

« Remettre la France en marche » ou « Remettre la France en ordre » : les images construites par Emmanuel Macron et de Marine Le Pen dans des clips de campagne officiels de la présidentielle de 2017

Romaanisen filologian kandidaatintutkielma  
Jyväskylän yliopisto  
huhtikuu 2019  
Anni Räsänen



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

<b>Tiedekunta – Faculty</b> Humanistinen -yhteiskuntatieteellinen	<b>Laitos – Department</b> Kieli- ja viestintätieteiden laitos
<b>Tekijä – Author</b> Anni Räsänen	
<b>Työn nimi – Title</b> « Remettre la France en marche » ou « Remettre la France en ordre » : les images construites par Emmanuel Macron et de Marine Le Pen dans des clips de campagne officiels de la présidentielle de 2017	
<b>Oppiaine – Subject</b> Romaaninen filologia	<b>Työn laji – Level</b> kandidaatintutkielma
<b>Aika – Month and year</b> 04/ 2019	<b>Sivumäärä – Number of pages</b> 37 + liite
<p><b>Tiivistelmä – Abstract</b></p> <p>Tämä tutkielma käsittelee Ranskan vuoden 2017 presidentinvaalien kahden ehdokkaan, Emmanuel Macronin ja Marine Le Penin, itsestään luomia kuvia vaalien ensimmäisen kierroksen kampanjavideoilla. Analysoimme puheet diskurssianalyysin avulla. Valitsimme tutkimusaineistoksi ensimmäisen vaalikierroksen kampanjavideot ymmärtääksemme paremmin, miksi juuri kyseiset ehdokkaat etenivät vaalien toiselle kierrokselle kamppailemaan vaalivoitosta.</p> <p>Diskurssianalyysin avulla löysimme useita kuvia, joita ehdokkaat rakentavat itsestään puheidensa kautta. Temaattisesti kuvat ovat jaettavissa kahteen kategoriaan, joista toista värittää uudistushaluisuus ja toista halu toimia valtion palvelijana. Macron tuo esiin uudistushaluisuuttaan implisiittisesti, kun taas Le Pen ilmaisee suorasanaisesti muutoshalukkuutensa. Molemmat myös uudistaisivat Ranskaa erilaisten keinojen avulla: Macron puhuu kehityksen sekä uudistuksien puolesta, kun taas Le Pen tekisi uudistuksia korostaen perinteisiä arvoja, kuten perhettä, työtä ja isänmaata. Myöskin keinot, joilla ehdokkaat rakentavat itsestään kuvaa valtionpalvelijana, eroavat toisistaan. Macron esittää itsensä puheessa päteväenä, epäitsekäänä sekä hyväntahtoisena palvelijana valtiolle. Le Pen puolestaan kuvaa itsensä isänmaallisena sekä kokeneena ehdokkaana, joka haluaa puolustaa ranskalaisia epäoikeudenmukaisuuksia vastaan.</p> <p>Tutkielman yhteenvedossa pohdimme mahdollisia syitä kyseisten kuvien luomiseen. Käytimme yhteenvedon pohjana Patrick Charaudeaun jaottelua poliittisen diskurssin eetoksista. Hänen mukaansa kaikissa poliittisissa puheissa rakennetaan kahdenlaista eetosta, jotka ovat luotettavuuden sekä tunnistettavuuden eetokset. Yhteenvedossa pystyimme identifioimaan, kuinka Macronin sekä Le Penin itsestään luomat kuvat rakentavat näitä kahta eetosta. Yhteenvedossa totesimme myös monien eri tekijöiden vaikuttavan ehdokkaiden itsestään rakentamiin kuviin. Näitä ovat muun muassa ehdokkaan arvot sekä poliittinen suuntaus, jo olemassa oleva eetos sekä kokemus politiikan kentällä.</p>	
<b>Asiasanat – Keywords</b> Presidentinvaalit, kampanjavideot, diskurssintutkimus, eetos, Macron, Le Pen	
<b>Säilytyspaikka – Depository</b> Jyx.jyu.fi	
<b>Muita tietoja – Additional information</b>	



## Table des matières

<b>0 Introduction</b> .....	<b>7</b>
<b>1 Cadre théorique</b> .....	<b>9</b>
1.1 L'analyse du <i>discours</i> .....	9
1.2 Le discours politique .....	10
1.3 La représentation dans l'analyse du <i>discours</i> .....	12
1.4 L'ethos dans le discours persuasif.....	13
1.5 Les rôles dans le discours politique .....	14
<b>2 Contexte historique : le premier tour du scrutin de l'élection présidentielle de 2017</b> .....	<b>15</b>
2.1 Généralités.....	15
2.2 Les candidats .....	15
2.2.1 Emmanuel Macron .....	15
2.2.2 Marine Le Pen .....	16
2.3 Les clips de campagne officiels.....	18
<b>3 Analyse</b> .....	<b>20</b>
3.1 Définition de la problématique .....	20
3.2 L'image de renouveau .....	20
3.2.1 S'exprimer de façon implicite ou de façon explicite .....	20
3.2.2 Remettre la France en marche vs. remettre la France en ordre .....	22
3.3 L'image de serviteur de la République.....	24
3.3.1 L'image de père de la nation vs. l'image de la combattante .....	25
3.3.2 Serviteur compétent vs. serviteuse expérimentée.....	28
3.3.3 Un pour tous vs. les Français d'abord .....	31
3.4 Bilan : les raisons possibles derrière la construction de ces images .....	32
<b>4 Conclusion</b> .....	<b>35</b>
<b>Bibliographie</b> .....	<b>36</b>
<b>5 Annexe</b> .....	<b>38</b>



## 0 Introduction

La lecture des textes et l'écoute des autres font partie de la vie quotidienne de chacun. C'est par là que nous apprenons à connaître le monde environnant, décrit par l'utilisateur de la langue en négligeant certains points de vue et en accentuant d'autres. On appelle *représentations* ces moyens différents de décrire subjectivement notre environnement (Pietikäinen et Mäntynen, 2009 : 53, 56). La *représentation* que nous faisons de nous-mêmes pour les autres s'appelle l'image de soi. Selon Amossy (2010 : 212) cette image est la mise en scène, soit délibérée soit involontaire, de la personne dans le discours. L'identité est donc instable et dynamique et elle se forme au fil des interactions auxquelles le locuteur prend part (*id.* p. 27).

L'image de soi joue un rôle significatif en politique : les politiciens construisent souvent une image particulière d'eux-mêmes dès le début de leur carrière politique. L'intention derrière cette construction d'une image particulière (l'*ethos*) est de plaire aux électeurs et de s'attirer le plus grand nombre de suffrages possibles. L'*ethos*, tout comme le *pathos* (convaincre par les sentiments) et le *logos* (convaincre par les arguments), est utilisé par le politicien pour persuader.

Dans le contexte d'une élection où les candidats sont sous les feux de l'actualité, l'image de soi d'un politicien est particulièrement importante : l'image qu'un candidat se construit peut jeter le discrédit sur lui ou contraire lui attirer les faveurs des électeurs. Cela est encore plus vrai pour les élections présidentielles comme le souligne Bonnafous (1998 : 107) : « les élections présidentielles étant l'une des élections les plus personnalisées en France, l'image qu'un candidat donne de lui-même est vraiment importante »<sup>1</sup>. C'est pourquoi nous nous sommes intéressé aux images de soi de deux candidats à la présidentielle de 2017.

Cette présidentielle de 2017 en France, qui constitue le contexte historique de notre travail, est particulière. Des rebondissements inattendus marquent les élections : François Hollande ne se porte pas candidat, certaines campagnes sont marquées par des

---

<sup>1</sup> "Because the presidential election is one of the most personalized elections in France, the image presented by a candidate is extremely important."

affaires présumées de corruption (Le Pen et Fillon) et les candidats de partis politiques qui n'avaient pas exercé beaucoup de pouvoir politique (En Marche, La France insoumise) gagnent les faveurs de Français.

La véritable surprise de la présidentielle a été Emmanuel Macron. Un homme, un banquier d'investissement sans parti politique et sans candidature antérieure à une présidentielle, décide de se présenter aux côtés de candidats populaires comme Marine Le Pen et François Fillon. Et c'est lui qui est choisi par les Français comme président de la République. La candidature de Marine Le Pen, de son côté, n'était pas une surprise car elle avait déjà été candidate à l'élection présidentielle de 2012. À la présidentielle de 2017, Le Pen obtient la seconde place au premier tour et accompagne Macron pour le deuxième tour du scrutin.

Dans ce mémoire de licence, nous nous pencherons sur la question de savoir comment Emmanuel Macron et Marine Le Pen construisent les images d'eux-mêmes dans les discours de leurs clips de campagne officiels en appliquant l'analyse du discours à notre étude. Nous avons choisi les clips de campagne du premier tour du scrutin pour comprendre mieux les aspects qui ont permis aux candidats d'être les candidats sélectionnés par les électeurs au deuxième tour. Le travail ne prendra pas en considération les aspects multimodaux comme l'image ou l'élocution parce que le corpus est suffisamment vaste pour un mémoire de licence sans ces aspects.

Nous nous intéresserons en premier aux notions et théories nous aidant à analyser les discours. Nous traiterons d'abord de l'analyse du discours avant de préciser les notions centrales. Ensuite, nous étudierons le contexte historique de plus près. Dans la troisième partie du travail nous analyserons le corpus et présenterons les résultats de notre travail.

