

Les aspects du pathos chez Emmanuel Macron, Marine Le Pen et François Fillon aux élections présidentielles 2017

Hani Ali Ahmed Hassan

=====

Introduction

Notre projet de recherche vise à mettre l'accent sur des quatre types d'émotions utilisés dans les discours des candidats présidentiels. Ces émotions sont l'appel au sentiment populaire (*ad populum*), l'appel à la pitié (*ad misericordiam*), l'appel à l'attaque de l'adversaire (*ad hominem*) et l'appel à la menace (*ad baculum*). Nous étudions ces quatre types à travers les discours de trois premiers candidats qui viennent en tête du premier tour des élections présidentielles de 2017. En dépendant de l'approche du théoricien américain, Douglas Walton, nous faisons le point de valeur du « pathos » qui est l'outil de persuasion entre le candidat et son public ; nous dévoilons comment tout candidat cherche à construire un pont de confiance avec ses partisans portant à eux l'espoir d'une vie meilleure sous son commandement d'une part, et à ébranler ou bien à détruire leur confiance dans les adversaires d'autre part. À la fin de cette recherche, nous prévoyons que nous atteignons à des résultats et des recommandations à propos des procédés argumentatifs de persuasion utilisés pour faire agir sur le public et avoir leurs voix dans les urnes.

1. Le Pathos

Le pathos constitue le deuxième pilier de l'identité discursive chez l'orateur, après l'ethos, destiné à persuader le public d'une idée, d'une opinion ou d'une valeur. En sorte que nous puissions bien indiquer les dimensions de

la signification du terme “pathos”, nous mettons en relief ses définitions ; dans le *Dictionnaire d'analyse du discours*, le terme pathos « est pris actuellement au sens de débordement émotionne ¹».

Ainsi définit Ruth Amossy le pathos en disant que « Le terme de « pathè » au pluriel désigne ainsi les émotions qu'un orateur « a intérêt à connaître pour agir efficacement sur les esprits » et qui sont « la colère et le calme, l'amitié et la haine, la crainte et la confiance, la honte et l'impudence, l'obligeance, la pitié et l'indignation, l'envie, l'émulation et le mépris² ».

Alors, chez Charaudeau, « les émotions correspondent à des représentations sociales constituées d'un mélange de jugements, d'opinions et d'appréciations pouvant déclencher des sensations ou des comportements ³ ».

Donc, nous constatons que l'orateur a recours à susciter les sentiments humains variés chez son auditoire pour « essayer de faire adhérer le plus grand nombre possible de citoyens à ses idées, à son programme, à sa politique et à sa personne ⁴ », ou bien « à le dissuader de suivre un projet adverse ⁵ ». C'est alors, l'objectif du pathos est la persuasion du public par agiter ses désirs, ses ambitions ou au contraire éclater ses peurs.

C'est pourquoi le pathos a une grande importance au sein du discours politique notamment durant les campagnes électorales qui se consacrant à agir sur l'auditoire, « Agir sur les hommes en les émouvant, en les transportant de

¹ Charaudeau, Patrick, Maingueneau, Dominique, « *Dictionnaire d'analyse du discours* », Seuil, Paris, 2002, p.423

² Amossy, Ruth, « *l'argumentation dans le discours* », Armand Colin, Paris, 2010, p.195

³ Charaudeau, Patrick, « *Le discours politique, les masques des pouvoirs* », Vuibert, Paris, 2005, p.69

⁴ *Ibid.*, p.64

⁵ *Ibid.*, p.70

*colère ou en les rendant accessibles à la pitié, ou tout simplement en éveillant en eux la peur*⁶». Dans cette perspective, nous empruntons les paroles de Voltaire dans le livre de Charaudeau, *Le discours politique, les masques du pouvoir* : « *les passions sont les roues qui font aller toutes les machines*⁷ », c'est-à-dire, elles sont la clé des cœurs des foules représentant les premiers pas à capturer leurs esprits et puis leurs voix dans les urnes.

En somme, d'une part, le pathos représente le terrain fécond envers les arguments logiques qui servent à réaliser les buts ultimes du locuteur, à savoir la persuasion de l'auditoire : « *l'argumentation rationnelle en elle-même ne peut pas fonctionner et atteindre ses objectifs si elle n'est pas appuyée par l'ethos et le pathos...*⁸ ». D'autre part, il donne l'orateur la capacité à contrôler totalement son auditoire et ses pensées en les transformant aux êtres inconscients obéissants parce que la « *gestion des passions aboutit à la soumission totale et aveugle du peuple (ou d'une majorité)*⁹ ».

