

Le Discours Argumentatif d'Emmanuel Macron Lors de la Crise du Coronavirus

par

Dr. Magdi Adli Ahmed ALI

**Professeur adjoint
à la Faculté de Langues et de Traduction
Département de français – Université de l'Azhar**

**Kafr El Sheikh
2023**

**Emmanuel Macron's argumentative speech
during the coronavirus crisis**

Magdi Adli Ahmed ALI

French Department, Faculty of Languages and Translation, University of Al-Azhar, Cairo - Egypt

Email: MagdiAdli.2010@azhar.edu.eg

ABSTRACT:

In this research, we highlighted the argumentative speech of French President Emmanuel Macron during the Corona crisis which swept everyone in general and France in particular. We reviewed Perelman's theory of argumentation while focusing on its concept and types. Then, we highlighted the self-image "ethos" by which Macron presented himself as the leader of the nation bearing his responsibilities before his people. We also highlighted the different arguments used by Macron in his "pathos and logos" speech so that he can influence, persuade and control his listeners. We discussed many rhetorical methods, which had a dual role: they make the speech artificial and flowery on the one hand, and the argumentative role they play on the other hand. therefore, they help to clearly convey the speaker's message and easily spread enthusiasm in the souls of his listeners.

Keywords: Macron, discours, argumentation, arguments, figures du discours.

الخطاب الحجاجي لإيمانويل ماكرون خلال أزمة فيروس كورونا

مجدي عدلي احمد علي

قسم اللغة الفرنسية – كلية اللغات والترجمة - جامعة الأزهر - القاهرة - مصر

البريد الإلكتروني : MagdiAdli.2010@azhar.edu.eg

الملخص :

تناولنا في هذا البحث الخطاب الحجاجي للرئيس الفرنسي إيمانويل ماكرون خلال أزمة كورونا التي عصفت بالعالم بشكل عام وفرنسا بشكل خاص. وقد استعرضنا نظرية الحجاج عند بيرلمان مع التركيز على مفهومها وأنواعها. ثم ألقينا الضوء على "صورة الذات" التي قدم بها ماكرون نفسه كقائد للأمة يتحمل مسؤولياته أمام شعبه. كما ألقينا الضوء على الحجج المنطقية والعاطفية التي استخدمها ماكرون في خطابه حتى يتمكن من التأثير على مستمعيه وإقناعهم والسيطرة عليهم. وقد ناقشنا العديد من الأساليب البلاغية، التي كان لها أكثر من دور في التأثير على الفرنسيين : فهي تجعل الخطاب بليغا ومنمقا من جهة، وتلعب دورا حجاجيا من جهة أخرى. ولذلك فهي تساعد على إيصال رسالة المتحدث بوضوح وبث الحماس بسهولة في نفوس مستمعيه.

كلمات مفتاحية : ماكرون ، خطاب ، الحجاج ، حجة ، اساليب بلاغية

- Introduction

L'argumentation est un type de la nouvelle rhétorique, à tel point qu'elle s'appelle parfois "la nouvelle rhétorique". Les débuts de cette théorie remontent au début de la seconde moitié du XXe siècle, lorsque ce terme a été lancé par Perelman dans son étude intitulée "*The New Rhetoric*". Ce livre est destiné à étudier et à analyser l'argumentation. Alors, quelle est la notion de l'argumentation? Et quels sont ses types ? Quel est son rapport à la langue ? Quels sont les idées et les principes les plus importants basés sur la théorie de l'argumentation ? quels sont les moyens rhétoriques employés par Macron pour affecter ses auditoires? Nous essaierons autant que possible de répondre à ces questions.

Nous devons, tout d'abord, prendre en considération que : "*argumenter, c'est donner de «bonnes» raisons ; argumenter, c'est produire un discours « rationnel » ; argumenter, c'est le contraire de « manipuler »*"¹.

L'argumentation est, en effet, un processus par lequel nous visons à inciter le destinataire à adopter une certaine position en ayant recours à des arguments visant à mettre en évidence cette position. C'est donc un processus dont le but est de convaincre et d'influencer l'autre.

¹) DOURY M., *Argumentation, analyser texte et discours*, A. Colin, Paris, 2021, p. 11

Dans cette recherche, nous verrons comment le Dirigeant français Emmanuel Macron a réussi à affronter la crise du coronavirus grâce à son discours argumentatif, ainsi que les diverses stratégies sur lesquelles il s'est appuyé pour influencer son peuple et l'avertir des dangers de la crise, et améliorer son image publique dégradée dans les yeux des Français. Alors, la méthode adoptée sera analytique centrée sur l'analyse de son discours argumentatif lors de la crise du coronavirus. Notre étude sera centrée sur les trois types de preuve rhétorique, la triade "ethos-pathos-logos". L'ethos repose sur "*l'image discursive de l'orateur*", le pathos repose sur "*la construction émotionnelle du discours*" et le logos "*repose principalement sur les raisonnements logiques qui sous-tendent le discours à visée persuasive*"². Nous aborderons également les techniques rhétoriques employées par Macron rendant son discours fleuri, argumentatif et efficace.

Notre corpus est formé de différents discours prononcés par le Dirigeant français Emmanuel Macron publiés sur le site officiel de l'Elysée : <https://www.elysee.fr/> et le site : <https://www.vie-publique.fr/>

1. le discours de 12 mars 2020 <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2020/03/12/adresse-aux-francais>
2. le discours de 16 mars 2020 <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2020/03/16/adresse-aux-francais-covid19>
3. le discours de 31 mars 2021 <https://www.vie-publique.fr/discours/279295-emmanuel-macron-31032021-covid-19>
4. le discours de 12 juillet 2021 : <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2021/07/12/adresse-aux-francais-12-juillet-2021>
5. le discours de 9 novembre 2021: <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2021/11/09/adresse-aux-francais-9-novembre-2021>

Ces différentes allocutions du Dirigeant Français jouent un rôle primordial dans l'identification de la crise et nous fournissent des informations strictes, une description précise et une explication complète de la crise du Corona à partir du 12 mars 2020 jusqu'au 09 novembre 2021. Elles nous informent clairement des dernières évolutions de la maladie et des efforts déployés par les spécialistes pour trouver une solution à cette crise sanitaire majeure qui frappe le pays. Elles démontrent également les mesures que doivent suivre les Français pour limiter la propagation de la maladie. "Tout en analysant le discours argumentatif de Macron, nous voulons voir : comment Emmanuel Macron a adapté-il son discours en

²) AMOSSY, R., *l'argumentation dans le discours*, A. Colin, Paris, 2016, p.145

fonction de la crise frappant la France? Comment il a poussé les Français à adopter des mesures excessives contre le coronavirus qui restreint leur liberté ?".

- L'argumentation chez Perelman

Perelman voit que l'objet de l'argumentation est *"l'étude des techniques discursives permettant de provoquer ou d'accroître l'adhésion des esprits aux thèses qu'on présente à leur assentiment"*³. L'adhésion est caractérisée, en effet, par la variété de son intensité : *"une argumentation efficace est celle qui réussit à accroître cette intensité d'adhésion de façon à déclencher chez les auditeurs l'action envisagée, ou du moins à créer, chez eux, une disposition à l'action, qui se manifestera au moment opportun"*⁴.

L'argumentation, ou la nouvelle rhétorique, est basée sur des techniques discursives, représentées par un ensemble de structures syntaxiques et stylistiques, de composants argumentatifs et d'éléments de preuve disposés de manière spécifique visant à stimuler l'esprit du destinataire et le pousser à adhérer et à se soumettre, ou plutôt à intégrer dans les thèses, les problématiques et les perceptions qui lui sont présentées. Elle a alors une fonction d'influence et de persuasion.