# 1 Cadre théorique

Pour analyser les discours d'Emmanuel Macron et de Marine Le Pen, il faut s'intéresser de plus près à l'analyse du discours et bien comprendre les notions centrales de discours politique, de représentation et d'ethos. Nous présenterons aussi les rôles que les politiciens peuvent adopter en faisant un discours politique.

## 1.1 L'analyse du *discours*

L'histoire de l'analyse du discours n'est pas longue. Avec les années 1960-1970 apparaît le tournant linguistique (l'idée que la réalité et l'expérience ne peuvent être appréhendés qu'à travers le langage) et un nouvel intérêt pour étudier le rapport entre la langue et la société se fait jour (Pietikäinen et Mäntynen, 2009 : 23). L'accent est mis sur l'étude de vraies situations de l'usage de la langue par les locuteurs et les collectivités (*ibid.*). La tendance théorique derrière le tournant linguistique est le constructivisme social. L'idée au cœur de cette tendance est que la réalité est construite dans les interactions sociales, interactions dans lesquelles la langue et les signes sémiotiques jouent un rôle particulier (*ibid.*). Aujourd'hui, l'analyse du discours est utilisée dans plusieurs disciplines scientifiques et selon Johnstone (2017 : 6), celui qui veut comprendre les hommes doit comprendre le discours, ce qui rend l'usage possible de l'analyse du discours presque illimité.

Le mot *discours* a des définitions variées mais il y a une chose unificatrice entre les définitions : la langue y est comprise comme activité sociale (Pietikäinen et Mäntynen, 2009 : 26). Au singulier et au sens général, le *discours* signifie la langue comme constructrice de la réalité. Au pluriel et au sens plus spécifique, les *discours* désignent des façons unies et stables de décrire les choses, les phénomènes et les événements. Les locuteurs reconnaissent les *discours* parce qu'ils ont des traits particuliers et ils ne varient pas beaucoup d'une époque à l'autre (*id.* p. 27). Ce qui est essentiel, c'est que chaque *discours* met en valeur des idéologies différentes et passe sous silence certains points de vue (*id.* p. 54). Par exemple, il y a beaucoup de *discours* différents que l'orateur peut utiliser en parlant de l'immigration : il peut s'opposer à l'immigration en parlant sous un angle nationaliste (*discours* nationaliste) ou il peut accepter l'immigration en s'appuyant

sur les droits de l'homme (*discours* humaniste) ou justifier son opinion en parlant des immigrants comme main d'œuvre (*discours* économiste). Nous pouvons donc déclarer que l'utilisation de *discours*<sup>2</sup> différents sont des actes qui ont de la puissance en ce qui concerne les représentations qu'on veut entretenir (*id.* p. 53). Dans notre travail, le concept de *discours* est utilisé dans chacun de ces deux sens parce que nous nous intéressons aussi bien à la langue comme constructrice de la réalité qu'au *discours* politique, manière unie et stable de décrire les choses.

Selon Fairclough (2001 : 38–39), la puissance des *discours* se voit souvent sur le contrôle et l'entrave qu'exerce une personne ou un groupe puissant sur des personnes plus faibles. Cette puissance est visible spécialement dans le discours politique où elle se manifeste par exemple par les choix de mots trop difficiles à comprendre pour des gens ordinaires. L'incompréhension du jargon politique pousse les gens à croire que le politicien est compétent dans son domaine. Les politiciens comprennent la puissance du *discours* et pour cette raison ils utilisent un *discours* qui sert leurs objectifs pour avoir un impact sur les électeurs (Reyes, 2011 : 8). La puissance des *discours* est surtout visible sur la capacité de représenter et décrire le monde et les phénomènes. Les *discours* peuvent montrer, dissimuler, nommer ou hiérarchiser des phénomènes selon la volonté de l'utilisateur de la langue (Pietikäinen et Mäntynen, 2009 : 56). Dans ce travail, nous examinerons la capacité du discours politique à construire certaines représentations en analysant les *discours*<sup>2</sup> de Macron et de Le Pen.

Pour analyser le discours politique, nous devons étudier de plus près ce type de discours. Quelles sont ses caractéristiques ?

## 1.2 Le discours politique

Le discours politique est un type de discours qui a existé sous des formes différentes depuis l'époque de la Grèce antique. Aujourd'hui, le discours politique est souvent défini comme un discours prononcé pour un public par un politicien qui veut persuader au lieu d'informer ou d'amuser. Ce type de discours est donc un exemple de discours persuasif ;

---

<sup>2</sup> *Discours* = concept de discours

Discours = discours prononcé

il est souvent prévu (Reyes, 2011 : 8, Charteris-Black, 2014 : 8). Les discours politiques peuvent aussi d'être classés en deux types : le premier type comprend les discours qui concernent la production des décisions politiques, le deuxième comprend les discours qui concernent la création et le maintien de certaines valeurs (Charteris-Black, 2014 : 8). Les discours prononcés pendant une campagne électorale font souvent partie du deuxième type.

La clé pour un discours politique réussi comporte deux aspects : la compréhension du public visé et la compréhension du média qui transmettra le discours. Dans le discours politique le public n'est pas seulement un groupe passif : il est essentiel de le connaître pour que le discours d'un politicien ait l'effet espéré. Il y a plusieurs exemples de campagnes électorales et de slogans politiques qui ont échoué parce qu'une équipe de campagne ou un parti politique ont mal compris le public visé (Charteris-Black, 2014 : 16, 17). Par exemple, en 2005 le parti conservateur de Grande-Bretagne inventait un slogan « Are you thinking what we're thinking ? » (fr. « Est-ce que vous pensez ce que nous pensons ? »). Cette expression est une allusion indirecte à l'immigration. En ce temps-là, c'était un tabou en politique britannique et le public était censé le savoir. Contrairement à ce que supposait le parti, le public n'a pas compris le message caché et la campagne électorale est devenue anodine (*id.* p. 16).

Le deuxième aspect, la compréhension du média, a, surtout aujourd'hui, une grande importance pour la préparation des discours politiques. Avant l'apparition des médias actuels, les politiciens faisaient leurs discours devant le public qu'ils voulaient convaincre. Il y avait seulement une façon de prononcer le discours (*id.* p. 7). Actuellement, la télévision, les réseaux sociaux, les vidéos et la radio sont des médias que les politiciens peuvent utiliser pour diffuser leurs discours. Les politiciens d'aujourd'hui doivent maîtriser des types de communication différents : il faut qu'ils soient capables de s'adresser à une foule, de parler à la télévision ou de communiquer via Twitter. Pour que le discours politique puisse convaincre, le politicien doit bien comprendre aussi bien les gens qui forment son audience que le média qui sert d'intermédiaire.

L'analyse du discours politique est assez nouvelle comme méthode d'analyse (Reyes, 2011 : 18). Comme il n'y a pas beaucoup d'études faites sur l'analyse du discours politique, le cadre théorique de la méthode est semblable au cadre théorique de l'analyse

critique du discours. Ce cadre théorique a pour objectif de découvrir l'idéologie sous les signes linguistiques en prouvant le fait que les mots forment un tout avec les idéologies différentes (Reyes, 2011 : 19). Il n'y a par conséquent pas de distinction claire entre l'analyse du discours politique et l'analyse des autres discours. Selon van Dijk (Fairclough et Fairclough, 2012 : 17), l'analyse du discours politique se concentre sur la reproduction du pouvoir politique par le discours politique. Il (*ibid.*) insiste sur le fait que le discours politique est dépendant de trois facteurs : l'auteur politique, les événements politiques et aussi le contexte qui joue le rôle le plus important.

À l'aide d'un discours politique les politiciens peuvent construire leurs idéologies et objectifs sous forme des mots. Pour faire cela, ils représentent le sujet du discours de la manière voulue. Que sont les représentations et en quoi sont-elles différentes des discours ?

### 1.3 La représentation dans l'analyse du *discours*

La définition de la notion de *représentation* varie mais fréquemment elle traite de la relation entre la signification, la réalité et l'image (Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 502). Elle est souvent définie comme l'interprétation de la réalité où d'un côté, nous entretenons des rapports de symbolisation et de l'autre, nous lui attribuons des significations (*id.* p. 503). En analyse du discours, la *représentation* a trois fonctions sociales : « la représentation collective », « l'exhibition » et « la présentification ». La première, la représentation collective, désigne des façons communes de perception et de connaissance qui sont distinctes des représentations individuelles. Elles permettent aux hommes de vivre ensemble en respectant les autres. À travers la deuxième fonction, l'exhibition, nous donnons à voir des façons communes à l'aide de rituels, stylisations de la vie et de signes symboliques. La troisième, la présentification, est l'action d'incarner une représentation collective dans un représentant (*ibid.*).

Selon Charaudeau (2002 : 504) cette classification a trois conséquences. Les représentations se configurent en discours sociaux parce que par une *représentation*, on présente un sujet sous un angle voulu (Charaudeau, 2002 : 504). C'est aussi la définition que Pietikäinen et Mäntynen (2009 : 44) donnent pour la notion de la *représentation*. La deuxième conséquence que Charaudeau (*ibid.*) souligne est le fait que les discours

apparaissent de façon explicite (mots, peintures ou icônes) ou de façon implicite (comme dans le discours publicitaire). La troisième conséquence est le fait que ces discours de connaissance rendent possible pour les gens de se construire une conscience de soi.

Comme la *représentation* nous permet de présenter un sujet à la manière voulue, elles devancent évidemment certains points de vue en attirant l'attention sur ce que nous voulons accentuer (Pietikäinen et Mäntynen, 2009 : 53-54). De cette façon l'orateur, qui peut être un politicien ou un vendeur, construit une réalité qui le sert, lui, ses buts et son idéologie. La *représentation* que l'orateur construit n'est jamais toute neuve ou extraordinaire ; toutes les *représentations* ont quelque chose d'emprunté aux *représentations* anciennes mais elles apportent aussi quelque chose d'unique (*id.* p. 54).