⁶ Amossy, Ruth, *Loc.cit.*

⁷ Charaudeau, Patrick, « *Le discours politique, les masques des pouvoirs* », *op.cit.*, p. 72

⁸ EviKafetzi, « *L'ethos dans l'argumentation : le cas du face à face Sarkozy/ Royal 2007* », Université de Lorraine, p.55/56, URL: http://docnum.univ-lorraine.fr/public/DDOC_T_2013_0053_KAFETZI.pdf (thèse de doctorat)

⁹ Charaudeau, Patrick, « *Le discours politique, les masques des pouvoirs* », *op.cit.*, p.62

1.1 La conviction et la Persuasion

Vu que « *le discours doit enseigner, plaire, toucher (docere, delectare, movere)*¹⁰ », c'est alors, un signal que tout discours doit avoir les trois procédés discursifs qui sont l'ethos, le pathos et le logos pour faire adhérer l'auditoire soit par la conviction ou par la persuasion.

Donc, nous distinguerons la dichotomie conviction et persuasion puisque le premier terme est adressé aux arguments rationnels, c'est-à-dire le logos que nous traiterons infra, tandis que le deuxième est adressé aux émotions, c'est le pathos.

Selon Charaudeau : « *“conviction” et “persuasion”*. La première relèverait du pur raisonnement, reposerait sur des facultés intellectuelles et serait tournée vers l'établissement de la vérité. La seconde relèverait des sentiments (on dirait aujourd'hui de *“l'affect”*), reposerait sur des mouvements émotionnels et serait tournée vers l'auditoire ». Le *“logos”*) d'un côté, le *“pathos”* de l'autre¹¹ ». Delà nous distinguons les deux termes ; la conviction fait référence aux processus mentaux du public alors que la persuasion s'intéresse à ses émotions.

1.2 Le pathos procédé argumentatif

En fait, il y a deux théories modernes opposées par rapport au pathos. Certains théoriciens voient que le pathos est un obstacle devant l'argumentation que la considèrent une faculté relative seulement à la raison en excluant le rôle des sentiments qui sont, à leur vue, un parallogisme

¹⁰ Plantin, Christian, « *Les raisons des émotions* », pp.1-29, consulté le 15 Juin 2018 sur le site électronique URL : www.icar.cnrs.fr/pageperso/cplantin/documents/1998a.doc

¹¹ Charaudeau, Patrick, « *Le discours politique, les masques des pouvoirs* », *loc.cit.*

déformant les réalités comme dans le livre d'Amossy : « *Les tenants de la pragma-dialectique s'alignent ici sur les positions de la logique informelle, qui voit dans les passions une source d'erreur et les pourchassent dans l'étude des paralogismes*¹² ». Celui de Charaudeau : « *Les uns en effet, ...défendent l'idée qu'il existe une logique argumentative, que l'argumentation est quand même une activité de la raison, et que dans ces conditions l'expression de la passion ne peut être que source de dévoiement de cette activité. Ainsi serait-il possible de dresser une liste des 'paralogismes'*¹³ ».

De même, l'école anglo-saxonne et celle d'Amsterdam privilégient le logos que le pathos mettant en valeur la rationalité dans l'argumentation : « *les arguments sollicitant les passions sont-ils des fallacies (ou des arguments fallacieux) qui s'apparentent aux sophismes et qu'il convient d'éliminer de tout raisonnement*¹⁴ ».

Toutefois, des autres voient que le pathos est un schème argumentatif inévitable ayant la même influence du logos ou peut-être plus en parvenant aux jugements ; ils voient que « *les émotions et les passions, de par leur nature même, peuvent prendre un tel empire qu'elles dominent entièrement les capacités rationnelles*¹⁵ ». En plus, il y a d'autres notent que « *il convient de tenter de catégoriser les passions et de les intégrer au processus argumentatif* ».

¹² Amossy, Ruth, *op.cit.*, p.202

¹³ Charaudeau, Patrick, « *Le discours politique, les masques des pouvoirs* », *op.cit.*, p.63

*Auteur chez la Revue électronique « Argumentation et analyse du discours ». D'après

<https://journals.openedition.org/aad/592>

¹⁴ Marc, Bonhomme, « *'Pathos'* », *Publictionnaire, Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*, mise en ligne le 3 avril 2017, consulté le 25 juillet 2018 sur le site électronique URL : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/pathos/>

¹⁵ Amossy, Ruth, *loc.cit.*

car celles-ci participent de la construction des jugements¹⁶».