Il voit ainsi que les figures rhétoriques sont considérées, non seulement, comme de simples ornements qui contribuent à *"rendre le style artificiel et fleuri"*⁵, mais aussi comme une figure *"qui expose les choses d'une manière telle que l'affaire semble se dérouler et la chose se passer sous nos yeux"*⁶, c'est-à-dire comme *"une façon de décrire les événements qui les rend présents à notre conscient"*⁷. De là, nous ne pouvons pas nier *"son rôle éminent comme facteur de persuasion"*⁸. Elles ont alors un rôle argumentatif par excellence.

Perelman distingue également deux types d'argumentation : convaincante et persuasive : *"Pour qui se préoccupe du résultat, persuader est plus que convaincre. Par contre, pour qui est préoccupé du caractère rationnel de l'adhésion,*

³) PERLEMAN, CH. & OLBRECHTS-TYTECA, L., *Traité de l'argumentation, la nouvelle rhétorique*, Université de Bruxelles, Belgique, 1992, p. 59

⁴) idem

⁵) PERLEMAN, *Traité de l'argumentation, op.cit.*, p. 226

⁶) idem

⁷) idem

⁸) idem

*convaincre est plus que persuader*⁹". La conviction tient tantôt "*aux moyens employés*¹⁰" par l'orateur, tantôt "*aux facultés auxquelles on s'adresse*¹¹". Elle est alors fondée sur les procédés, les facultés et tous les éléments considérés comme rationaux. Elle fait appel à la raison tout en employant des arguments logiques. Tandis que la persuasion tient à tout ce qui n'a rien à voir avec la raison. Elle est centrée sur les sentiments et les affections. C'est-à-dire, elle fait appel aux sentiments ayant recours aux arguments qui touchent et affectent les cœurs. En d'autres termes, nous disons que la conviction a recours à une preuve objective, tandis que la persuasion a recours à une preuve émotionnelle.

- Types de preuve rhétorique

Il existe une différence entre les doubles "conviction-persuasion". La conviction s'adresse aux "*facultés intellectuelles*¹²", alors que la persuasion s'adresse au "*cœur*¹³". De là, dans son processus discursif, Macron insiste, tantôt sur la conviction rationnelle, tantôt sur la mobilisation des passions et des émotions. Le discours convaincant ou persuasif de Macron repose sur trois types de preuve rhétorique : "*la preuve éthique (ethos), la preuve pathétique (pathos), la preuve logique (logos)*¹⁴".

- L'ethos

Signalons que le discours joue un rôle essentiel dans la production de la confiance chez les auditoires, et de là, "*l'orateur construit par son énonciation une représentation oratoire de sa personne qui façonne la situation d'argumentation*¹⁵". Ce qui en effet rend les orateurs digne de confiance : "*a) si leurs arguments et leurs conseils sont compétents, raisonnables et délibérés, b) s'ils sont sincères, honnêtes et équitables et c) s'ils montrent de la solidarité, de l'obligance et de l'amabilité envers leurs auditeurs*¹⁶". Nous voyons alors que les dimensions stratégiques et morales de l'ethos sont indissociables.

⁹) PERLEMAN, *Traité de l'argumentation, op.cit.*, p. 35

¹⁰) idem

¹¹) idem

¹²) AMOSSY, R., *l'argumentation dans le discours, op.cit.*, p.211

¹³) idem

¹⁴) DOURY M., *Argumentation, analyser texte et discours, op.cit.*, p. 148

¹⁵) DECLERCQ, G., *l'art d'argumenter : structures rhétoriques et littéraires*, Éditions universitaires : Mame, Paris, 1992, 47

¹⁶) AMOSSY, R., *l'argumentation dans le discours, op.cit.*, p.84

L'objectif de ces discours en question consiste à mettre la crise du coronavirus en évidence en tant que problème sanitaire mondial et national qui suscite des inquiétudes. A travers ces discours, le dirigeant français essaie de construire "*son ethos*". Ce mot "ethos" se traduit en général par "caractère", c'est-à-dire : "*le caractère moral (de l'orateur) qui amène la persuasion, quand le discours est tourné de telle façon que l'orateur inspire la confiance*¹⁷". Il renvoie à la production de "*l'image de soi*" liée au caractère convaincant de l'image construite par l'orateur de lui-même. Nous pourrions donc dire que "*cette image est produite par le discours*¹⁸" et reflète "*les effets produits sur l'auditoire par l'image que l'orateur construit de lui-même à travers son discours*¹⁹". L'ethos est, en effet, relatif à l'éthique et représente "*les qualités liées à la personne même de l'orateur, c'est l'image qu'il donne de lui auprès du public*²⁰". Il est ainsi considéré comme l'élément essentiel de l'argumentation. Aussi, l'orateur doit posséder plusieurs caractéristiques ayant un impact positif et efficace sur ses auditeurs tels que "*ton de la voix, débit de la parole, choix des mots et arguments, gestes, mimiques, regard, posture, parure, vestimentaires etc.*²¹". Pour exercer son influence, L'orateur devrait s'adapter à ses auditoires tentant d'imaginer aussi précisément que possible leur regard des choses.

Dans son discours, Macron a eu recours à la première personne du locuteur plus d'une fois sous différentes formes : pronom sujet "Je", et déterminants : "mon, ma, mes, moi ...".

- pronom sujet "Je" : "*J'ai, bien entendu, ce soir, avant toute chose, une pensée émue et chaleureuse pour les familles et les proches de nos victimes (12 mars 2020)*", "*Je veux aussi, ce soir, saluer le sang-froid dont vous avez fait preuve. (12 mars 2020)*".

D'après cette opération discursive, Macron cherche à se donner une image susceptible de renforcer l'acceptabilité de la question qu'il défend faisant appel aux sentiments et ayant recours aux arguments qui touchent et affectent les cœurs. Il essaie d'éliminer toutes les impressions négatives concernant sa personnalité devant ses auditeurs.

¹⁷) Ibid., p.83

¹⁸) Idem

¹⁹) DOURY M., *Argumentation, analyser texte et discours, op.cit.*, p.155

²⁰) ROBRIEUX J., *Rhétorique et argumentation*, A. Colin, Paris, 2000, p.17

²¹) DECLERCQ G., *l'art d'argumenter : structures rhétoriques et littéraires op.cit.*, p.48

- déterminants : "*mon, ma, mes, moi ...*" : "*mes chers compatriotes. (12 mars 2020)*", "*Mon premier message est ainsi un appel. (9 novembre 2021)*", "*Ma deuxième conviction, c'est que nous avons vu la force durant cette crise de notre modèle social. (12 juillet 2021)*", "*Le Gouvernement et moi-même serons là, nous prendrons toutes nos responsabilités pour vous. (12 mars 2020)*".

Macron a, à grande échelle, employé le pronom "Je" dans tous ses discours pour confirmer ses engagements avec dévouement et efficacité envers son peuple et qu'il est digne de porter la responsabilité : "*Alors je vois bien, je sens bien, j'entends bien, l'incertitude, les doutes, parfois la fatigue, quelque fois la colère, quand je viens à votre rencontre, qui se manifestent (9 novembre 2021)*".

L'emploi de ce pronom avec ses diverses formes désigne ce que nous appelons "*l'ethos individuel ou singulier*".

Puisqu'il s'agit d'un discours de crise qui impose à chacun d'assumer sa responsabilité face à l'épidémie qui affecte tout le monde en général et la France en particulier, le président français a parfois recours au pronom personnel "*nous*" et aux déterminants "*notre, nos ...*" pour inciter le peuple Français à partager la responsabilité avec lui comme une forme de participation et d'interdépendance, ce que nous appelons "*l'ethos collectif*".

- "*Durant plusieurs semaines, nous avons préparé, agi. (12 mars 2020)*".
- "*notre pays fait face à la propagation d'un virus, le Covid-19, qui a touché plusieurs milliers de nos compatriotes. (12 mars 2020)*".

Dans le premier exemple, le leader français emploie le pronom "*nous*" faisant référence à "*l'ensemble des personnels du service public de la santé en France*", tels que : infirmiers, médecins et ambulanciers etc.. Tandis que, dans le deuxième, il a recours aux déterminants "*notre, nos*" se référant à tous les Français.