Analyser des *représentations* dans un discours signifie juger les choix faits dans le texte : qu'est-ce qu'on a négligé ou accentué, qu'est-ce qu'on a dit franchement ou implicitement, quelles sont les choses principales et quelles sont les choses secondaires (Fairclough, Blom et Hazard, 1997 : 136).

#### 1.4 L'ethos dans le discours persuasif

Les *discours* sont toujours utilisés comme outil de puissance, ce que montre la notion de la représentation. L'art de bien parler pour un public (Charteris-Black, 2014 : 5) ou l'art de persuader (Amossy, 2016 : 12) qu'est la rhétorique était déjà utilisée par Aristote en Grèce antique et cet art de communication orale est utilisée encore aujourd'hui par les orateurs et politiciens (Amossy, 2010 : 15). La rhétorique se constitue de trois parties : *ethos*, *pathos* et *logos*. Ces trois notions forment un triangle de persuasion où le *pathos* fait appel aux émotions de l'auditeur et le *logos* fait appel à son côté le plus rationnel en donnant des arguments. L'*ethos*, de son côté, représente la présentation de soi du locuteur (*id.* p. 16).

Les Grecs anciens et Aristote ont défini la notion de l'*ethos* comme la capacité de l'orateur à faire bonne impression et à être crédible pour pouvoir persuader les autres (Amossy, 2010 : 15). Ce qui manque à cette définition, c'est la réputation de l'orateur et les opinions préconçues que le public a envers lui. Pour remédier à ce défaut, Amossy (*id.* p. 72, 75) a présenté deux types d'*ethos* : l'*ethos préalable* et l'*ethos discursif*. L'*ethos préalable* est formé de toutes les impressions que l'orateur a déjà produit de lui-même antérieurement.

L'ethos discursif, de son côté, est composé dans le discours et inévitablement est sous l'effet de l'ethos préalable (*id.* p. 74–75). Par exemple, les électeurs français avaient sans doute des avis variés sur Marine Le Pen avant sa candidature parce qu'elle était déjà une personne publique connue. Ces opinions influent sur l'ethos discursif de Le Pen. Maingueneau (2002 : 8), de son côté, est d'avis que l'*ethos* en analyse du discours se base sur des déterminations psychiques et physiques attachées à l'orateur par les représentations communes et aussi sur la dimension verbale. Ainsi Maingueneau reconnaît aussi l'importance des images antérieures dans la construction et l'interprétation de l'*ethos* (*ibid.*).

En plus des notions de *représentation* et d'*ethos*, nous nous intéresserons aux trois rôles qui sont répandus dans le discours politique. Ces rôles se basent, entre autres, sur la notion de la polyphonie de Bakhtine. Comment surgissent-ils dans le discours politique et pourquoi le locuteur les utilise ?

### 1.5 Les rôles dans le discours politique

Selon Reyes (2011), les politiciens adoptent trois rôles différents en prononçant un discours politique : le rôle du narrateur, celui de l'interlocuteur et celui du personnage qui transmet les idées déjà existantes. Le rôle du narrateur est utilisé lorsque l'orateur veut être distant envers le public et n'exprime pas ses émotions et opinions personnelles. Les aspects langagiers qui reflètent la subjectivité sont rejetés parce que l'information donnée au public doit être objective et claire. Cependant, l'information donnée par le narrateur est souvent précisément choisie pour persuader le public (Reyes, 2011 : 43). Quant au rôle de l'interlocuteur, il est le contraire du rôle de narrateur. Avec ce rôle, le politicien essaye de prendre contact avec le public en utilisant les aspects de subjectivité comme le pronom « je ». L'idée de ce rôle est de placer le politicien et le public au même niveau pour imiter la discussion en vis-à-vis (*id.* p. 61–62). Le troisième rôle que le politicien peut adopter apporte de la polyphonie au discours. Avec ce rôle l'orateur par exemple utilise des citations historiques et connues pour construire une profondeur temporelle (*id.* p. 97).

## 2 Contexte historique : le premier tour du scrutin de l'élection présidentielle de 2017

Dans cette partie du travail, nous présenterons le contexte historique de notre travail strictement délimité en ce qui concerne le cadre du temps. Nous commençons en traitant de l'information générale et après cela, nous présenterons les candidats. La présentation des clips de campagne termine cette partie.

### 2.1 Généralités

Le premier tour de la présidentielle s'est tenu le 23 avril 2017 et a attiré plus de 47 millions d'électeurs aux urnes. Les deux candidats qui ont été sélectionnés pour le deuxième tour du scrutin étaient Emmanuel Macron avec 24,01% des votes et Marine Le Pen avec 21,30% des votes. Les autres candidats populaires chez les électeurs étaient François Fillon avec 20,01% des votes et Jean-Luc Mélenchon avec 19,58% des votes<sup>3</sup>. Après le deuxième tour du scrutin, c'est Emmanuel Macron qui a été élu 25<sup>e</sup> président de la République française en battant sa concurrente Marine Le Pen avec 66,10% des votes<sup>4</sup>.

### 2.2 Les candidats

#### 2.2.1 Emmanuel Macron

Le vainqueur de l'élection présidentielle, Emmanuel Macron, est un haut fonctionnaire, banquier et homme politique. Il est né le 21 décembre en 1977 à Amiens dans une famille de médecins. Son père, Jean-Michel Macron est neurologue tandis que sa mère, Françoise Noguès est pédiatre et chacun de deux sont professeurs au CHU d'Amiens. Emmanuel est l'aîné de trois garçons de la famille. C'est un enfant travailleur et intelligent à la scolarité brillante<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup><https://www.interieur.gouv.fr/Archives/Archives-elections/Election-presidentielle-2017/Election-presidentielle-2017-resultats-globaux-du-premier-tour> consulté le 03.01.2019

<sup>4</sup><https://www.interieur.gouv.fr/Archives/Archives-elections/Election-presidentielle-2017/Resultats-globaux-du-second-tour-de-l-election-du-President-de-la-Republique-2017> consulté le 03.01.2019

<sup>5</sup> [https://www.gala.fr/stars\\_et\\_gotha/emmanuel\\_macron](https://www.gala.fr/stars_et_gotha/emmanuel_macron) consulté 03.01.2019

Lorsqu'il était jeune homme, Macron fait des études en même temps à l'Université de Nanterre-Paris et à l'Université de Sciences Po Paris. Après ses études universitaires, en 2002 il passe la prestigieuse porte de l'ENA et se dirige vers la haute fonction publique. En 2004 son diplôme en poche, il débute sa carrière à l'inspection des Finances. Seulement deux années plus tard, Macron est engagé par la Banque Rothschild dont il devient associé. Il travaille comme banquier d'affaires jusqu'en 2012<sup>6</sup>.

La même année, François Hollande lui propose le poste de Secrétaire général adjoint de la présidence, ce que Macron accepte. Il quitte ses fonctions en juillet 2014 avant d'être nommé Ministre de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique dans le gouvernement Valls II. En avril 2016, Macron crée le mouvement En Marche ! et quelques mois plus tard il annonce sa démission du gouvernement. Peu après il communique sa candidature à l'élection présidentielle de 2017, où le novice en politique se présente comme « ni le candidat de droite, ni de gauche ». Ses promesses électorales se concentrent en particulier sur le retour au travail des gens au chômage<sup>7</sup>, ce qui est aussi le sujet principal de son discours politique dans le clip de la campagne. Il y insiste, entre autres, sur l'importance de la création de nouveaux emplois.

### **2.2.2 Marine Le Pen**

Sa concurrente, Marine Le Pen, est arrivée seconde au premier et au deuxième tour du scrutin. Le Pen, de son véritable nom Marion Anne Perrine Le Pen, est née le 15 août 1968 à Neuilly-Sur-Seine et elle est l'une des trois filles de Jean-Marie Le Pen et Pierrette Le Pen. Son père est connu pour d'être le fondateur du Front National, un parti d'extrême droite. À l'âge de 18 ans, Marine est adhérente du FN suivant ainsi pas de son père.<sup>8</sup>

Le Pen fait des études de droit au début des années 1990 et obtient aussi bien une maîtrise de droit qu'un DEA de droit pénal à l'université de Paris 2. Quelques années plus tard, elle commence à travailler comme avocate. En 1998, Le Pen rejoint le service juridique du Front National et en même temps, elle obtient son premier mandat dans le

---

<sup>6</sup> <https://www.voici.fr/bios-people/emmanuel-macron> consulté le 03.01.2019

<sup>7</sup> <https://www.europe1.fr/dossiers/emmanuel-macron> consulté le 13.01.2019

<sup>8</sup> [https://www.gala.fr/stars\\_et\\_gotha/marine\\_le\\_pen](https://www.gala.fr/stars_et_gotha/marine_le_pen) consulté le 04.01.2019

Pas-de-Calais et devient conseillère régionale. En 2003, Jean-Marie Le Pen nomme sa fille vice-présidente du Front National.<sup>9</sup>

Une année plus tard, la nouvelle vice-présidente du FN décide de quitter sa fonction de conseillère régionale et de prendre progressivement plus de responsabilité au sein du son parti. En même temps Le Pen est aussi élue députée européenne, ce qui se répète en 2009. Pendant ses années au Parlement européen, Le Pen assiste aussi son père dans sa campagne aux élections présidentielles de 2007. Bien qu'il y ait des voix au sein du parti Front National pour dénoncer la place donnée à Marine en politique, son père Jean-Marie lui passe la main en 2010 et au début d'année 2011 Marine remplace son père à la présidence du parti.<sup>10</sup>

Peu après avoir accédé à la tête du FN, la fille du fondateur du parti commence à renouveler la réputation du Front National. Elle veut par exemple modifier l'image publique que ce parti antisémitisme et racisme donne. La volonté réformatrice de Marine Le Pen ne plaît pas à son père. En 2014, le fondateur du Front National, J.-M. Le Pen défendait l'antisémitisme dans un discours public bien que sa fille tente tout pour réhabiliter la réputation du parti. Après cet épisode, le fondateur conservateur est renvoyé du parti, ce qui a pour résultat une brouille entre la fille et son père.<sup>11</sup>

Le Pen se présente à la présidentielle pour la première fois en 2012, où elle obtient 17,90% des suffrages exprimés au premier tour.<sup>12</sup> À la présidentielle de 2017, les promesses électorales de la représentante du FN mettent l'accent sur les valeurs traditionnelles comme la sécurité pour les Français contre les risques étrangers et la défense de l'identité nationale et de la langue française<sup>13</sup>. Elle montre ces aspects dans son discours à travers son histoire personnelle.