Dans cet égard, Christian Plantin plaide de rôle des émotions au cours de l'argumentation en disant que « *Pour la théorie rhétorique, il est impossible d'étudier l'argumentation en négligeant les émotions qui sont attachées aux situations argumentatives de base, le débat politique et la confrontation judiciaire¹⁷».*

D'ailleurs, l'école américaine représentant dans le théoricien Douglas Walton qui indique dans son livre, *The Place of Emotion in Argument* que l'appel aux émotions est légitime dans le discours produisant la persuasion chez l'auditoire : « *l'appel à l'émotion est légitime, voire important, prenant une place dans le dialogue persuasif¹⁸»*, (je traduis). Pourtant il met en garde que ces émotions doivent être utilisées attentivement afin qu'elles ne soient pas de paralogismes : « *mais elles doivent être traitées avec précaution car elles peuvent également être utilisées d'une manière fallacieuse¹⁹».*

Dans son livre, Walton aborde quatre types d'émotions sur lesquels l'oratoire doit mettre l'accent. Ce sont l'appel au sentiment populaire (*ad populum*), l'appel à la pitié (*ad misericordiam*), l'appel à l'attaque de l'adversaire (*ad hominem*) et l'appel à la menace (*ad baculum*), « *ce qui, en commun entre ces quatre, est clairement l'appel aux émotions²⁰»*, (je traduis). À sa visée, Walton montre que ces émotions ont un grand effet argumentatif

¹⁶ Charaudeau, Patrick, « *Le discours politique, les masques des pouvoirs* », loc.cit.

¹⁷ Plantin, Christian, « L'argumentation », Paris, P.U.F, 2005, p. 83

¹⁸ Walton, Douglas, « *The Place of Emotion in Argument* », The Pennsylvania State University Press University Park, Pennsylvania, 1992, p.1, « *appeals to emotion have a legitimate, even important, place as arguments in persuasion dialogue* ».

¹⁹ Ibid., « *but that they need to be treated with caution because they can also be used fallaciously* »

²⁰ Ibid., p.2, « *what the four most obviously have in common is that they are all appeals to emotions* ».

dans le discours politique. Cependant, leurs influences s'arrêtent sur la capacité rhétorique de l'orateur d'en faire l'attention : « *comme des outils argumentatifs plus émouvants, tous dépendent de la capacité du sujet parleur d'exploiter les sentiments et les bais d'un auditoire visé*²¹ », (je traduis).

1.2.1 L'argument *ad populum*

Pour Douglas Walton, l'argument *ad populum* est un appel aux sentiments de foule pour que l'orateur puisse prouver ce qu'il prétend. Quant à Irving Copi*, il est « *une tentative pour gagner l'assentiment populaire d'une conclusion par susciter les sentiments et l'enthousiasme de foule*²² », (je traduis). Dans cette perspective, Walton affirme qu'il préconise le discours enthousiaste en tant qu'ayant des arguments corrects et valides, et signale que « *l'enthousiasme n'est pas un paralogisme*²³ », (je traduis).

D'ailleurs, Walton indique que l'utilisation de l'argument *ad populum* au sein des discours est raisonnable et légitime pour atteindre l'objectif que l'orateur s'efforce à le réaliser quand il s'adresse à ses partisans, « *afin d'établir ce sentiment de communion entre le locuteur et le public et d'accroître l'intensité de l'adhésion aux valeurs du groupe, le locuteur doit*

²¹ Walton, Douglas, «*The Place of Emotion in Argument*», op.cit., p.2 «*As powerfull techniques of argumentation, all of them are based on a speaker's capability to rouse and exploit the sentiments and prejudices of a target audience* ».

* Irving Copi est un professeur émérite de philosophie à l'Université d'Hawaii à Manoa aux États-Unis. D'après <https://users.drew.edu/~jlenz/brs-obit-copi.html>

²² Walton, Douglas, «*Philosophy and Rhetoric*», Vol. 13, No. 4, Fall 1980. Published by the Pennsylvania

State University Press, University Park and London, p.269, «*the attempt to win popular assent to a conclusion by arousing the feelings and enthusiasms of the multitude*».

²³ *Ibid.*, p.270 «*Enthusiasm is not fallacious* ».

vraisemblablement faire appel aux émotions pour encourager l'audience²⁴», (je traduis).

Néanmoins, certains théoriciens dénoncent la subjectivité de l'argument *ad populum* en le considérant irrationnel et reflète l'individualité de l'orateur en sorte qu'il entrave ou aille à l'encontre de l'objectif du dialogue. À cet égard, Walton met en relief le discours épидictique* dans lequel un candidat ou bien un président s'intéresse à capter l'attention de son auditoire par susciter ses émotions en soulignant que, « *L'objectif n'est pas de résoudre un conflit d'opinions sur une question controversée de la politique publique actuelle ou du besoin d'action. Au lieu de cela, un orateur, dans des cérémonies comme funérailles, une journée de commémoration ou un jour férié, prononce un discours émouvant visant à exprimer, à solidifier ou à réaffirmer les valeurs spirituelles du groupe d'une manière expressive et esthétique*²⁵ », (je traduis).