L'utilisation du pronom "*nous*" donne l'impression que Macron fait tellement confiance à son peuple au point qu'ils assument ensemble la responsabilité de faire face à la crise : "*Essayer de voir dire que si nous restons unis, solidaires, si nous savons, durant les prochaines semaines, nous organiser, alors nous verrons le bout du tunnel. Et nous nous retrouverons. (31 mars 2020)*". Le "*nous*" renvoie à la fois à Macron et aux Français : "*ethos collectif*".

De plus, il essaie d'impliquer, non seulement, l'appareil administratif et gouvernemental de l'État et les municipalités dans la résolution de la crise "*Je fais confiance aux maires et au civisme de chacun d'entre vous. Je sais aussi que les mairies et les services de l'Etat ont bien organisé les choses. (12 mars 2020)*", mais aussi, il vise à influencer la société civile. Il décrit, en effet, les Français comme "*une grande Nation (12 mars 2020)*". Il a recours à l'ethos collectif tout en insistant sur le fait que les Français "*Des femmes et des hommes capables de placer l'intérêt collectif au-dessus de tout (12 mars 2020)*" et employant des arguments affectifs "*une communauté humaine qui tient par des valeurs : la solidarité, la fraternité (12 mars 2020)*". L'emploi du terme "*collectif*" signale que tous sont pareils, c'est à dire le président, le gouvernement et le peuple sont tous homogènes et partenaires et prennent leurs responsabilités pour freiner le virus. En effet, c'est "*l'ethos de chef*" qui est très proche de son peuple. Tout cela pour atteindre son objectif souhaité : influencer les Français et les inciter à participer activement à la limitation de la propagation de la maladie. Tout simplement, il essaie d'effectuer une image de soi qui conduit à éveiller la sympathie et la confiance de toutes les différentes fractions françaises.

le Président français a mis l'accent sur des stratégies faisant partie intégrante de la formation de l'ethos. A travers son discours aux Français, il se présente sous différents rôles : Chef de l'État, ce que nous appelons "*ethos de chef*". C'est-à-dire, il essaie de donner l'image du dirigeant général de la France qui gère la responsabilité de l'ensemble du peuple français. Il emploie des phrases telles que : "*J'ai aussi demandé au Premier ministre de consulter largement toutes les familles politiques. (12 mars 2020)*", et des expressions telles que : "*notre pays*", "*nos compatriotes*" et "*notre peuple*".

Il donne également l'image de "*l'ethos de solidarité*". A travers son discours, Macron essaie toujours de montrer son "*ethos de solidarité*". Il essaie de montrer à quel point il s'intéresse à son peuple au niveau de toutes les couches sociales. Tout comme il se soucie des Français en général, il se soucie des membres de son gouvernement, des établissements de santé et de leurs personnels en particulier : "*Je pense à tous nos soignants à l'hôpital, qui auront les cas les plus graves à traiter mais aussi beaucoup d'urgences. Je pense aux médecins, aux infirmiers, aux infirmières, à tous les soignants qui sont aussi hors de l'hôpital qui se sont formidablement mobilisés et que nous allons de plus en plus solliciter dans les semaines à venir. (12 mars 2020)*". L'usage fréquent du pronom "je" et du verbe "pense" reflète le grand souci du leader à son peuple. Ainsi, pour montrer "*l'ethos*

de solidarité", il a recours aux déterminants "nos", "à tous", "aux" repris plus d'une fois. Tout cela, pour mettre en évidence l'esprit de coopération avec tous les Français. Il essaie également de leur inculquer un esprit de confiance et de responsabilité : "*Je compte évidemment aussi sur tous nos soignants. Je sais tout ce qu'ils ont déjà fait, je sais ce qu'il leur reste à faire. (12 mars 2020)*".

Il nous présente alors "*son ethos de chef*" et "*de solidarité*" expliquant qu'il ne se soucie que des soins et du confort de son peuple, et faisant face à la plus grave crise sanitaire qu'ait connu son pays dès un siècle.

- **Le pathos**

Trop souvent, il est lié aux "*arguments pathétiques*". Il désigne "*l'ensemble des émotions que l'orateur cherche à provoquer chez les auditeurs : pitié, haine, colère, indignation, crainte*²²". Ces passions ont indiscutablement un rôle majeur et efficace dans la persuasion et dans la transmission du message de l'orateur en toute simplicité. Par pathos, nous visons à mettre les destinataires dans une disposition affective appropriée à l'objectif poursuivi. Macron cherche à susciter différentes émotions et sentiments chez les auditoires. Il a alors employé des termes et des expressions dans un discours affectif ayant une réaction sentimentale et émotionnelle. Signalons ainsi que ces émotions pourraient être positives ou négatives. Nombreux sont les sentiments et les émotions engagées dans le discours de crise de Macron : "*la peur, la pitié, l'espoir, la glorification, le courage et la confiance*". Mais, il faut signaler que tous "*les arguments qui s'échangent dans la vie ne sont pas seulement motivés par des désirs, des indignations, des rancunes, ils sont informés et inflexibles par ces sentiments, de même que les conjectures et hypothèses qu'on émet et qui servent à convaincre le sont inévitablement par les projections de craintes et d'espérances*²³".

Macron a eu recours à susciter la passion de "*la glorification*" de la France indiquant qu'elle dispose de toutes les capacités et les possibilités nécessaires pour faire face à la crise sanitaire d'urgence : "*Nous avons en France les meilleurs virologues, les meilleurs épidémiologistes, des spécialistes de grand renom, des cliniciens (12 mars 2020)*".

²²) Idem

²³) ANGENOT, Marc, *Le Dialogue de sourd. Traité de rhétorique antilogique*, Mille et Une Nuits, Paris, 2008, p.63

Pour exercer l'influence et la rassurance de son peuple, il a également indiqué que la France est le meilleur pays européen concernant la propagation de la maladie : *"La France, pour la deuxième année consécutive, a été désignée comme le pays le plus attractif d'Europe (12 juillet 2021)"*. L'utilisation de l'expression *"le plus attractif"* indique que la France est le pays européen où la maladie s'est le moins propagée. Ce qui renforce la force et la capacité de la France à faire face à la crise. Cela indique aussi que c'est un pays presque sécurisé dans la mesure où il attire des gens de toutes les directions.

La peur est l'un des sentiments du pathos produits par Macron dans les cœurs de son peuple et qui joue un rôle primordiale dans l'opération de persuasion. Il vise à la production de la peur dans les cœurs de ses auditoires. Insistant sur le fait que la France a : *" les meilleurs virologues, les meilleurs épidémiologistes, des spécialistes de grand renom, des cliniciens (12 mars 2020)"*, le Dirigeant Français cherche à influencer son peuple en recourant à la peur, soulignant que malgré les grands efforts déployés pour limiter la propagation du virus, celui-ci se propage très rapidement : *" Tous nous ont dit que malgré nos efforts pour le freiner, le virus continue de se propager et est en train de s'accélérer. Nous le savions, nous le redoutions. (12 mars 2020)"*. L'emploi de la phrase *"Nous le savions"*, insiste sur sa tentative d'augmenter son influence sur eux. Et l'utilisation de la phrase *"nous le redoutions"* indique qu'il croit réussir à leur transmettre sa thèse, et qu'ils ont en effet atteint le stade de la peur de l'épidémie. Puis, il élève la peur au plus haut degré en indiquant que *"la maladie touchera d'abord les personnes les plus vulnérables, (12 mars 2020)"*. Ce qui signifie que la maladie aura des conséquences très graves pour les gens les plus âgés ou les affectés par les maladies chroniques, et qui appelle chacun à être prudent et à prendre des mesures très fortes pour augmenter massivement la sensibilisation. Ensuite, il adresse tendrement son discours à toutes les classes précédentes, jouant le rôle d'un homme tendre disant : *"je demande ce soir à toutes les personnes âgées de plus de 70 ans, à celles et ceux qui souffrent de maladies chroniques ou de troubles respiratoires, aux personnes en situation de handicap, de rester autant que possible à leur domicile. (12 mars 2020)"*.