---

<sup>9</sup> <https://www.voici.fr/bios-people/marine-le-pen> consulté le 04.01.2019

<sup>10</sup> <http://pratique.leparisien.fr/biographies/biographies-personnalites-politiques/femmes-politiques/marine-le-pen-140002160#xtref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F> consulté le 04.01.2019

<sup>11</sup> <https://yle.fi/uutiset/3-8283841> consulté le 12.02.2019

<sup>12</sup> <https://www.franceculture.fr/personne/marine-le-pen> consulté le 04.01.2019

<sup>13</sup> [https://www.huffingtonpost.fr/2017/04/23/le-programme-de-marine-le-pen-a-lelection-presidentielle-2017\\_a\\_22050706/](https://www.huffingtonpost.fr/2017/04/23/le-programme-de-marine-le-pen-a-lelection-presidentielle-2017_a_22050706/) consulté le 13.01.2019

## 2.3 Les clips de campagne officiels

Le clip de campagne de l'élection présidentielle est une partie importante de la campagne. Aujourd'hui, à l'époque d'Internet et des réseaux sociaux, la visibilité en ligne est l'une des ressources les plus importantes du candidat. Le clip de campagne lui permet de modifier et de représenter son image et son message politique de la manière voulue (Mouchon, 1999, cité d'après Yanoshevsky, 2009 § 10). Ce qu'on veut montrer et ce qu'on veut cacher dans le clip qui atteint des électeurs est aux mains du candidat et de son équipe de campagne.

Bien que le public voie souvent le clip de campagne comme un aspect divertissant d'une campagne variée, il a une fonction importante. Le clip contient presque toujours un discours soutenu par l'aspect visuel de la vidéo. Quant au texte derrière le discours, il est souvent écrit par un rédacteur de discours (Charteris-Black, 2014 : 13). En général, les personnalités publiques ont un rédacteur de discours habituel qui ne varie pas parce que les discours politiques passent par les analyses des journalistes, du public et parfois des chercheurs (*ibid.*).

Le clip de campagne d'Emmanuel Macron est réalisé par l'agence de communication Jésus & Gabriel. Dans la vidéo, on voit Macron parmi des Français ordinaires : il voyage à travers la France en visitant des vignes, des usines et des petites entreprises rurales. Ce qui est commun entre les scènes est le fait que n'importe où Macron aille, il est entouré par des gens. L'équipe de campagne de Macron est composée aussi bien de personnes qui l'ont aidé au début de sa carrière politique que de personnages avec des carrières différentes comme Axelle Tessandier, entrepreneure, et Laurence Haïm, ancienne correspondante du groupe Canal + aux États-Unis. Le directeur de la campagne était Jean-Marie Girier, un homme politique français et l'ancien chef de cabinet de Gérard Collomb. L'épouse de Macron, Brigitte Macron, n'a pas officiellement de rôle dans la campagne mais elle a été un soutien très important pour son époux et officieusement elle a jeté un œil attentif à ses discours.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> [https://www.lexpress.fr/actualite/politique/elections/presidentielle-les-12-visages-qui-pesent-dans-la-galaxie-macron\\_1903207.html](https://www.lexpress.fr/actualite/politique/elections/presidentielle-les-12-visages-qui-pesent-dans-la-galaxie-macron_1903207.html) consulté le 07.01.2019

Le clip de campagne de Marine Le Pen est assez différent du clip de Macron. Le clip est réalisé par une société de production française<sup>15</sup>. Marine y parle de son amour de la France et met en scène son parcours en montrant son rôle comme femme, mère et avocate et en plus elle présente sa vision de la France. L'équipe de campagne de Le Pen est partagée en deux groupes, l'une concentrée sur la politique et la stratégie, l'autre sur la logistique. Toute l'équipe comprend par exemple de Marion Maréchal-Le Pen, la nièce de Marine, Florian Philippot, ancien vice-président du FN et Sébastien Chenu, un homme politique française<sup>16</sup>. Le directeur de la campagne de Le Pen était David Rachline, le sénateur-maire de Fréjus et un membre actif et important du FN<sup>17</sup>.

---

<sup>15</sup> <https://www.lci.fr/elections/certaines-images-du-clip-de-campagne-de-marine-le-pen-tournees-sans-autorisation-2029820.html> consulté le 15.01.2019

<sup>16</sup> <https://www.rtl.fr/actu/politique/en-images-presidentielle-2017-marine-le-pen-qui-compose-l-equipe-de-campagne-7785321968> consulté le 15.01.2019

<sup>17</sup> [https://www.lepoint.fr/presidentielle/david-rachline-ma-seule-chapelle-c-est-marine-le-pen-16-09-2016-2068859\\_3121.php](https://www.lepoint.fr/presidentielle/david-rachline-ma-seule-chapelle-c-est-marine-le-pen-16-09-2016-2068859_3121.php) consulté le 15.01.2019

## 3 Analyse

### 3.1 Définition de la problématique

Comme la langue construit le monde et qu'une activité langagière est toujours aussi une activité sociale, il nous semblé intéressant de réfléchir à la question de savoir comment les candidats se présentent eux-mêmes, autrement dit quelles sont les représentations qu'ils veulent imposer. Notre analyse s'intéresse seulement aux images construites par les discours mais en bilan de notre travail, nous les mettrons en perspective avec les images antérieures. Nous chercherons à trouver les images à l'aide de l'analyse du discours.

Dans notre analyse, nous présenterons les images construites de façon thématique en traitant l'image de renouveau et l'image de serviteur de la France. Comment les candidats s'y prennent-ils pour construire ces images ?

### 3.2 L'image de renouveau

Bien que les deux candidats dans notre travail représentent des idéologies et des opinions différentes, nous avons trouvé qu'ils ont en commun certaines images dans leurs discours. Tous deux veulent entre autres incarner le renouveau en politique. Ce qui est différent, c'est la manière dont les candidats construisent ces images.

#### 3.2.1 S'exprimer de façon implicite ou de façon explicite

Dans le discours de Macron, la critique à l'égard de la politique précédente est exprimée implicitement (extrait 1). Il ne veut probablement pas dire ses opinions trop brutalement parce qu'il a fait lui-même partie du gouvernement Hollande, un peu avant les élections (2014-2016). C'est donc difficile pour lui de critiquer les politiques précédentes. Il est aussi une personne assez nouvelle dans le champ politique, ce qui lui donne une marge de liberté dans la construction de son ethos politique.

Dans l'extrait 1, il utilise le verbe « libérer » en parlant de l'activité des petites entreprises en France. Comme le contraire pour ce verbe est « limiter ou freiner », l'impression que cette expression donne est que le gouvernement précédent a freiné l'activité des

entreprises. Cette « libération » est l'un des sujets centraux dans le discours du Macron qui, par-là se démarque des politiques précédentes et surtout de la manière dont on a traité les petits entrepreneurs.

Extrait 1) **Il faut donc libérer l'activité des petites entreprises** partout sur le territoire. Il faut libérer les initiatives, l'énergie des start-up, des commerçants, des artisans, des agriculteurs, des professions libérales, des entrepreneurs, notamment en supprimant le RSI, car je suis le candidat du travail.<sup>18</sup>

La formulation implicite est habile pour Macron pour deux raisons. Premièrement, elle permet à Macron de mettre en valeur une initiative positive qu'il s'engage à prendre quand il sera président. Le candidat promettra de libérer entre autres l'activité des petites entreprises, des commerçants et des agriculteurs (extrait 1). Deuxièmement, elle lui permet de sous-entendre que cette initiative n'a pas été prise par les politiciens précédents. Les électeurs doivent donc être capables de lire entre les lignes le mécontentement de Macron, qui ne montre pas visiblement les politiciens précédents d'un doigt accusateur.

Pour exprimer son mécontentement vis-à-vis de la politique précédente, Le Pen utilise une approche très franche. Elle est, comme son père, connue pour ses opinions fortes (ethos préalable). Il est aussi possible que le but d'une expression directe soit de contribuer à favoriser le style populiste. Aussi, contrairement à Macron, Le Pen et son parti n'a pas été au pouvoir de sorte qu'elle ou son parti ne peuvent pas être tenus pour responsables de l'état dans lequel la France se trouve.