Donc, à travers cette citation, Walton exprime que les émotions représentent une technique incontrôlable par rapport au discours politique pour manipuler la foule et de semer l'esprit de l'enthousiasme chez son auditoire et en même temps sont loin d'être un paralogisme : « *l'argument ad*

²⁴ Walton, Douglas, «*The Place of Emotion in Argument*», op.cit., p.92 « *in order to establish this sense of communion between speaker and audience and to increase the intensity of adherence to group values, the speaker must presumably make emotional appeal to stir the audience* ».

* le discours épидictique est un discours cérémonial.

²⁵ Walton, Douglas, «*The Place of Emotion in Argument*», op.cit., p.91, «*The aim is not to resolve a conflict of opinions on some disputed issue of current public policy or need of action. Instead, a single speaker, on some ceremonial occasions, like a funeral, a memorial day, or a special holiday, delivers a stirring emotional speech whose aim is to express, solidify, or reaffirm group spiritual values in an expressive, aesthetically pleasing way*».

*populum n'est contre le but du dialogue. Il est utilisé pour achever ce but*²⁶», (je traduis).

Alors, nous présentons des extraits de discours des candidats constatant à quel point ils en dépendent de faire appel à l'enthousiasme.

Lors de son discours intitulé “*Ensemble, la République*”, en 1^{er} mai, M. Macron invite le peuple français à assumer sa responsabilité pour défendre des valeurs de la République et confronter le projet de l'extrême : « *Le 7 mai prochain, forts de cela, nous avons donc une responsabilité immense...nous devons à la fois avoir l'esprit de résistance et l'esprit de renaissance. L'esprit de résistance pour défendre nos valeurs et nos intérêts, face aux partis d'extrême droite. Et l'esprit de renaissance pour bâtir la France et la République que nous voulons*²⁷ ». Ici, il essaie de susciter la sensation de l'enthousiasme chez ses partisans en affirmant que l'esprit de résistance sera le certificat de renaissance du pays.

Madame Le Pen, de sa part, réaffirme dans son dernier discours avant le deuxième tour des élections sur les valeurs de l'unité nationale et incite les Français à saisir leurs principes en affrontant les dangers d'immigration et de capitalisme qui frappent le pays sous le quinquennat d'Hollande : « *Cette voie à laquelle je vous convie c'est celle de la réaffirmation du sentiment national qui unit tous les français et tout particulièrement dans les situations de péril*²⁸ ».

²⁶ Ibid., p.92, «*The ad populum appeal does not go against the goal of the dialogue. It is the means used to achieve the goal*».

²⁷ Macron, Emmanuel, « *Ensemble, La République !* », 1er mai 2017, Paris Event Center, op.cit., p.2

²⁸ Le Pen, Marine, « *Dimanche, choisissez la France !* », loc.cit.

De même, Fillon met en valeur l'héritage de la nation française qui est brillante au fil des siècles. En plus, il rend hommage aux militants de la France de l'actualité qui sont les français eux-mêmes en signalant à son auditoire : « *Hommage devait être rendu aux militants de la France que vous êtes. Vous êtes la France qui vient de loin, héritiers d'un passé toujours présent. La France des paysans, la France des cathédrales, des châteaux...* »²⁹.

1.2.2 L'argument *ad misericordiam*

Chez Walton, « *l'argument ad misericordiam est un appel à la pitié pour appuyer sa conclusion* »³⁰, (je traduis), cela vaut dire que l'orateur a recours à la compassion afin de persuader son auditoire. En fait, la définition précédente se ressemble à celle de Michalos*, l'argument *ad misericordiam* prend place « *Quand on essaie de persuader quelqu'un d'accepter un point de vue particulier en suscitant sa sympathie ou sa compassion* »³¹, (je traduis).

Dans son livre, Walton conclut qu'on ne peut pas juger dans l'absolu que l'argument *ad misericordiam* est un paralogisme en soulignant « *dans certains cas, il est peut-être un type d'argumentation* »³², (je traduis).

D'ailleurs, d'après le Centre Nationale de Ressources Textuelles et Lexicales, la pitié est un « *Sentiment d'affliction que l'on éprouve pour les*

²⁹ Fillon, François, « *Discours de Trocadéro* », loc.cit.

³⁰ Walton, Douglas, « *The Place of Emotion in Argument* », op.cit., p.91, « *ad misericordiam is an argument that appeals to pity to support its conclusion* ».