Parmi les passions positives suscitées chez les Français, il existe le courage. Le courage est l'une des passions suscitées par le Dirigeant Français pour inciter ses auditoires à l'union nationale et essayer d'enrayer la propagation de l'épidémie, en soulignant la gravité du Coronavirus et ses effets négatifs dévastateurs et meurtriers.

"Je veux aussi, ce soir, saluer le sang-froid dont vous avez fait preuve (12 mars 2020)".

L'utilisation du verbe "saluer" et de l'objet direct "le sang-froid" indique le sentiment de courage insufflé par le président dans le cœur de ses citoyens.

Le président encourage également ses citoyens à protéger la patrie et à être une nation cohérente face aux difficultés : *" Mais le temps, aujourd'hui, est à la protection de nos concitoyens et à la cohésion de la Nation. Le temps est à cette union sacrée qui consiste à suivre tous ensemble un même chemin, à ne céder à aucune panique, aucune peur, aucune facilité, mais à retrouver cette force d'âme qui est la nôtre et qui a permis à notre peuple de surmonter tant de crises à travers l'histoire. (12 mars 2020)".*

Il revient aussi à légitimer l'état d'anxiété et de peur des Français : *" vous avez pu ressentir pour vous-mêmes, pour vos proches, de l'inquiétude voire de l'angoisse, et c'est bien légitime (12 mars 2020)".*

Macron suscite, ainsi, chez les Français le sentiment de la pitié dans l'objectif de la persuasion : *"Un an de peine, d'épreuves, où nous aurons été au moins 4 millions et demi à contracter la maladie et où bientôt 100 000 familles auront été endeuillées. Un an d'efforts pour tous. D'angoisses, de sacrifices. Un an où, ensemble, nous avons résisté et appris. Un an où nous avons tenu. Je vous l'avais dit dès le début : nous allons vivre avec le virus. C'est bien. (31 mars 2021)".*

Par la répétition du terme "un an" plus d'une fois, il a insisté sur le fait qu'ils ont passé un an plein d'événements négatifs, plein de résistances et de défis, plein d'efforts et de travail pour freiner l'épidémie. Il a employé des termes et des expressions qui suscitent la passion de la pitié chez son peuple : *"4 millions et demi à contracter la maladie", "100 000 familles auront été endeuillées"*. Ces nombreux chiffres, qu'ils soient infectés par la maladie ou qu'ils soient perdus à cause de cette épidémie qui se propage, sont véritablement des chiffres qui suscitent des sentiments de compassion et de sympathie.

Comme il exprime le sentiment de la pitié envers son peuple en général, le président français a également indiqué cette passion de pitié et de compassion envers les personnes atteintes de maladies chroniques et les personnes âgées en particulier. *"je demande ce soir à toutes les personnes âgées de plus de 70 ans, à*

celles et ceux qui souffrent de maladies chroniques ou de troubles respiratoires, aux personnes en situation de handicap, de rester autant que possible à leur domicile (12 mars 2020)". Il exprime cette passion de pitié par les verbes "demande, souffrent, rester", et les syntagmes : " les personnes âgées, de handicap".

Il a ainsi éveillé chez les auditeurs la passion de pitié et de compassion envers les familles et les proches des victimes : *"J'ai, bien entendu, ce soir, avant toute chose, une pensée émue et chaleureuse pour les familles et les proches de nos victimes, (12 mars 2020)".* Le nom *"une pensée"* et les adjectifs *"émue et chaleureuse"* indiquent cette passion de pitié. Employant ainsi le déterminant possessif *"nos"* nous donne le sentiment que "les victimes" sont ses proches et sa famille, ce qui suscite des sentiments de compassion à son égard. Signalons que le sentiment de pitié et de compassion a un rôle efficace dans la persuasion de ses auditoires pour lutter contre cette épidémie très fréquente en France à ce moment-là.

La confiance est l'une des émotions très fréquentes dans le discours de Macron et indiquant le pathos.

"Je sais pouvoir compter sur vous". "Je compte sur vous toutes et tous pour faire Nation au fond. Pour réveiller ce qu'il y a de meilleur en nous, pour révéler cette âme généreuse qui, par le passé, a permis à la France d'affronter les plus dures épreuves". "je compte sur vous pour les jours, les semaines, les mois à venir. Je compte sur vous parce que le Gouvernement ne peut pas tout seul, et parce que nous sommes une nation. Chacun a son rôle à jouer. Je compte sur vous pour respecter les consignes qui sont et seront données par les autorités. (12 mars 2020)".

Remarquons qu'il a eu recours à la répétition pour éveiller la passion de confiance dans les cœurs de ses auditoires. Cette insistance du Président, employant cette locution *"compte sur vous"*, reprise plus d'une fois, conduit inévitablement à renforcer le sentiment de confiance dans le cœur de chaque citoyen français, Ce qui lui fait sentir la responsabilité qu'il doit porter : *"Croire en la responsabilité des Français, ce n'est jamais un pari (31 mars 2021)".* Ainsi, l'emploi de la phrase *"Chacun a son rôle à jouer"* démontre clairement que chaque citoyen a son rôle qu'il doit jouer pour préserver son pays et la participation aux efforts visant à limiter la propagation de la maladie. Le président, lui-même, prenait toute sa responsabilité

pour affronter la maladie : " *nous prendrons toutes nos responsabilités pour vous. (12 mars 2020)*".

Afin d'atteindre son objectif souhaité, qui est de persuader et d'influencer les Français, le président français a eu recours aux émotions de l'espoir : "*il nous faudra demain tirer les leçons du moment que nous traversons, interroger le modèle de développement dans lequel s'est engagé notre monde depuis des décennies et qui dévoile ses failles au grand jour, interroger les faiblesses de nos démocraties (12 mars 2020)*".

En effet, Macron essaie d'insuffler l'esprit d'espoir et d'optimisme entre son peuple, soulignant que ces circonstances que traverse le pays vont inévitablement terminer et deviendront comme un souvenir. Mais en même temps, cela est considéré comme l'une des dures leçons qu'il a appris pour corriger ses erreurs et œuvrer au développement de son pays et au bien-être de sa population.

De plus, il exprime son espoir que les prochains jours verront une solution radicale à la crise : "*J'espère que dans les prochaines semaines et les prochains mois, nous aurons des premiers traitements que nous pourrons généraliser (12 mars 2020)*".

Ainsi, il répand l'espoir dans l'âme de ses auditeurs soulignant que tous les pays européens possèdent les capacités nécessaires pour fournir au monde entier l'antidote à l'épidémie très répandue partout "*L'Europe a tous les atouts pour offrir au monde l'antidote au Covid-19 (12 mars 2020)*".

Il a également promis à ses citoyens que son pays ne restera pas les bras croisés face au coronavirus insistant sur son rôle face à la propagation du virus : "*Des équipes sont également à pied d'œuvre pour inventer un vaccin. Il ne pourra pas voir le jour avant plusieurs mois, mais il est porteur de grands espoirs (12 mars 2020)*". L'existence de la vaccination "*permet d'espérer raisonnablement une sortie de crise (31 mars 2021)*".

Dans un autre contexte, il revient, répète et enflamme l'espoir dans l'âme de ses citoyens pour qu'ils ne ressentent pas le désespoir et pour qu'il entretienne son image de leader de cette grande nation française : "*Je sais le dévouement de plusieurs équipes partout sur notre territoire avec les premiers espoirs qui naissent, et nous continuerons aussi d'avancer sur le vaccin, (16 mars 2020)*".

La passion d'espoir est ainsi exprimée par : *"Nous avons surmonté ensemble ces derniers mois une conjonction inédite de crises – la pandémie, ses conséquences, le terrorisme, les désordres géopolitiques (31 novembre 2021)"* .