Le Pen dit son opinion explicitement en accusant le gouvernement précédent, qui a « failli » et « égaré le peuple et perdu la France » (extrait 2). La candidate laisse entendre que les hommes politiques précédents ont entièrement échoué dans leur travail et ignoré le peuple français. Elle parle aussi de l'insécurité et des violences qui ont touché de nombreux Français (extrait 3), faisant ainsi probablement allusion à la vague d'attentats terroristes que la France a connu entre 2015 et 2017 mais aussi aux autres choses qui créent le sentiment d'insécurité (l'effervescence dans les banlieues, les agressions et les

---

<sup>18</sup> Nous avons choisi de mettre en caractères gras ce qui nous semble particulièrement important dans les différents extraits.

vols, mais aussi l'appréhension à sortir en ville ou le sentiment d'insécurité dans le métro, etc.).

Extrait 2) **Soit vous continuez avec ceux qui ont menti, failli, trahi, qui ont égaré le peuple et perdu la France** soit vous décidez de remettre la France en ordre.

Extrait 3) **Qu'il s'agisse de l'insécurité et des violences** ou de la misère qui touche de trop nombreux compatriotes, je ressens les souffrances des Français comme autant de souffrances personnelles.

En incarnant le renouveau, les deux candidats veulent montrer qu'ils sont courageux et prêts à affronter les difficultés que la politique précédente a produit. En plus de leurs façons différentes de s'exprimer, les candidats ont des idées différentes en concernant le renouvellement lui-même. Est-ce qu'il faut aller vers des valeurs progressistes ou vers des valeurs conservatrices ?

### 3.2.2 Remettre la France en marche vs. remettre la France en ordre

Macron et Le Pen présentent des images différentes en ce qui concerne la volonté de modernisation et la tolérance. L'idéologie de Le Pen se base entre autres sur le conservatisme qui est en faveur des valeurs traditionnelles. Cette idéologie et l'image progressiste de Macron sont donc opposées, ce qui est intéressant pour notre travail.

L'image progressiste de Macron se voit dans les projets qu'il a notamment pour la vie professionnelle des Français. Il commence son discours en parlant de sa volonté de faire avancer les choses (extrait 4).

Extrait 4) Ma volonté c'est de faire avancer les choses avec tout le monde et pour tout le monde, car j'ai vu partout des bonnes volontés et je veux les faire travailler ensemble, quel que soit le camp politique d'où elles proviennent pour remettre la France sur le chemin du progrès et l'Europe sur ses rails.

L'idée de progrès est le fil rouge du discours : Macron veut libérer l'activité des petites entreprises pour créer des emplois, mettre 15 milliards d'euros dans la formation des chômeurs pour qu'ils puissent retrouver des nouveaux emplois et supprimer certaines cotisations (extrait 5, 6 & 7). L'idée au cœur de son discours est de représenter le futur idéal à l'aide de ses idées pour convaincre un public cible le plus vaste possible. Qui ne voudrait pas de 100 euros plus par mois sans travail supplémentaire ?

Extrait 5) Ce sont les entreprises qui créent les emplois. Il faut donc libérer l'activité des petites entreprises partout sur le territoire.

Extrait 6) Il faut aussi former plus et mieux ceux qui sont au chômage depuis longtemps. [...] Il faut donc leur donner les moyens de changer de secteur ou de changer de métier. Pour ça, je veux qu'on mette 15 milliards euros dans la formation, soit 15 fois plus que l'année dernière.

Extrait 7) [...] remettre le travail en marche, enfin, c'est faire en sorte que le travail paye mieux, en supprimant la part des cotisations que vous payez, en revalorisant les heures supplémentaires, en augmentant la prime d'activité. Ça représentera 100 euros net de pouvoir d'achat supplémentaire par mois, pour un salarié en SMIC, par exemple.

Macron dit dans son discours qu'on doit « remettre la France sur le chemin du progrès et l'Europe sur ses rails » (extrait 4). Cette expression peut être interprétée ainsi : en coopérant toutes deux peuvent prospérer. En travaillant ensemble pour un progrès commun, l'Europe et la France pourront arriver aux résultats souhaités. L'extrait montre aussi que Macron supporte l'Europe et veut travailler ensemble tandis que Le Pen est contre l'adhésion à l'UE.

Dans l'extrait 8, Macron défend son idée de progrès en critiquant l'idéologie de Le Pen. Là il dit que ça n'a jamais été grâce aux forces du conservatisme que la France a étonné le monde mais les forces du progrès. Là encore le moyen d'expression est habile parce qu'il peut critiquer l'idéologie de ses adversaires sans qu'il soit discourtois ou inapproprié en même temps qu'il accentue supériorité de l'idée du progrès.

Extrait 8) [...] à chaque fois que la France a étonné le monde, à chaque fois que nous avons montré l'exemple, **c'étaient les forces du progrès**, qui étaient à l'œuvre, jamais celles du déclin, jamais celles du repli, **jamais celles du conservatisme**.

Alors que Macron veut faire des progrès, Le Pen préfère remettre la France en ordre à l'aide des valeurs traditionnelles. Nous pouvons appeler cette image conservatrice parce qu'elle est définie comme une mentalité qui s'oppose au changement dans le domaine de la vie matérielle ou morale. L'opposition aux valeurs modernes, comme la multiculturalité ou la diversité, ne surgit pas exactement de ce que Le Pen dit mais plutôt de ce qu'elle passe sous silence. Ce dont la candidate parle dans son discours sont la famille, le travail et la patrie, ce qui forment un ensemble fondamental dans la pensée

conservatrice<sup>19</sup>. Elles sont aussi les valeurs à l'aide desquelles Le Pen voudrait mettre la France en ordre. Le travail et la famille se manifestent par deux rôles que Le Pen met en valeur dans le discours. Elle dit qu'elle est aussi bien une mère (extrait 9) qu'une avocate (extrait 10). La patrie, de son côté, est accentuée plusieurs fois pendant le discours (extrait 33) ; nous y reviendrons dans la partie 3.3.3. Si le fil rouge du discours de Macron était le progrès, celui du discours de Le Pen est le conservatisme.

Extrait 9) Je suis une mère et comme de millions de parents je m'inquiète chaque jour de l'état du pays et du monde que nous laisserons en héritage à nos enfants.

Extrait 10) Je suis une avocate et j'ai gardé de mes années de barreau un attachement profond au respect des libertés publiques, et une sensibilité particulière au sort des victimes confrontées à l'impunité des criminels.

Ce dont nous avons parlé dans la sous-partie 3.2.1, l'opposition aux politiques précédents, construit aussi l'image conservatrice parce que le gouvernement précédent était libéral. La candidate laisse entendre que les politiciens précédents ont nui à la France : le fondamentalisme islamiste se développe encore plus en France et l'état du pays est tellement mauvais qu'elle s'en inquiète chaque jour (extrait 9 & 28). Ainsi elle suggère que les politiciens précédents libéraux ont nui à la France. En même temps, les Français sont devenus leurs victimes.

Ces deux idées de renouvellement, l'idée du progrès et celui de conservatisme, sont peut-être la plus grande distinction entre les deux candidats et probablement ces idées ont divisé les électeurs en deux camps. Dans la partie suivante, nous traiterons de l'image de serviteur de la France : comment les deux candidats conçoivent ce rôle ?

### **3.3 L'image de serviteur de la République**

L'image de serviteur de la République se manifeste dans le corpus sous la forme de trois dichotomies. Macron se présente comme un serviteur bienveillant, mais ferme, compétent et altruiste tandis que Le Pen se présente comme une serviteuse combattante, expérimentée et nationaliste.

---

<sup>19</sup> La famille, le travail et la patrie étaient déjà les valeurs de la République de Vichy.

### 3.3.1 L'image de père de la nation vs. l'image de la combattante

Bien que les sentiments ne jouent pas un rôle significatif dans le discours de Macron, il essaye de transmettre les sentiments d'affection et de bienveillance à travers l'image de père de la nation, autrement dit, l'image paternaliste<sup>20</sup>. Le paternalisme se caractérise par une attitude de la personne au pouvoir qui, de sa propre initiative, octroie à son personnel des avantages sociaux dans l'objectif de consolider son autorité. Le comportement du chef paternaliste est bienveillant et autoritaire envers ses citoyens.

Le chômage est un sujet répété dans le discours de Macron. Au lieu de traiter le sujet comme un problème, il le traite en faisant preuve de compréhension envers ceux qui en souffrent : le candidat rassure et fait preuve de compassion envers les chômeurs. De plus, il utilise l'expression « ceux qui sont au chômage » (extrait 11). L'utilisation de cette expression ne caractérise pas la personne par le fait qu'elle est au chômage mais l'expression veut dire que la personne est maintenant au chômage et cette situation n'a pas toujours été celle-là et peut changer dans le futur.

Extrait 11) Il faut aussi former plus et mieux **ceux qui sont au chômage** depuis longtemps, car **ce n'est pas de leur faute**, c'est juste parce que leurs compétences ne sont plus adaptées aux emplois disponibles. [...] Pour ça, je veux qu'on mette 15 milliards euros dans la formation, soit 15 fois plus que l'année dernière. C'est **un investissement sur eux, car je crois en eux**.

Un trait intéressant dans le discours de Macron est le changement entre la langue soutenue et la langue parlée. Au cours de son discours politique, Macron décide occasionnellement de changer le ton du discours pour dire au public qu'il est du côté des chômeurs et qu'il veut leur tendre une main charitable. Il utilise par exemple des expressions de la langue parlée « ce n'est pas de leur faute » et « sans rien demander à personne » (extrait 11 & 12). Macron reprend les paroles même du public qu'il vise : le ton de son discours change quand il s'adresse aux « gens qu'il a croisés tout au long de son tour de France ».