* Alex C. Michalos est Professeur Émérite en sciences politiques de l'Université du nord de la Colombie-Britannique. https://www.researchgate.net/profile/Alex_Michalos

³¹ Walton, Douglas, « *The Place of Emotion in Argument* », op.cit., p.91 « *When one tries to persuade someone to accept a particular view by arousing his sympathy or compassion* »

³² Walton, Douglas, « *Appeal to pity: A Case Study of the Argumentum Ad Misericordiam* », p.770, « *in some cases, it can a reasonable kind of argumentation* », consulté le 05 août 2018 sur le site électronique URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/BF00744757>

*maux et les souffrances d'autrui, et qui porte à les (voir) soulager ; disposition à éprouver ce sentiment*³³». Alors, nous voyons explicitement comment se sympathiser les candidats avec les soucis des Français lors leurs campagnes électorales.

Nous constatons que l'argument *ad misericordiam* est bien représenté dans les discours de M. Macron qui est vraiment impressionné à Marseille par les conditions difficiles de certaines familles, aux quartiers de nord Marseille et de Calais, qui souffrent de la pauvreté et du chômage. C'est pourquoi il s'engage à leur donner la priorité d'intérêt en cas de s'élire président de la République : *« j'ai entendu les mamans, les mamans des quartiers qui sont là.... J'étais à Calais, dans un autre quartier pauvre, touché par le chômage de masse depuis tant et tant d'années. La pauvreté, l'enfermement social, il existe sous toutes ses formes dans notre pays*³⁴». Mais en même temps, il dénonce la négligence de la part du gouvernement pendant des années envers ces familles pauvres qui sont aux yeux des citoyens du second degré : *« le problème, c'est qu'on enferme à certains moments une partie de la population parce qu'elle est pauvre, parce qu'on décide qu'elle n'a plus les mêmes droits*³⁵».

Madame Le Pen fait appel également, à travers l'extrait suivant, à l'argument *ad misericordiam* puisqu'elle décide de faire entendre la voix des déprimés et de soutenir leurs besoins sans discrimination assurant qu'il n'y aura pas de place pour la hiérarchisation dans la société française et les tous seront égaux : *« Vous êtes la France des silencieux, je vais vous faire entendre*

³³ « Centre Nationale de Ressources Textuelles et Lexicales », Ortolang, dictionnaire électronique, consulté le 05 août 2018 sur le site électronique URL: <http://www.cnrtl.fr/definition/pitie>

³⁴ Macron, Emmanuel, « Discours à Marseille », *Loc.cit.*

³⁵ *Ibid.*, p.5

! Vous êtes la France des oubliés, je vais vous mettre en pleine lumière. Et je refuse une France à deux vitesses. Il ne doit pas y avoir de citoyens de 1ère et de 2ème classe. Notre nationalité nous met tous à égalité³⁶».

En effet, l'argument *ad misericordiam* a trouvé sa place au sein des discours de M. Fillon qui s'apparaît ému de dégradation croissante sur l'échelle économique et aussi bien sociale que France a vécu pendant le quinquennat de M. Hollande. En plus, il est désolé pour les nouvelles générations qui seront privés d'une éducation à bonne qualité, des emplois et aussi d'un avenir prometteur ; *« Au-dedans c'était la crise, et l'on continuait à dériver comme un bâton au fil de l'eau. Six millions de chômeurs, neuf millions de pauvres, une jeunesse en déshérence, un pays qui doute, des Français qui se divisent, la haine qui s'installe³⁷».*

1.2.3 L'argument *ad hominem*

Selon Charaudeau, l'argument *ad hominem* est tout ce « *qui met en cause la probité de l'adversaire, ses contradictions, son incapacité à tenir des promesses, ses alliances néfastes, sa dépendance vis-à-vis de l'idéologie de son parti qui lui hôte toute liberté de parole et d'action³⁸* ». Alors, nous apercevons que chaque candidat tente de stigmatiser son adversaire mettant au point ses disqualifications et ses points de faiblesse ou bien relever les contradictions dans son discours. Ainsi est-il intéressant que nous voyons l'un mépriser l'autre comme tentative de baisser sa popularité. Donc, *« Le sujet politique, en position d'avoir à combattre un adversaire, doit rejeter les*

³⁶ Le Pen, Marine, «Réunion publique à Pageas», *op.cit.*, p17/18

³⁷ Fillon, François, «Discours de Trocadéro», *op.cit.*, p.4

³⁸ Charaudeau, Patrick, «Le discours politique, les masques des pouvoirs», *op.cit.*, p.71

*valeurs opposées à celles qu'il préconise, en montrant par une bonne argumentation quels sont la faiblesse et le danger de ces idées*³⁹».