L'excitation de sentiments, quels que soient positifs ou négatifs, tels que la peur, la pitié, la confiance, la glorification, l'espoir, provoquée par le Dirigeant Français chez les auditoires, a toujours des fins et des buts spécifiques. L'un de ces objectifs précis les plus importants est la soumission totale et l'abandon à l'orateur *"le président Macron"*, et alors l'auditeur se retrouve soumis à l'orateur, qui est considéré comme son protecteur et sa bouée de sauvetage contre cette crise. Macron a également visé à susciter et éveiller différentes passions et émotions dans l'objectif d'influencer et de persuader les Français à le soutenir pour réussir à réduire la dissémination du coronavirus. En fait, toutes ces émotions avaient un rôle éminent et efficace dans le processus de persuader.

- Le logos

Il désigne *"l'argumentation du sens logique et dépassionné, celle qui permet de « prouver »²⁴"*. Il est alors relatif à la logique. Il cherche en effet *"à faire admettre une conclusion à un auditoire en l'étayant par de (bonnes) raisons²⁵"*.

Selon Aristote, "le logos" pourrait s'appuyer fondamentalement sur deux processus : "l'enthymème" et "l'exemple ou l'analogie". Le premier est *" un syllogisme incomplet et procède de la déduction²⁶"*. Selon Aristote, *"le syllogisme est un discours dans lequel, certaines choses étant posées, une autre chose différente d'elles en résulte nécessairement, par les choses mêmes qui sont posées²⁷"*. Ce raisonnement logique "syllogisme" met en rapport trois propositions : *"deux ou plus d'entre elles, appelées «prémises», conduisent à une «conclusion»²⁸"*. Pour mieux illustrer, voyons cet exemple très répandu de syllogisme : *"Tous les hommes sont mortels, or Socrate est un homme ; donc Socrate est mortel"*. Dans cet exemple, il existe deux prémisses : "majeure : *Tous les hommes sont mortels*" et "mineure : *Socrate est un homme*". Ce sont des propositions valables. Le syllogisme conduit alors à établir la validité de la conclusion : *"Socrate est mortel"*.

²⁴) ibid. p. 18

²⁵) DOURY M., *Argumentation, analyser texte et discours, op.cit.*, p.148

²⁶) AMOSSY, R., *l'argumentation dans le discours, op.cit.*, p. 14

²⁷) Cité par AMOSSY, R., *l'argumentation dans le discours, op.cit.*, p. 147

²⁸) <https://fr.wikipedia.org/wiki/Syllogisme> consulté le 15/04/2023

Prenons cet exemple tiré de discours de Macron : "*Dans la journée de jeudi, un consensus scientifique et politique s'est formé pour maintenir le premier tour des élections municipales et j'ai pris, avec le Premier ministre, la décision de maintenir le scrutin. Hier dimanche, les opérations de vote ont donc pu se tenir (16 mars 2020)".*

Macron nous offre une image extrêmement nette et vraie. Son discours fait passer des prémisses à une conclusion. Dans son discours, il existe deux prémisses : majeure : "*maintenir le premier tour des élections municipales*", et mineure : "*la décision de maintenir le scrutin*", et les deux conduisent à une conclusion raisonnable, logique et dépassionnée : "*les opérations de vote ont donc pu se tenir*". Par conséquent, le syllogisme "*se compose de deux prémisses, la majeure et la mineure, et d'une conclusion*²⁹".

Un autre exemple ayant un syllogisme sur le plan économique : "*je demande au Gouvernement des mesures exceptionnelles, dans ce contexte, pour les plus fragiles. Enfin, l'épreuve que nous traversons exige une mobilisation générale sur le plan économique. Déjà, des restaurateurs, des commerçants, des artisans, des hôteliers, des professionnels du tourisme, de la culture, de l'événementiel, du transport souffrent, je le sais (12 mars 2020)".*

Le président demande au " *Gouvernement de prendre des mesures exceptionnelles, (prémisse majeure)*". En fait : "*l'épreuve exige une mobilisation générale sur le plan économique : (prémisse mineure)*". Alors, la conclusion, tous les Français, quel que soit leur statut social et économique "*souffrent*".

De plus, pour inciter les Français à mettre en évidence l'esprit solidaire et le sens de la responsabilité envers leur pays, il a eu recours à ce raisonnement logique disant : "*Chacun d'entre nous doit à tout prix limiter le nombre de personnes avec qui il est en contact chaque jour. Les scientifiques le disent, c'est la priorité absolue. C'est pourquoi, après avoir consulté, écouté les experts, le terrain et en conscience, j'ai décidé de renforcer encore les mesures pour réduire nos déplacements et nos contacts au strict nécessaire. Dès demain midi et pour 15 jours au moins, nos déplacements seront très fortement réduits (12 mars 2020)".*

Dans cette opération discursive, Macron relie trois propositions : deux prémisses. a) - majeure : "*limiter le nombre de personnes avec qui il est en contact*",

²⁹) AMOSSY, R., *l'argumentation dans le discours*, op.cit., p. 147

b) - mineure : "*réduire nos déplacements et nos contacts*". Les deux prémisses conduisent à une conclusion : "*nos déplacements seront très fortement réduits*".

Quant à l'exemple, il "*repose sur une analogie et procède de l'induction, qui opère le passage du particulier au général*³⁰". La force convaincante du discours de Macron tient à ce qu'il relie les événements actuels et leur impact sur les auditoires à des événements passés ayant des problèmes spécifiques qui ont été surmontés, ou à des événements similaires survenus dans d'autres lieux dont la leçon peut s'inspirer. Mais, nous devons prendre en considération la différence entre "*l'exemple réel*" pris dans le passé, et "*l'exemple imaginaire*" créé par l'orateur, lui-même qui vise à convaincre et à influencer : "*il y a deux espèces d'exemples: l'une consiste à relater les faits accomplis antérieurement ; dans l'autre, on produit l'exemple lui-même*³¹".

Trop souvent, Macron a recours à "*l'exemple réel*" pour frapper l'esprit de ses auditoires à mieux accepter son avis concernant le thème traité. C'est l'une des stratégies de conviction employée par lui, parce qu'il repose sur des faits et des événements concrets. Voyons cet exemple analogique : "*Nos partenaires ne sont pas des étrangers. Sur ce continent qui nous a été donné par le destin, ils sont confrontés aux mêmes vagues, aux mêmes orages que ceux que nous rencontrons (31 novembre 2021)*". Cet exemple est un moyen de conviction basé explicitement sur des similitudes pour aborder le problème en question. Cela signifie que ce qui est à "B" est à "A". Il s'agit d'un argument fort et logique pour convaincre et influencer le destinataire car il repose sur les points de similitude existant entre les deux éléments mis en lumière. C'est-à-dire ce qui est à B : "*les pays de l'Union européenne*" est à A : "*la France*". Les deux "B" et "A" ont fait face aux mêmes événements. Par conséquent, nous disons que "*L'analogie produit des parallèles autant qu'elle s'appuie sur des similarités préexistantes*³²".

Pour renforcer son influence sur les Français, le président a largement eu recours à "*l'exemple*". Il a donné des exemples illustratifs qui renforcent ses arguments logiques rendant son discours plus concret et plus accessible. Il s'agit de préserver la situation économique des Français pendant la crise du corona à cause de la fermeture complète survenue en France à la suite de la crise. Il a donné "*l'exemple*" de ce que l'Allemagne a fait pendant cette crise et s'en est inspiré la

³⁰) AMOSSY, R., *l'argumentation dans le discours, op.cit.*, p. 14

³¹) MAINGUENEAU, Dominique, *L'Analyse du discours, Hachette, Paris, 1991 p.251*

³²) AMOSSY, R., *l'argumentation dans le discours, op.cit.*, p. 168

leçon : *"L'Etat prendra en charge l'indemnisation des salariés contraints à rester chez eux. Je veux, en la matière, que nous nous inspirions de ce que les Allemands ont su par exemple mettre en œuvre avec un système plus généreux, plus simple que le nôtre (12 mars 2020)".* Cela signifie que ce qui est à B "Allemagne : son système généraux et simple" est à A "la France". Après s'être inspiré de ce que les Allemands ont fait, il a décidé que les employés conserveraient leur emploi même s'ils effectueraient leur travail à domicile : *"nous puissions préserver les emplois et les compétences, c'est à dire faire en sorte que les salariés puissent rester dans l'entreprise, même s'ils sont obligés de rester à la maison (12 mars 2020)".* Cela signifie qu'il a pris toutes les mesures nécessaires pour protéger économiquement son peuple pendant cette crise.