---

<sup>20</sup> Dans notre travail, la notion du paternalisme n'a pas une connotation négative mais un sens bienveillant et fermé.

Extrait 12) Je veux le faire pour les gens que j'ai croisés tout au long de mon tour de France, pour tous ceux qui se battent dans leur coin, **sans rien demander à personne** pour chacune et chacun d'entre vous.

L'image de père de la nation de Macron est soutenue aussi par l'extrait 13 où il parle de la manière autoritaire mais aussi bienveillante de nouveaux droits pour les Français, mais aussi de nouveaux devoirs.

Extrait 13) Mais il y aura une contrepartie forte : on ne pourra plus refuser plus de deux offres emplois décentes. Ce sont donc de nouveaux droits, mais aussi **de nouveaux devoirs**.

Il y a aussi quelques traits paternalistes dans le discours de Le Pen. Cette image se manifeste par son attitude envers les électeurs et son pays. Elle se présente comme une cheffe parfaite pour la France et comme une mère protectrice des citoyens Français. À travers son discours, elle assure qu'elle aime la France du plus profond de son cœur (extrait 14). L'impression implicite que nous avons eu sur le discours est que Le Pen veut défendre son pays et ses citoyens contre les forces de renouvellement et de modernisation comme une mère protège ses enfants.

Extrait 14) **J'aime la France. J'aime du plus profond de mon cœur, du plus profond de mon âme**, cette nation millénaire qui ne se soumet pas, ce peuple impétueux qui ne renonce pas.

Le Pen se concentre toutefois plus sur la construction de l'image de combattante. La candidate construit cette image de combattante par les choix des mots et par la moquerie à l'égard des politiciens précédents, ceux qui ont des valeurs différentes que Le Pen et son parti. Il est aussi probable qu'en construisant cette image, Le Pen veuille faire référence à Jeanne d'Arc. Cette personne historique est une figure importante pour le parti de Marine Le Pen : la statue de Jeanne d'Arc apparaît même dans le clip de campagne de Le Pen. Aujourd'hui les mêmes valeurs pour lesquelles Jeanne d'Arc s'est battue au XV<sup>e</sup> siècle sont reprises par le Rassemblement national : des valeurs de patriotisme et d'engagement.

La candidate utilise le vocabulaire qui contient beaucoup de mots autour du combat. Elle commence son discours en disant que les Français sont « une nation millénaire qui ne se soumet pas » (extrait 15). Là elle fait une allusion à l'histoire de la France et à la persévérance française qui a existé depuis des milliers d'années. Elle utilise aussi les mots

comme « violence, victimes, insécurité et souffrances » (extrait 3, 16 & 17). Nous pensons que l'intention de ces mots fortement connotés est de renfoncer l'image de combattante et de créer un *discours* de combat pour exprimer la volonté de Le Pen à lutter contre la violence et la misère auxquelles les Français rencontrent. Le même *discours* se répète vers la fin du discours ou elle dit qu'elle va se battre pour le meilleur futur pour les Français (extrait 18).

Extrait 15) [...] **cette nation millénaire qui ne se soumet pas**, ce peuple impétueux qui ne renonce pas.

Extrait 16) [...] je ressens comme **une violence extrême** les restrictions de libertés [...]

Extrait 17) [...] **des victimes** confrontées à l'impunité des criminels.

Extrait 18) C'est tout le sens de mon engagement. **C'est ce pour quoi je me bats**. C'est le projet que je mettrai en œuvre de la tête de l'État en votre nom.

L'image de combattante de Le Pen est aussi soutenue avec la manière selon laquelle elle décrit les Français. Elle les montre faibles et comme des victimes de la politique précédente et c'est pourquoi elle veut leur faire une meilleure future avec « sécurité, protection et unité » (extrait 19). Cette représentation du peuple Français fait de Le Pen la protectrice et héroïne de ses compatriotes.

Extrait 19) Je veux que les Français puissent vivre libre dans une France indépendante. Je veux que les Français puissent vivre en sécurité dans une France respectée. Je veux que les Français puissent vivre protégés dans une France prospère. Je veux que les Français puissent vivre unis dans une France fière. Je veux que les Français puissent bien vivre dans une France durable. Je veux que les Français puissent vivre leurs rêves dans une France juste !

Le Pen critique aussi les politiciens précédents comme nous l'avons vu à la sous-partie 3.2.1. Elle les traite d'escrocs et des traîtres (extrait 2). La candidate essaye probablement de se présenter comme une future cheffe d'État déterminée à stopper la politique libérale.

L'image de père de la nation de Macron et l'image de la combattante de Le Pen sont donc deux façons très différentes d'endosser l'image de serviteur de la République. Voyons maintenant quelles sont les qualités mises en avant par les deux candidats pour servir

leur pays, autrement dit comment les candidats construisent leur ethos de crédibilité politique.

### 3.3.2 Serviteur compétent vs. serviteuse expérimentée

Les deux images que nous avons trouvées concernant la crédibilité des candidats sont l'image de compétence et l'image de l'expérience. Ces images nous disent aussi comment les candidats construisent leur crédibilité. La crédibilité est fondamentale dans le discours politique car le candidat doit persuader le public qu'il est digne de confiance. Dans son discours, Macron construit attentivement l'image de compétence tandis que Le Pen mise sur l'expérience.

L'image de compétence exige du politicien qu'il possède à la fois savoir et savoir-faire. Il doit convaincre qu'il a une connaissance approfondie dans un domaine particulier mais il doit également prouver qu'il a les moyens et l'expérience nécessaires pour réaliser concrètement ses buts en obtenant les résultats voulus. Macron construit son image de compétence adroitement. En premier, il montre à son public qu'il a connaissance des difficultés que les chômeurs rencontrent : le chômage peut être de longue durée, les emplois correspondants à leur formation manquent et il est difficile de se former à nouveau (extrait 20).

Extrait 20) Il faut aussi former plus et mieux ceux qui sont au chômage depuis longtemps, car ce n'est pas de leur faute, c'est juste parce que leurs compétences ne sont plus adaptées aux emplois disponibles. Il faut donc leur donner les moyens de changer de secteur ou de changer de métier.

En montrant sa connaissance, Macron se présente comme un « chef » qui connaît les difficultés des chômeurs et aussi il construit une image de « guide » dont la mission est de donner un meilleur avenir pour eux. Ensuite il présente ses propositions pour améliorer la situation (extrait 21, 22 & 23). La présentation de ces suggestions chiffrées montre au public qu'il est compétent et performant.

Extrait 21) Pour ça, je veux qu'on mette 15 milliards euros dans la formation, soit 15 fois plus que l'année dernière. C'est un investissement sur eux, car je crois en eux.

Extrait 22) Je propose que le droit aux allocations au chômage soit ouvert à tous indépendants comme salariés, agriculteurs comme commerçants, et même, une fois tous les cinq ans, aux salariés qui démissionnent.

Extrait 23) Et puis, remettre le travail en marche, enfin, c'est faire en sorte que le travail paye mieux, en supprimant la part des cotisations que vous payez, en revalorisant les heures supplémentaires, en augmentant la prime d'activité. Ça représentera 100 euros net de pouvoir d'achat supplémentaire par mois, pour un salarié au SMIC, par exemple.

Ainsi pour construire l'image de compétence, Macron fait preuve d'une part de son savoir en exprimant sa connaissance des difficultés de son public cible concernant les problèmes liés au chômage, et de son savoir-faire en montrant concrètement comment il résoudrait les problèmes.

L'image de compétence de Macron se manifeste aussi à la manière bienveillante envers le public. Dans les extraits 24, 25 et 26, le candidat présente des mesures pour la diminution du taux du chômage et pour que les suggestions soient compréhensibles, il donne des exemples concrets. Selon Macron, la chose principale à améliorer est l'activité des petites entreprises qui créent les emplois. Quand il y a des nouveaux emplois, il veut former les chômeurs pour qu'ils puissent obtenir des postes en entreprises. Le candidat présente ses intentions de manière compréhensible mais efficace et invite les Français à être des pionniers pour réaliser ses visions.

Extrait 24) **Ce sont les entreprises qui créent les emplois.** Il faut donc libérer l'activité des petites entreprises partout sur le territoire.

Extrait 25) **Il faut aussi former plus et mieux ceux qui sont au chômage** depuis longtemps, car ce n'est pas de leur faute, c'est juste parce que leurs compétences ne sont plus adaptées aux emplois disponibles.

Extrait 26) Et puis, remettre le travail en marche, enfin, **c'est faire en sorte que le travail paye mieux**, en supprimant la part des cotisations que vous payez, en revalorisant les heures supplémentaires, en augmentant la prime d'activité.

Le Pen, de son côté, base sa compétence sur son expérience de la vie. Son discours tourne autour d'elle en racontant sa vie, ses rôles et ses opinions fortes. Le discours de lui raconte l'histoire de sa vie : son enfance où elle a ressenti un attachement viscéral à la France (extrait 27), puis ses rôles. Il y a un modèle ce qui se répète trois fois : en premier, elle donne son rôle (femme, mère, avocate) et après elle donne une opinion attachée au rôle (extrait 28). Pour la construction de l'ethos de crédibilité le manque de propositions concrètes est problématique.

Dans son discours, Le Pen exprime ses rôles fortement en disant, par exemple, qu'elle est une mère est comme mère elle peut dire avec certitude que l'état du pays est tellement mauvais qu'on doit s'inquiéter chaque jour (extrait 9). Le même se répète avec les rôles d'une femme et d'une avocate. La candidate accorde de l'importance seulement aux ses expériences en construisant l'ethos de crédibilité ce qui s'est aussi avéré problématique pendant sa campagne dans un débat électorale.