Pour Amossy, « *l'argument ad hominem est l'une des armes privilégiées du discours polémique* ⁴⁰ ». Dans ce contexte, elle le décrit comme arme essentielle, voire préférée aux mains du sujet parlant qui l'utilise de temps en temps pour gagner la bataille et détruire l'ethos de son adversaire : « *l'argument ad hominem est un argument qui porte sur l'ethos de l'adversaire plutôt que sur la teneur de ses propos* ⁴¹ ». De même, Gilles Gauthier donne la même définition de l'argument *ad hominem*. À son point de vue, « *les opposants cherchent au moins autant à attaquer et à incriminer leurs adversaires qu'à promouvoir leur propre personne et qu'à traiter d'idées et positions politiques* ⁴² ».

Ainsi distingue Gauthier trois types de l'argument *ad hominem* à savoir ; « *logique (portant sur une inconsistance formelle), circonstanciel (portant sur une incohérence pragmatique) et personnel* ⁴³ ». Toutefois, Manfred Kienpointner* montre qu'il y a quatre types selon Douglas Walton : circonstanciel, direct, biaisé et situationnel disqualifiant : « *Les ad hominem circonstanciels sont ceux qui relèvent une incohérence ou une contradiction entre ce qu'on dit et ce qu'on fait. Les arguments « ad hominem directs » (dits*

³⁹ Charaudeau, Patrick, « *Le discours politique, les masques des pouvoirs* », *op.cit.*, p.71

⁴⁰ Amossy, Ruth, *op.cit.*, p.165

⁴¹ *Ibid.*, p.166

⁴² Gauthier, Gilles, « *L'argument ad hominem politique est-il moral ? Le cas des débats télévisés. In: Communication. Information Médias Théories* », volume 18 n°2, automne 1998. pp. 70-87, consulté le 06 août 2018 sur le site électronique URL: https://www.persee.fr/doc/comin_1189-3788_1998_num_1821828

⁴³ *Ibid.*

* Manfred Kienpointner et un Auteur chez la Revue électronique “Argumentation et analyse du discours”. D’après <https://journals.openedition.org/aad/1785>

aussi « abusifs ») blâment le caractère, la compétence ou la morale de l'adversaire. Les arguments « *ad hominem* biaisés » critiquent la partialité d'une personne. Enfin, les arguments «*ad hominem* situationnellement disqualifiants » tentent de montrer qu'une personne se trouve dans une situation dans laquelle elle ne peut émettre de jugement valable⁴⁴».

Donc, nous observons ces sous-types d'arguments *ad hominem* auprès des discours de candidats présidentiels et comment ils en bénéficient.

L'argument « *ad hominem* direct » se montre dans cet extrait de discours de Macron lors de la fête de 1^{er} mai. En fait, il critique fortement le projet de sa concurrente, Madame Le Pen, et son parti le Front National qui ne porte que la haine et le désordre aux français. À son point de vue, il est vraiment un projet national extrémiste, réactionnaire et autoritaire. Encore, consacre le projet du Front National la fermeture et le refus de l'autre car il est contre l'Europe, l'immigration et la diversité culturelle : « Avec leur parti, Front National, ils guettent depuis si longtemps l'effondrement que nous vivons pour en tirer profit. Ils utilisent la colère. Ils propagent le mensonge. Depuis des décennies, ils attisent la haine, fomentent les divisions, imposent leur discours de discrimination⁴⁵ ».

Madame Le Pen dépend des arguments « *ad hominem* situationnellement disqualifiants » en dénonçant le projet de M. Fillon et celui de M. Macron. Elle a accusé M. Fillon qu'il avait mal dirigé les biens de l'État quand il était

⁴⁴ Manfred Kienpointner, «La liberté ou la mort. Les arguments émotionnels dans les Philippiques de Cicéron», *Argumentation et Analyse du Discours* [En ligne], consulté le 07 août 2018 sur le site électronique URL: <http://aad.revues.org/1786> ; DOI : [10.4000/aad.1786](https://doi.org/10.4000/aad.1786)

⁴⁵ Macron, Emmanuel, « Ensemble, La République ! », 1er mai 2017, Paris Event Center, *loc.cit.*

Premier Ministre et il avait suivi une stratégie scandaleuse qui engendre de conséquences néfastes sur l'économie, « *Il fera ce qu'il a déjà fait lorsqu'il était Premier Ministre : une politique économique calamiteuse (qui a généré 600 milliards de dette supplémentaire pendant les cinq années qu'il a passé au pouvoir) et une dégradation continue de tous les services de l'État* ⁴⁶ ». De même, M. Macron, pour elle, n'est que l'héritier de M. Hollande, « *Un quinquennat dont Emmanuel Macron est à la fois comptable et coupable : il a été le conseiller économique de François Hollande, le secrétaire général adjoint de l'Elysée, puis Ministre de l'économie....*

Macron, continuateur du vieux système et du quinquennat Hollande ⁴⁷ ».