Puis, il nous donne *"l'exemple"* de ce que la France a fait dans le passé, où elle a été confrontée à des situations plus difficiles que cette épreuve, faisant implicitement référence à ces situations en disant : *"pour révéler cette âme généreuse qui, par le passé, a permis à la France d'affronter les plus dures épreuves (12 mars 2020)".* Il vise, en effet, à ressusciter ce qu'il y a de meilleur en eux, mettre en évidence leur âme généreuse et leur enthousiasme afin d'affronter le virus.

Croyant à la responsabilité des Français ayant recours à l'épreuve difficile du confinement, le Dirigeant Français nous a donné *"un exemple"* de nombreux grands pays voisins de la France qui ont eu recours à des mesures sévères pour faire face à l'épidémie, tel que le confinement : *"là où beaucoup de nos voisins ont décidé de confiner, il y a maintenant quatre mois, nos voisins Allemands par exemple, là où nous amis italiens en sont à leur quatrième confinement (31 mars 2021)".*

Il a insisté sur le fait que ces choix collectifs *"le confinement"* ont permis aux Français de réussir à affronter ces moments difficiles *"ces choix collectifs que nous avons fait, gagné des jours précieux de liberté, des semaines d'apprentissage pour nos enfants, nous avons permis à des centaines de milliers de travailleurs de garder la tête hors de l'eau sans jamais perdre le contrôle de l'épidémie (31 mars 2021)".*

Macron a également confirmé que la France a fait de son mieux pour préserver significativement l'instruction pendant la crise du Corona où les écoles n'ont été fermées que pendant 12 semaines, tout en comparant cela à ce que certains grands pays ont fait et donnant un exemple de l'Amérique et de l'Allemagne :

"Alors qu'aux Etats-Unis les écoles ont fermé durant 56 semaines ou en Allemagne durant 34 semaines (12 juillet 2021)".

Il donne ensuite un exemple de l'émergence du variant du coronavirus "Delta", trois fois plus dangereux que la souche précédente, indiquant que nombreux pays ont pris de nouvelles mesures de précaution : *"Pour y faire face de nouvelles mesures de restrictions ont été décidées aux Pays-Bas, au Portugal ou en Espagne. En Asie et dans le Pacifique, certains pays ont dû se résoudre à un reconfinement (12 juillet 2021)".* Dans la mesure où *"Le Japon, imaginez, qui s'apprête à organiser les Jeux Olympiques, le fera sans aucun spectateur (12 juillet 2021)".* Tout en essayant de rassurer son peuple, il insiste sur le fait que la situation en France est totalement sous contrôle : *"en France, la situation est pour le moment maîtrisée (12 juillet 2021)".*

Nous pourrions signaler que Macron a réussi à convaincre ses auditoires ayant recours aux techniques rationnelles et dépassionnées *"le logos"*, tels que : *"l'enthymème" et "l'exemple ou l'analogie"*.

- **Techniques de rhétoriques**

Il faut signaler que l'objectif de la théorie de la nouvelle rhétorique chez Perelman est l'étude des techniques du discours pour influencer et persuader. Il voit que les images rhétoriques ne sont pas des images artistiques et esthétiques, mais elles ont un caractère argumentatif qui vise à influencer le destinataire : *"toute figure est un condensé d'argument"³³*. Doury a suivi la même approche soulignant que *"Certaines figures de discours semblent entretenir un lien étroit avec certains types d'arguments, dont elles constituent une forme condensée, fusionnant en un raccourci éloquent tout un cheminement argumentatif"³⁴*, insistant sur le fait que *"c'est le cas notamment de bon nombre de figures de sens et types d'arguments fondés sur une relation d'analogie"³⁵*.

Nombreuses sont les techniques rhétoriques utilisées par Macron dans son processus discursif. Son objectif n'est pas seulement de produire un effet de style, mais aussi de convaincre et d'augmenter la force de son influence sur ses auditeurs. Signalons que *"La figure qui s'écarte de la façon simple et directe de dire les*

³³) PERELMAN Ch. & OLBRECHTS-TYTECA L., *Traité de l'argumentation. op.cit.*, p.122

³⁴) DOURY M., *Argumentation, analyser texte et discours, op.cit.*, p.33

³⁵) idem

*choses provoque une surprise qui ouvre la porte à l'émotion*³⁶". Les images caractérisant le discours de Macron le rendent plus vif, plus expressif et plus convaincant. Toutes ces images, employées par lui, sont mises au service de la conviction et de la persuasion : "*les figures sont censées contribuer à emporter l'adhésion de l'auditoire*³⁷".

- L'argument par comparaison

La comparaison "*l'analogie*" est l'une des techniques de persuasion les plus fréquemment utilisées. Elle signifie qu'une chose est semblable à une autre, et alors les deux ont le même jugement. Par exemple : "A comme B". En d'autres termes, tout ce qui s'applique à (a), s'applique à (b). Ce qui signifie que "le thème" et "le phore" partagent les mêmes propriétés et les mêmes traits. De là, l'argument par comparaison vise à "*établir un parallèle entre ce dont on est en train de parler (le thème) et un autre objet ou une autre situation (le phore) sur la base d'une relation de ressemblance entre les deux*³⁸". Nous rapprochons les "*deux réalités (le comparé et le comparant) par rapport de leur ressemblance*³⁹", par l'emploi de particules de comparaison : "*comme*", "*semblable à...*". Ajoutons ainsi que la comparaison dite parfait est composée de quatre éléments : "*le comparé, le comparant, l'outil de comparaison et le motif, c'est à dire la propriété commune entre le comparé et le comparant*".

Prenons cet exemple : "*Les hospitalisations comme les décès sont au plus bas depuis près d'un an (12 juillet 2021)*".

Dans cet exemple discursif, Macron compare "*les hospitalisations*" aux "*décès*". La comparaison est argumentative parce que le thème "*les hospitalisations*" et le phore "*les décès*" partagent les mêmes propriétés, tous les deux "*sont au plus bas depuis près d'un an*". Il existe donc un parallèle entre les deux éléments de comparaison "*thème et phore*", où le thème accepte les propriétés transférées par le phore.

Voyons encore cet exemple : "*Aujourd'hui comme hier, vous le voyez, le travail continue donc d'être notre boussole (9 novembre 2021)*".

³⁶) AMOSSY, R., *l'argumentation dans le discours*, op.cit., p. 243

³⁷) ibid., p. 242

³⁸) DOURY M., *Argumentation, analyser texte et discours*, op.cit., p.96

³⁹) RICALENS-POURCHOT, Nicole, *Lexique des figures de style*, A. Colin, Paris, 2014, p. 46

La comparaison entre "Aujourd'hui" et "hier" par l'emploi de l'outil de comparaison "comme", vise à souligner que tout ce qui a été fait hier, doit continuer aujourd'hui. En fait, le thème "aujourd'hui" et le phore "hier" partagent la même propriété "le travail continue donc d'être notre boussole". De là, la comparaison repose sur le partage d'une relation de ressemblance entre les deux éléments de comparaison, où le thème admet la même propriété du phore.

De plus, la comparaison pourrait caractériser "un objet ou une notion en les rapprochant de ce à quoi ils ressemblent ou en les opposant à d'autres objets desquels il s'agit de les distinguer⁴⁰".

Par exemple : "les Allemands ont su par exemple mettre en œuvre avec un système plus généreux, plus simple que le nôtre (12 juillet 2021)".