Les rôles, à travers de quoi Le Pen montre sa compétence, donnent lui une chance d'exprimer ses opinions. Par exemple, il y a plusieurs opinions qu'elle pourrait attacher au rôle de femme (par exemple, l'égalité de sexes qui a augmenté énormément de son vivant) mais elle décide de parler de sa crainte d'une restriction des libertés pour les femmes qui, selon elle, pourrait découler d'un « développement du fondamentalisme islamique » (extrait 28). En disant son opinion comme cela, elle masque son opinion discriminante et raciste derrière son féminisme.

La même chose se répète avec le rôle d'une mère dans l'extrait 9. Elle parle de son rôle et après elle rattache à ce rôle quelque chose de négatif même si le rôle de la mère a certainement plus de traits positifs que négatifs. Dans la même phrase elle utilise aussi l'expression « l'état du pays et du monde » ce qui est intéressant. Ici le lecteur doit inférer ce qu'elle veut dire avec cette expression. Est-ce que c'est du terrorisme ou du changement climatique ou de quelque chose d'autre qu'elle s'inquiète ? Comme Le Pen n'exprime pas son opinion directement, le lecteur peut placer ici son propre souci.

Extrait 27) D'aussi loin que je me souviens, j'ai toujours ressenti un attachement viscéral, passionnel à notre pays, à son histoire.

Extrait 28) Je suis une femme et comme femme je ressens comme une violence extrême les restrictions de libertés qui se multiplient dans tout notre pays à travers le développement du fondamentalisme islamiste.

Ces deux images concernant la crédibilité forment encore deux images différentes. À la sous-partie suivante nous traiterons deux images qui construisent ethos d'identification des candidats.

### 3.3.3 Un pour tous vs. les Français d'abord

Quelqu'un d'altruiste est une personne qui se consacre aux autres de façon désintéressée et qui veut les aider quelle que soit leur nationalité ou leur religion. Quelqu'un de nationaliste, de son côté, est une personne qui place son pays en premier. Ces deux idéologies sont donc assez différentes dans le fond. Nous avons trouvé des traits altruistes dans le discours de Macron et des traits nationalistes dans le discours de Le Pen.

L'image de désintéressement de Macron se trouve déjà à la première phrase de son discours et la même attitude de bonté est présente jusqu'à la fin du discours. Le candidat commence son discours en disant que sa volonté n'est pas d'être élu pour être élu mais de faire avancer les choses avec tout le monde (extrait 29 & 30). Autrement dit, son but n'est pas d'être président pour le titre ou pour être le visage de France mais il souhaite construire une France meilleure. Après cela, il continue de dire qu'il veut réconcilier les Français pour que tous travaillent ensemble sans tenir compte des camps politiques (extrait 31). Macron utilise un *discours* unificateur pour exprimer sa volonté de travailler à construire une France meilleure pour tous en collaboration avec les autres et pas comme un chef autoritaire. Ce *discours* est intéressant parce qu'il est en contradiction avec l'image de père de la nation qu'il construit. Le même *discours* unificateur se répète aussi vers la fin du discours où Macron assure de nouveau sa volonté altruiste de travailler pour son pays (extrait 31).

Extrait 29) Ma volonté, ce n'est pas d'être élu pour être élu. Ma volonté c'est de faire avancer les choses avec tout le monde et pour tout le monde [...]

Extrait 30) [...] **je veux les faire travailler ensemble, quel que soit le camp politique d'où elles proviennent** pour remettre la France sur le chemin du progrès et l'Europe sur ses rails.

Extrait 31) [...] je veux le faire, pas pour moi, pas pour un parti, pas pour un camp, mais pour mon pays.

Un autre trait intéressant dans le discours de Macron qu'on peut lier au discours unificateur est la manière dont il appelle son public. Au début de son discours, il s'adresse non seulement aux Français qui habitent en France mais aussi aux Français qui habitent à l'étranger et dans les territoires d'outre-mer (extrait 32). Il utilise le mot

« compatriote », ce qui désigne qu'il voit les Français de l'étranger aussi importants et aussi français que ceux qui habitent en France. Le candidat n'oublie personne dans son discours ce qui construit l'image unificatrice et bienveillante.

Extrait 32) Chers compatriotes de l'Hexagone, de l'outre-mer et de l'étranger [...]

L'idéologie de Le Pen se base, entre autres, sur le nationalisme, ce qu'est aussi visible dans son discours. Les objectifs de cette idéologie sont l'unité, l'indépendance et la prospérité de la nation et de son peuple. Son parti Rassemblement national est aussi un défenseur du nationalisme et du national-conservatisme, et se concentre sur l'intérêt national et sur le maintien de l'identité culturelle. La « priorité nationale » (l'idée que tous les Français doivent avoir la priorité sur les emplois, les logements et les aides sociales par rapport aux étrangers) est un élément majeur dans le programme du parti. Cette idée est probablement quelque chose que Le Pen voudrait défendre et faire progresser si elle devenait la présidente.

Il semble que Le Pen définisse un bon chef d'état à travers la pensée nationaliste. Selon les objectifs du nationalisme le meilleur chef d'état est d'origine française et nous avons eu une impression que Le Pen défend cette opinion. Elle commence son discours en disant que depuis l'enfance elle a ressenti un attachement profond à la France (extrait 27). La candidate continue à mentionner plusieurs fois aussi bien son amour envers France et ses habitants que sa nationalité française qui la définit. Le Pen essaye de se montrer comme le visage de France et la défenderesse de tous les Français (extrait 33). Étant donné les événements récents en France (par exemple d'attentats terroristes), il est assez normal qu'une candidate du Front National accentue le nationalisme et l'unité des Français contre les forces étrangères.

Extrait 33) Au fond, si je devais me définir, je crois que je répondrais tout simplement que je suis intensément, fièrement, fidèlement, évidemment française. Je reçois les insultes à la France comme si elles m'étaient adressées directement.

### **3.4 Bilan : les raisons possibles derrière la construction de ces images**

Comme la partie analyse nous l'a montré, les candidats ont des images différentes pour construire deux images communes : l'image de rénovateur et l'image de serviteur de la République. Selon Charaudeau (2005, cité d'après Corroyer 2008 § 15) il y a deux ethos

présents dans tous les discours politiques : celui de crédibilité et celui d'identification. L'éthos de crédibilité est complexe parce qu'il doit en général satisfaire trois conditions qui sont la condition d'efficacité (le candidat est capable de réaliser ses promesses), la condition de performance (le candidat doit mettre en œuvre ce qu'il a promis) et la condition de sincérité (le candidat est obligé d'exprimer ses véritables pensées). L'éthos d'identification, de son côté, est caractérisé par divers types d'images : ces images sont construites de manières différentes et elles révèlent aussi bien les valeurs du candidat que son image de soi et ses opinions sur le public (*ibid.*).

Les deux candidats dans notre travail construisent ces deux éthos. L'image de compétence de Macron construit son éthos de crédibilité. Comme Macron est une personne nouvelle en politique, il doit prouver sa compétence d'une manière convaincante pour le public et aussi pour les autres politiciens. Son image de père de la nation construit son éthos d'identification. Comme il est jeune, il doit construire une image à l'aide de laquelle il peut compenser son âge. Nous avons eu aussi une impression que l'image altruiste, de son côté, existe pour que Macron puisse modifier son éthos préalable de banquier. Bien qu'il soit capable de compenser des aspects de son éthos préalable (âge, la profession antérieure) à l'aide de cette image de père de la nation, cette image donne aussi l'impression que le candidat veut prendre un rôle de guide pour conseiller les Français.

En ce qui concerne Le Pen, les images qu'elle construit dans son discours sont probablement assez connues pour le public. Elle veut renouveler la France à l'aide des valeurs traditionnelles, ce qui construit une image conservatrice. Bien que Le Pen ait l'éthos préalable fort, elle doit aussi construire un éthos discursif pour être efficace. L'image nationaliste soutient l'éthos discursif de Le Pen et l'idéologie de son parti. Les deux images, celle de conservatrice et celle de nationaliste, construisent l'éthos d'identification de Le Pen.

Le Pen ne construit pas son image de crédibilité de la même manière que Macron. La raison pour cela peut être le fait que Le Pen est une personne politique connue en France pour de nombreuses raisons. Elle est la présidente du Front National, elle a été un membre du Parlement européen et elle est aussi la fille de Jean-Marie Le Pen. La candidate a de l'expérience de la politique donc elle a pensé pouvoir se dispenser de

suggestions chiffrées et des propositions concrètes mais ce choix s'est avéré être problématique au grand débat. Elle base sa compétence sur son expérience de la vie, ce qui adoucit son image conservatrice.

Quant aux rôles dans le discours politique, nous sommes capables de les trouver dans les discours de Macron et Le Pen. Ainsi que nous avons déjà dit dans la sous-partie 3.3.1. Macron change de ton pendant le discours. En faisant cela, il change son rôle entre celui de narrateur et celui d'interlocuteur. Les deux rôles soutiennent bien aussi les images construites par lui. À l'aide de l'objectivité et de la clarté du rôle du narrateur, c'est plus facile pour Macron de construire son image de compétence tandis qu'à l'aide du rôle de l'interlocuteur, c'est plus facile de prendre contact avec le public. Le Pen, de son côté, utilise seulement le rôle de l'interlocuteur pendant son discours. L'utilisation abondante de pronom « je » et expression des opinions subjectives sont des aspects qui soutiennent ce rôle. Pour elle aussi, le rôle d'interlocuteur facilite de prendre contact avec le public.