C'est le même cas chez M. Fillon qui s'intéresse aux arguments « *ad hominem circonstanciels* », en faisant le point de projet de l'alternance de Macron, qui est à l'encontre de ce qu'il avait déjà fait quand il était Ministre au gouvernement de M. Hollande, « *J'ai vu qu'Emmanuel Macron se présentait comme le candidat de « l'alternance profonde ». Voilà bien une pensée de sous-marin. La France d'Emmanuel Macron, c'est la France de maintenant* ⁴⁸ ». Pareillement, il utilise l'argument « *ad hominem situationnellement disqualifiant* » estimant que M. Macron sera indécis devant n'importe quelle décision en cas de devenir président, « *Et la France sera la grande perdante. Encore 5 ans de demi-mesures. Encore 5 ans d'occasions manquées. 5 ans passés à chercher des majorités éphémères qui s'effondreront devant la moindre décision importante. 5 ans en marche*

⁴⁶ Le Pen, Marine, « Réunion publique à Pageas », loc.cit.

⁴⁷ Le Pen, Marine, « Dimanche, choisissez la France ! », loc.cit.

⁴⁸ Fillon, François, « Discours à Porte de Versailles », loc.cit.

arrière !⁴⁹». Alors, Fillon stigmatise du nom du mouvement “En Marche” de Macron en disant qu’il va marcher arrière et ne portera rien au peuple.

1.2.4 L’argument *ad baculum*

L’argument *ad baculum* est un appel à la menace ou à la force pour orienter la foule à certaine idée : « *l’argument ad baculum est un argument qui fait appel à la menace, à la force ou à la peur pour appuyer sa conclusion* ⁵⁰», (je traduis). Dans certains cas, l’orateur attise les sentiments de peur chez son auditoire pour maintenir sa volonté et après sa décision. D’ailleurs, Walton le considère un argument par conséquence comme mentionné dans le livre d’Amossy : « *les arguments de l’appel à la peur ont une structure, en tant qu’espèces d’argumentation par les conséquences* ⁵¹».

De même, selon Amossy, l’argument *ad baculum* est une sorte de la raison pratique ayant une structure argumentative inclue des prémisses et une conclusion, « *Dans le cas présent, on peut relever une structure qui comprend deux prémisses et une conclusion* ⁵²».

Alors, nous apercevrons le schème argumentatif de l’argument *ad baculum* auprès le corpus.

Chez Macron, nous trouvons la prémisse de l’argument *ad baculum* qu’il en dépend en s’adressant aux Français ; ils doivent combattre le projet de Madame Le Pen dans les urnes sinon les résultats seront non favoris car ce projet n’offrira au pays que l’isolement et l’appauvrissement (conclusion) :

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Walton, Douglas, «*The Place of Emotion in Argument*», loc.cit., «*An argumentum ad baculum is an argument that appeals to threat, or force, or fear, to support its conclusion* ».

⁵¹ Amossy, Ruth, op.cit., p.204

⁵² Amossy, Ruth, op.cit., p.204

« il faut les défaire dans les urnes... c'est un projet réactionnaire, autoritaire, anti-européen, nationaliste, c'est un projet dangereux pour notre pays et c'est un projet, comme nous l'avons compris hier soir, qui ne porte rien, qui n'a aucune proposition pour le pays !⁵³ ».

Quant à Madame Le Pen, les deux composants de l'argument ad baculum (la prémisse et la conclusion) s'apparaissent dans le choix des Français de leur prochain président pour ne pas reproduire l'ancien système qui était responsable de la dégradation économique et sécuritaire du pays : « *Les Français doivent en prendre conscience et faire les choix qui s'imposent. Nous ne pouvons reconduire au pouvoir des anciens ministres, ou anciens Premier ministres, qui sont comptables de ces bilans catastrophiques. Pouvoir d'achat, chômage, dette, insécurité, terrorisme, immigration : tout est mauvais*⁵⁴ ».

De son côté, Fillon fait la prémisse de cet argument par prévenir ses partisans de ne pas être une proie à l'inquiétude ou à la colère en sorte qu'ils ne donnent à personne l'occasion d'enlever leur liberté et leur démocratie (conclusion) : « *Mais mes amis, vous ne devez pas céder à l'inquiétude ou à la colère. Vous devez les transformer en une formidable énergie pour célébrer et chérir cette France que nous aimons par-dessus tout*⁵⁵ ».