Dans cet exemple, Macron démontre à son peuple que l'Allemagne dispose d'un meilleur système et plus simple pour faire face à la crise que celui dont dispose la France. La comparaison se fait donc ici entre deux objets opposés : Il compare "le système en vigueur en France" au "système répandu en Allemagne" afin de le distinguer. Bien qu'elle est une image opposée, Macron cherche à souligner que le thème doit avoir les caractéristiques et les propriétés du phore : "Il arrive fréquemment que le trait ainsi transféré soit de nature évaluative : c'est le jugement admis du phore que l'on cherche à faire admettre du thème⁴¹".

- **L'argument par métaphore**

La métaphore consiste à "présenter une idée sous le signe d'une autre idée plus frappante ou plus connue, qui, d'ailleurs, ne tient à la première par aucun autre lien que celui d'une certaine conformité ou analogie⁴²". En fait, la métaphore pourrait avoir une tendance argumentative lorsque : "la substitution du terme métaphorique au terme propre invite à transférer une propriété admise du phore (ou comparant) au thème (ou comparé), sur la base d'autres propriétés présentées comme communes et non discutées⁴³".

La métaphores imprègne toujours le discours argumentatif de Macron. Elle est très efficace dans le processus communicatif et la persuasion. En fait, elle est

⁴⁰) DOURY M., *Argumentation, analyser texte et discours*, op.cit., p. 96

⁴¹) idem

⁴²) FONTANIER, Pierre, *Les Figures du discours*, Flammarion, Paris, 1977, p. 99

⁴³) DOURY M., *Argumentation, analyser texte et discours*, op.cit., p.34

essentielle "*pour créer une telle présentation de la réalité*". Trop souvent, le président français a eu recours à cette figure de style pour éveiller les émotions de ses auditoires.

Mais, au début, il faut insister sur le fait que le mot s'emploie tout d'abord dans son sens littéral "*sens premier ou dénoté*" défini et trouvé dans le dictionnaire, et d'après le contexte, il pourrait avoir un autre sens "*sens connoté*" inexistant dans le dictionnaire. S'il y a "*un écart sémantique*" entre les deux sens "*dénoté et connoté*", le sens ou le mot devient métaphorique.

Pour attirer l'attention de son peuple et défendre son opinion et ses idées, Macron a eu largement recours à la métaphore dans son discours comme une technique argumentative et convaincante. La métaphore pourrait, en effet, être : directe, annoncée ou filée.

Métaphore directe, lorsque le comparant "*le phore*" seulement apparaît dans le discours. Cette métaphore directe est ainsi appelée "*métaphore in absentia*". Macron a eu énormément recours à cette métaphore.

Il existe des métaphores très logiques et courantes auxquelles l'orateur a recours et utilise au temps de la crise. Telles que les métaphores de la "*guerre*", du "*combat*" et de "*l'ennemi*".

Ex : "*Nous sommes en guerre, en guerre sanitaire (16 mars 2020)*".

La désignation de "*la lutte contre le virus*" par le terme de "*guerre*" est reposée sur une caractéristique implicite commune ayant comme fonction de "*mettre en évidence la gravité du virus*". C'est ce qui incite les Français à saisir leurs responsabilités afin de freiner la propagation du virus. Le terme "*guerre*" est un phore. Le comparé ou "*le thème*" est absent "*la lutte contre le virus*". Cette métaphore pourrait inspirer le courage et l'enthousiasme des auditoires envers le président.

Voyons encore : "*Mais l'ennemi est là, invisible, insaisissable, qui progresse (16 mars 2020)*".

Figurément le thème "*le virus*" est désigné par le phore "*l'ennemi*". Le comparé est absent "*le virus*". Macron compare "*le coronavirus*" à "*l'ennemi*".

Et encore : "*Où en sommes-nous de notre combat contre le COVID-19 (12 juillet 2021)*"

Dans cet exemple, Macron compare "*la lutte contre le coronavirus*" au "*combat*". Il a seulement mentionné le comparant "*combat*", tandis que le comparé, "*la lutte contre le virus*", est sous-entendu et compris à travers le contexte.

D'après ces métaphores, il découle un grand champ sémantique très large du combat et de la guerre. De là, nous remarquons que Macron a eu recours à de nombreux mots liés à ce champ sémantique tels que : "*la guerre, l'ennemi, invisible, insaisissable, le combat etc...*". Tout cela pour inciter les Français à être prudents et à se mobiliser pour affronter bravement cet ennemi invisible et mortel.

Dans un autre contexte, la métaphore du "*combat*" pourrait désigner un autre sens : "*c'est le combat du siècle qui s'ouvre (31 mars 2021)*".

Comme la France était parmi les premiers pays qui ont rouvert les écoles, le président français a considéré cette période de la crise comme "*le combat*" du siècle, "*car nos enfants ont besoin d'apprendre (31 mars 2021)*". En fait, c'est une image métaphorique très éclairante qui renforce le rapport des Français à l'amour de la science et de l'apprentissage. Tout comme la lumière efface l'obscurité des lieux, la science efface l'obscurité des esprits. Le dirigeant français a eu recours à une telle métaphore parce que ce virus a obligé les Français à prendre des mesures strictes, notamment le confinement et la fermeture de tous les établissements d'enseignement. Ce qui affecte le niveau des étudiants ayant besoin d'apprendre. Pour inciter les Français à éviter "*les conséquences profondes et durables d'une fermeture prolongée des écoles (31 mars 2021)*", il a lancé cette expression métaphorique.

De la même métaphore "*in absentia*", nous prenons ainsi cet exemple : "*nos soignants se battent pour sauver des vies 16 mars 2020*".

Macron compare "*les soignants qui se battent*" et qui se donnent tous les moyens pour sauver les Français, aux "*soldats qui se battent*" pour défendre la patrie. Cette métaphore a un rôle efficace et convaincant dans le cœur de ses auditeurs car elle enflamme l'enthousiasme des Français en général, et de ceux qui travaillent dans le domaine médical en particulier.

Voyons également cet exemple : "*Nous sommes une grande Nation. Une Nation de Science, celle des Lumières (12 juillet 2021)*".

Pour la force de son influence sur ses auditoires, Macron a eu recours à la métaphore directe conservant seulement le comparant "*Lumières*". Décrivant les

Français comme la Nation "*de lumière*", le leader français compare "*la science*" à "*la lumière*".

Voyons ainsi cette image directe : "*nous vivons une révolution profonde (9 novembre 2021)*".

Il compare "*la crise sanitaire*" à "*la révolution profonde*". Le comparé : "*la crise sanitaire*" est absent, tandis que le comparant est mentionné "*la révolution profonde*".

Prenons encore cette image : "*consulter largement toutes les familles politiques (12 mars 2020)*".

Les termes "*famille politiques*" sont le comparant. Le comparé est sous-entendu "*la famille en général*". Macron a eu recours à cette métaphore pour renforcer les rapports entre tous les cercles politiques en France en les considérant comme une famille.

Voyons également : "*nous bénéficierons d'une nouvelle arme pour lutter contre le virus (9 novembre 2021)*".

Le phore est indiqué par : "*une nouvelle arme*", où le président a comparé "*le traitement ou le vaccin*" du virus à "*une nouvelle arme*". Dans cette image, "*le phore*" est seulement présent. Cette image démontre clairement que la France est sur le point d'obtenir un traitement réel et efficace contre le Coronavirus.

Prenons aussi cette autre image : "*nous verrons le bout du tunnel (16 mars 2020)*".

En raison des moments et des circonstances difficiles que vivent les Français, Macron a comparé "*la fin de la crise du coronavirus*" au "*bout du tunnel*" très sombre. Le comparé est sous-entendu : "*la fin de la crise*", tandis que le comparant est conservé "*le bout du tunnel*". L'importance de cette métaphore réside dans le fait qu'elle suscite les sentiments d'espoir et d'optimisme dans l'esprit des Français en raison de la fin imminente de la crise du Corona qui a perturbé leur vie.