## 4 Conclusion

Notre travail, reposant uniquement sur les discours prononcés dans les clips de campagne à l'élection présidentielle de 2017, ne peut pas être considéré comme une présentation complète des images ou des éthos politiques des candidats en général. Les images que nous avons trouvées représentent seulement les images que les candidats ont voulu construire à ce moment-là. Le travail, qui se base sur un corpus assez petit et strictement limité en cadre du temps, répond seulement à notre question de recherche. Toutefois, notre mémoire a découvert les images centrales dans les deux discours.

La plupart des images trouvées sont assez typiques pour un discours politique : elles construisent l'éthos de crédibilité et l'éthos de l'identification des candidats. Macron construit l'image progressiste, en outre il se montre bienveillant, altruiste et compétent. Le Pen, quant à elle, crée une image conservatrice. Par ailleurs, elle se montre comme une combattante nationaliste et expérimentée. À travers ce travail nous avons vu qu'il y a plusieurs facteurs qui ont un effet sur la construction des images : la tendance politique et les valeurs du candidat, l'éthos préalable et la quantité d'expérience dans le champ politique.

L'éthos politique est un sujet qui peut être examiné à l'aide de différentes méthodes de recherches et à travers des matériaux variés. Pour compléter cette étude, une recherche future pourrait tenir compte des aspects multimodaux dans les clips de campagnes. Comment par exemple l'image et l'élocution agissent sur la construction de l'éthos ? On pourrait également étudier l'éthos politique dans un corpus plus vaste en considération des clips que les deux candidats ont fait pour le deuxième tour du scrutin : y a-t-il des similitudes entre les images construites dans les clips ? Si les images étaient différentes, quelle pourrait être la raison pour les disparités ?

## Bibliographie

### Corpus :

Clip de Campagne d'Emmanuel Macron, [https://www.youtube.com/watch?v=psfbQL\\_LOGA](https://www.youtube.com/watch?v=psfbQL_LOGA)  
Consulté le 28.01.2019

Clip de Campagne de Marine Le Pen, <https://www.youtube.com/watch?v=FYWnuQc5mYA>  
Consulté le 28.01.2019

### Ouvrages consultés :

AMOSSY R. (2010). *La présentation de soi : Ethos et identité verbale*. Paris : Presses universitaires de France.

AMOSSY R. (2016). *L'argumentation dans le discours*. Paris : Armand Colin.

BONNAFOUS S. (1998). «The Method of Argumentation of Jean-Marie Le Pen, Leader of the French Extreme Right Wing, in an Important Political Television Program. » dans : *Politically speaking : A worldwide examination of language used in the public sphere*, (éds.) Ofer Feldman et Christ'l de Landtsheer. Westport, Conn: Greenwood Publishing Group, 106-116.

CHARAUDEAU P. et MAINGUENEAU D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Seuil.

CHARTERIS-BLACK J. (2014). *Analysing political speeches: Rhetoric, discourse and metaphor*. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.

CORROYER G. (2008). « Lecture critique de l'ouvrage de Patrick Charaudeau, Le Discours politique. Les masques du pouvoir », *Langage et société*, 126(4), 95-106. URL : <https://www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2008-4-page-95.htm>, consulté le 14.03.2019.

FAIRCLOUGH N. (2001). *Language and power*. Harlow, Eng. : New York : Longman.

FAIRCLOUGH N., BLOM V. et HAZARD K. (1997). *Miten media puhuu*. Tampere: Vastapaino.

FAIRCLOUGH I. et FAIRCLOUGH N. (2012). *Political discourse analysis: A method for advanced students*. Abingdon: Routledge.

JOHNSTONE B. (2017). *Discourse analysis*. Malden (Mass.): Blackwell.

MAINGUENEAU D. (2002). *L'ethos, de la rhétorique à l'analyse du discours*. URL : <http://dominique.maignueneau.pagesperso-orange.fr/pdf/Ethos.pdf>, consulté le 28.01.2019

PIETIKÄINEN S. et MÄNTYNEN A. (2009). *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.

REYES A. (2011). *Voice in Political Discourse: Castro, Chavez, Bush and their Strategic Use of Language*. London: Bloomsbury Publishing.

YANOSHEVSKY G. (2009). « L'usage des vidéoblogs dans l'élection présidentielle de 2007. Vers une image plurigérée des candidats ». *Mots. Les langages du politique*. N° 89. URL : <http://journals.openedition.org/mots/18773>, consulté le 28.01.2019.

## 5 Annexe

### **Discours d'Emmanuel Macron**

Ma volonté, ce n'est pas d'être élu pour être élu. Ma volonté c'est de faire avancer les choses avec tout le monde et pour tout le monde, car j'ai vu partout des bonnes volontés et je veux les faire travailler ensemble, quel que soit le camp politique d'où elles proviennent pour remettre la France sur le chemin du progrès et l'Europe sur ses rails.

Chers compatriotes de l'Hexagone, de l'outre-mer et de l'étranger, j'ai travaillé comme fonctionnaire puis dans le secteur privé, avant de m'engager en politique. Je suis aujourd'hui candidat à la présidence de la République. Je veux vous parler de travail aujourd'hui, car mettre la France en marche, c'est remettre le travail en marche. Ce sont les entreprises qui créent les emplois. Il faut donc libérer l'activité des petites entreprises partout sur le territoire. Il faut libérer les initiatives, l'énergie de start-up, des commerçants, des artisans, des agriculteurs, des professions libérales, des entrepreneurs, notamment en supprimant le RSI, car je suis le candidat du travail.

Il faut aussi former plus et mieux ceux qui sont au chômage depuis longtemps, car ce n'est pas de leur faute, c'est juste parce que leurs compétences ne sont plus adaptées aux emplois disponibles. Il faut donc leur donner les moyens de changer de secteur ou de changer de métier. Pour ça, je veux qu'on mette 15 milliards euros dans la formation, soit 15 fois plus que l'année dernière. C'est un investissement sur eux, car je crois en eux. Remettre le travail en marche, c'est aussi faire en sorte que le travail ne soit pas un fardeau, pour redonner à chacun la liberté d'avoir une activité qui lui correspond.

Je propose que le droit aux allocations au chômage soit ouvert à tous indépendants comme salariés, agriculteurs comme commerçants, et même, une fois tous les cinq ans, aux salariés qui démissionnent. Mais il y aura une contrepartie forte : on ne pourra plus refuser plus de deux offres emplois décentes. Ce sont donc de nouveaux droits, mais aussi de nouveaux devoirs. Et puis, remettre le travail en marche, enfin, c'est faire en sorte que le travail paye mieux, en supprimant la part des cotisations que vous payez, en revalorisant les heures supplémentaires, en augmentant la prime d'activité. Ça représentera 100 euros net de pouvoir d'achat supplémentaire par mois, pour un salarié

au SMIC, par exemple. Parce que remettre le travail en marche, c'est la seule solution pour remettre notre pays en marche. Et cela, je veux le faire, pas pour moi, pas pour un parti, pas pour un camp, mais pour mon pays. Je veux le faire pour les gens que j'ai croisés tout au long de mon tour de France, pour tous ceux qui se battent dans leur coin, sans rien demander à personne pour chacune et chacun d'entre vous. Mes chers compatriotes à chaque fois que la France a étonné le monde, à chaque fois que nous avons montré l'exemple, c'étaient les forces du progrès, qui étaient à l'œuvre, jamais celles du déclin, jamais celles du repli, jamais celles du conservatisme.

Alors, le 23 avril, votez pour remettre la France en marche.

### **Discours de Marine Le Pen**

D'aussi loin que je me souviens, j'ai toujours ressenti un attachement viscéral, passionnel à notre pays, à son histoire. J'aime la France. J'aime du plus profond de mon cœur, du plus profond de mon âme, cette nation millénaire qui ne se soumet pas, ce peuple impétueux qui ne renonce pas.

Je suis une femme et comme femme je ressens comme une violence extrême les restrictions de libertés qui se multiplient dans tout notre pays à travers le développement du fondamentalisme islamiste.

Je suis une mère et comme de millions de parents je m'inquiète chaque jour de l'état du pays et du monde que nous laisserons en héritage à nos enfants.

Je suis une avocate et j'ai gardé de mes années de barreau un attachement profond au respect des libertés publiques, et une sensibilité particulière au sort des victimes confrontées à l'impunité des criminels.

Au fond, si je devais me définir, je crois que je répondrais tout simplement que je suis intensément, fièrement, fidèlement, évidemment française. Je reçois les insultes à la France comme si elles m'étaient adressées directement.

Qu'il s'agisse de l'insécurité et des violences ou de la misère qui touche de trop nombreux compatriotes, je ressens les souffrances des Français comme autant de souffrances personnelles.

Le choix que vous feriez lors de l'élection présidentielle à venir est crucial fondamental. C'est un véritable choix de civilisation. Soit vous continuez avec ceux qui ont menti, failli, trahi, qui ont égaré le peuple et perdu la France soit vous décidez de remettre la France en ordre. Oui, je veux remettre la France en ordre. Je veux que les Français puissent vivre libre dans une France indépendante. Je veux que les Français puissent vivre en sécurité dans une France respectée. Je veux que les Français puissent vivre protégés dans une France prospère. Je veux que les Français puissent vivre unis dans une France fière. Je veux que les Français puissent bien vivre dans une France durable. Je veux que les Français puissent vivre leurs rêves dans une France juste !

C'est tout le sens de mon engagement. C'est ce pour quoi je me bats. C'est le projet que je mettrai en œuvre de la tête de l'État en votre nom. Au nom du peuple.