy entre les deux tours. Elle nous convainc qu'au-delà des thèmes développés, la logomachie électorale se joue dans ces moments critiques où un locuteur coupe la parole à son adversaire et s'impose, brutalement ou poliment, dans le discours de l'autre.

Enfin, les deux dernières contributions de ce dossier s'inscrivent dans la tradition lexicométrique, éclairant la discussion par leur outillage statistique. L'article de Carmen Pineira et Maurice Tournier présente l'originalité de rassembler dans un même corpus les discours des débatteurs de l'entre-deux-tours, qu'ils aient été réellement opposés (débats du 28 avril 2007 entre François Bayrou et Ségolène Royal et du 2 mai entre cette dernière et Nicolas Sarkozy) ou que les interactions restent fictives : les auteurs confrontent ainsi les lexiques de François Bayrou et de Nicolas Sarkozy, qui ne se sont pas rencontrés en « duel », et surtout comparent les deux discours de Ségolène Royal selon qu'elle est opposée à l'un ou à l'autre.

L'article de Pierre-Olivier Dupuy et Pascal Marchand montre comment les duellistes cherchent à occuper l'espace lexical pour mener l'échange et imposer leur vocabulaire. Loin d'être monolithiques, les discours des candidats tenus lors des différents débats en 2007 varient non seulement selon l'interlocuteur, mais en fonction des thématiques abordées ; rupture et continuité se déclinent ainsi selon l'heure et selon le moment. De ce tableau nuancé, une constante néanmoins ressort : l'identité lexicale de Ségolène Royal apparaît plus « paradigmatique », plus diluée, plus changeante, lorsque le discours de Nicolas Sarkozy apparaît plus « syntagmatique », mieux signé lexicalement et plus dominant.

Reste, pour conclure, un point sur lequel cette campagne de 2007, durant laquelle aucun thème ne s'est vraiment imposé, ne se démarque guère des précédentes : elle continue, au-delà des « enjeux » (Gerstlé, Piar, 2008, p. 24, 50) ou des contenus programmatiques (Charaudeau, 2008, p. 7), à privilégier la bataille d'images (Boy, Chiche, 2008, p. 95) où la construction de l'*ethos* des candidats – thème transversal à plusieurs des contributions de ce dossier – a gardé son rôle essentiel.

Références

- CHARAUDEAU Patrick, 2008, *Entre populisme et peopolisme. Comment Sarkozy a gagné!*, Paris, Vuibert.
- BOY Daniel, CHICHE Jean, 2008, « L'image des candidats dans le temps de la décision », P. Perrineau éd., *Le vote de rupture. Les élections présidentielle et législatives d'avril-juin 2007*, Paris, Presses de Sciences Po, p. 77-96.
- CALVET Louis-Jean, VERONIS Jean, 2008, *Les mots de Nicolas Sarkozy*, Paris, Le Seuil.
- GERSTLÉ Jacques, PIAR Christophe, 2008, « Les campagnes dans l'information télévisée », P. Perrineau éd., *Le vote de rupture. Les élections présidentielle et législatives d'avril-juin 2007*, Paris, Presses de Sciences Po, p. 21-50.
- GUILHAUMOU Jacques, 2006, *Discours et événement. L'histoire langagière des concepts*, Besançon, Presses universitaires de Franche-Comté.
- MAYAFFRE Damon, 2007, « Vocabulaire et discours électoral de Sarkozy : entre modernité et pétainisme », *La Pensée*, n° 352, octobre-novembre-décembre, p. 65-80.
- PERRINEAU Pascal éd., 2008, *Le vote de rupture. Les élections présidentielle et législatives d'avril-juin 2007*, Paris, Presses de Sciences Po.