Conclusion

En un mot, nous pouvons dire à la fin de ce chapitre que l'orateur a deux identités qui font montrer sa personnalité : l'identité sociale et l'identité

⁵³ Macron, Emmanuel, « Discours à Albi », *loc.cit.*

⁵⁴ Le Pen, Marine, « Réunion publique à Pageas », *loc.cit.*

⁵⁵ Fillon, François, « Discours de Trocadéro », *op.cit.*, p.7

discursive. La première lui donne la légitimité de se trouver sur la scène et de parler devant les foules tandis que la deuxième présente ses caractéristiques rhétoriques. Effectivement, les trois composantes de l'identité discursive (ethos, pathos et logos) forment le contenu et les dimensions du discours politique par lequel l'orateur mobilise son auditoire et fait agir sur lui. C'est pourquoi chaque candidat pendant sa campagne électorale cherche à manipuler le public des électeurs soit par exporter une image plaisante de soi-même, soit par persuader ou soit par convaincre.

Bibliographie

I. Corpus :

- Fillon, François, « *Discours de Trocadéro* », le 5 Mars 2017, Paris à Place de Trocadéro, Discours en ligne sur le site électronique URL : <http://www.lesrepublikains67.eu/2017/03/francois-fillon-discours-du-trocadero/>
- Fillon, François, « *Discours à Porte de Versailles* », Discours en ligne sur le site électronique URL: <http://www.lesrepublikains67.eu/2017/04/discours-de-francois-fillon-au-grand-rassemblement-porte-de-versailles/>
- Macron, Emmanuel, « *Discours à Marseille* », 1er Avril 2017, Palais de Congrès, Discours en ligne sur le site électronique URL : <https://en-marche.fr/articles/discours>
- Macron, Emmanuel, « *Ensemble, La République !* », 1er mai 2017, Paris Event Center, Discours en ligne sur le site électronique URL : <https://en-marche.fr/articles/discours>
- Macron, Emmanuel, « *Discours à Albi* », 4 Mai 2017, Place du Vigan,

Discours en ligne sur le site électronique URL : <https://en-marche.fr/articles/discours>

- Le Pen, Marine, « *Réunion publique à Pageas* », 17 Avril 2017, à Pageas,

Discours en ligne sur le site électronique URL :

<http://www.frontnational.com/videos/reunion-publique-de-marine-le-pen-a-pageas-13042017/>

- Le Pen, Marine, « *Dimanche, choisissez la France !* », 5 Mai 2017,

Discours en ligne sur le site électronique URL :

<http://www.frontnational.com/videos/dimanche-choisissez-la-france-marine-2017/>

II. Ouvrages linguistiques :

- Amossy, Ruth, « *L'argumentation dans le discours* », Armand Colin, Paris, 2010
- Centre Nationale de Ressources Textuelles et Lexicales », Ortolang, dictionnaire électronique, consulté le 05 août 2018 sur le site électronique URL: <http://www.cnrtl.fr/definition/pitie>
- Charaudeau, Patrick, « *Le discours politique, les masques des pouvoirs* », Vuibert, Paris, 2005
- Charaudeau, Patrick, Maingueneau, Dominique, « *Dictionnaire d'analyse du discours* », Seuil, Paris, 2002
- EviKafetzi, « *L'ethos dans l'argumentation : le cas du face à face Sarkozy/Royal 2007* », Université de Lorraine, p.55/56, URL : http://docnum.univlorraine.fr/public/DDOC_T_2013_0053_KAFETZI.pdf (thèse de doctorat)
- Gauthier, Gilles, « *L'argument ad hominem politique est-il moral ? Le cas*

- des débats télévisés. In : Communication. Information Médias Théories », volume 18 n°2, automne 1998, Article en ligne sur le site électronique URL : https://www.persee.fr/doc/comin_1189-3788_1998_num_1821828*
- Marc, Bonhomme, « ‘‘Pathos’’, *Publicationnaire, Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*», Article en ligne sur le site électronique URL : <http://publicationnaire.huma-num.fr/notice/pathos/>
 - Manfred Kienpointner, « *La liberté ou la mort. Les arguments émotionnels dans les Philippiques de Cicéron*», *Argumentation et Analyse du Discours*, Article en ligne sur le site électronique URL: <http://aad.revues.org/1786> ; DOI : [10.4000/aad.1786](https://doi.org/10.4000/aad.1786)
 - Plantin, Christian, « *L’argumentation* », Paris, P.U.F, 2005
 - Plantin, Christian, « *Les raisons des émotions* », Article en ligne sur le site électronique URL : www.icar.cnrs.fr/pageperso/cplantin/documents/1998a.doc
 - Walton, Douglas, «*The Place of Emotion in Argument*», The Pennsylvania State University Press University Park, Pennsylvania, 1992
 - Walton, Douglas, «*Philosophy and Rhetoric*», Vol. 13, No. 4, Fall 1980. Published by the Pennsylvania State University Press, University Park and London
 - Walton, Douglas, «*Appeal to pity: A Case Study of the Argumentum Ad Misericordiam*», Article en ligne sur le site électronique URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/BF00744757>