Les catastrophes naturelles sont considérées comme l'un des plus grands risques menaçant l'humanité, car le montant des pertes qui en résultent est souvent très élevé. De là, Macron assimile "*le Corona virus*" à l'un des phénomènes de catastrophes naturelles "*les vagues*" ayant souvent des effets négatifs. Voyons ces différents exemples :

- *"une possible deuxième vague qui touchera un peu plus tard (12 mars 2020)"*
- *"ils ne pourront faire face à la vague de cas graves (16 mars 2020)"*
- *"la première vague au printemps 2020. (31 mars 2021)"*

Cette série de métaphores compare "le virus" à "une catastrophe naturelle" : "la vague". Toutes ces métaphores mettent en évidence la gravité du coronavirus. Elles servent également à décrire le variant et l'évolution de la maladie mentionnée dans le discours de Macron comme "la première vague" et "la deuxième vague". C'est-à-dire : "la propagation d'une nouvelle forme de virus".

Prenons également cette image qui combine deux métaphores appartenant à des champs lexicaux tout-à-fait différents : *"Plus vite nous concrétiserons le plan de relance, plus efficace sera notre lutte contre le dérèglement climatique (12 juillet 2021)"*.

Dans cet exemple, il y a deux métaphores. Dans un premier temps, le président a comparé "l'affrontement du coronavirus" à "une lutte", sens militaire, puis il a comparé "la crise sanitaire" qui a ravagé le pays au "dérèglement climatique", sens catastrophique. La première image est considérée comme la métaphore d'une "guerre", tandis que la deuxième est considérée comme la métaphore d'une "catastrophe naturelle". Dans les deux images métaphoriques, le comparé ou "le thème" est absent.

La métaphore pourrait être annoncée, c'est-à-dire : le comparé ou "le thème" et le comparant ou "le phore" sont présents dans la même phrase sans l'outil de comparaison : la métaphore "s'établit entre un terme en emploi propre et un terme métaphorique qui appartiennent à la même partie du discours"⁴⁴. Signalons que cette sorte de métaphore n'est pas largement employée par Macron.

Ex : *"l'information est transparente et nous continuerons de la donner (16 mars 2020)"*.

Nous remarquons la présence de deux éléments de comparaison "le comparé et le comparant". Macron compare "l'information" à "transparente". Il a employé cette image pour confirmer que le gouvernement français n'adopte pas la politique

⁴⁴) HERSCHBER PIRROT, A., *stylistique de la prose*, Belin, Paris, 1993, p. 195

de désinformation et de Blackout des médias, ainsi, toutes les informations sont accessibles à tous les Français.

Il existe ce que nous appelons la métaphore filée, c'est-à-dire : plusieurs métaphores liée par le même comparé dans le même exemple *"La métaphore filée est une figure de style constituée d'une suite de métaphores sur le même thème. La première métaphore en engendre d'autres, construites à partir du même comparant, et développant un champ lexical dans la suite du texte"*⁴⁵. Cette métaphore est rarement employée par le président français.

Prenons cette exemple : *"ils sont confrontés aux mêmes vagues, aux mêmes orages que ceux que nous rencontrons (31 novembre 2021).*

Dans cette opération discursive, Macron voit que les pays de l'Union européenne font face *"aux mêmes vagues"* et *"aux mêmes orages"* que son pays. Ces deux expressions métaphoriques désignent *"le coronavirus"*, où il a eu recours à la métaphore filée. Il compare *"coronavirus"* à *"la vague"* et à *"l'orage"*. L'importance de cette métaphore est de rassurer les Français et de souligner qu'ils ne sont pas seuls dans la bataille, mais que l'Union européenne souffre également de la même crise.

- **L'argument par personnification**

La personnification consiste à *"attribuer un statut d'être humain à une réalité non humaine : une chose inanimée, une entité abstraite ou un animal"*. Comme la métaphore et la comparaison, cette figure contient deux éléments essentiels : le thème *"inanimé"* et le phore *"animé"* étant trop souvent sous-entendu. De là, le thème admet les mêmes propriétés transférées par le phore. Prenons cet exemple :

"Un principe nous guide pour définir nos actions (12 mars 2020)".

Macron a eu recours à la personnification du *"principe"*. Il transforme un objet inanimé à un autre objet animé. Il a rendu *"le principe"* plein de vitalité et capable de déplacer et de contrôler notre vie à tel point qu'il nous guide vers ce que nous devons faire. Le thème *"le principe"* partage la même propriété du phore inexistant dans le discours de Macron : *"la personne physique"*.

⁴⁵) https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9taphore_fil%C3%A9e consulté le 02/05/2023

Abordons un autre exemple : *"L'Etat prendra en charge l'indemnisation des salariés contraints à rester chez eux (12 mars 2020)"*.

Nous notons la personnification de *"l'Etat"*. Macron l'a accordé des traits humains ayant la capacité de donner *"des indemnisations"* aux salariés obligés de rester dans leurs domiciles à cause du coronavirus. Tout cela pour influencer les Français avec des arguments et des mesures logiques aidant à faire face aux impacts économiques négatifs sur les citoyens résultant de la crise sanitaire dans le pays.

De même, voyons cette autre image personnifiée: *"Mais là aussi, c'est à votre responsabilité que j'en appelle (12 mars 2020)"*

Dans cet exemple, *"la responsabilité"* est personnifiée. Macron a conféré à un objet inanimé *"la responsabilité"* des caractères des êtres humains, où il pourrait *"appeler"*. Il la considère comme une personne physique ayant la capacité d'entendre son appel. Macron joue ici, en effet, sur les émotions et les sentiments pour insuffler l'esprit de responsabilité dans l'âme de ses auditoires.

Prenons encore cette image expressive : *"la France vit un moment très difficile (16 mars 2020)"*

Cet exemple donne lieu à une expression métaphorique bien peinte. La figure est bien explicite. Macron a attribué des caractères et des comportements humains à un objet inanimé : *"la France"*. Il a personnifié *"la France"* lui accordant les qualités d'une personne ayant la capacité de *"vivre"* et de *"passer des moments difficiles"*. Par cette image personnifiée et cet argument affectif, le président rend son style et son discours plus vivant, de manière méliorative selon le message transmis, et appelle son peuple à supporter les pressions et les fardeaux qui lui sont imposés en raison des circonstances que traverse le pays.

- **L'argument par périphrase**

La périphrase est *"une suite de mots qui exprime ce qu'il aurait été possible de faire en un seul mot"⁴⁶*. Voyons cet exemple :

"Nous sommes une grande Nation. Une Nation de Science, celle des Lumières, de Louis Pasteur (12 juillet 2021)"

⁴⁶) DELISLE, Jean, *la traduction raisonnée*, Presses de l'Université d'Ottawa, Canada,, 2021, p.505

Macron a utilisé une série de mots pour exprimer ce qui pourrait être dit en un seul mot. Ces images périphrastiques désignent "les Français". En effet, le président les considère comme "la Nation de science", "la Nation de lumières" et "la Nation de Louis Pasteur"⁴⁷. Il a eu recours à ces images, car il les considère comme une Nation qui ne compte que sur la science, respecte et valorise la science qui offre tous les moyens pour les protéger. Il les pousse à concentrer leurs efforts sur la reprise, et le concorde ensemble dans ces moments distincts et ces circonstances difficiles que vit le monde. Il a eu recours à cette image pour influencer et pousser les Français à la vaccination.

Prenons ainsi cette image : "*des premiers traitements réellement efficaces contre les formes graves de COVID 19 (9 novembre 2021)*".

L'expression périphrastique : "*les formes graves de Covid 19*" désigne "*les variants du virus*". Dans cet exemple, Macron a eu recours à cette expression périphrastique pour souligner la gravité de la maladie, l'évolution de ses différentes étapes et l'émergence de ses nouveaux variants. Il souligne également la force de la recherche scientifique en France, insistant sur le fait qu'elle est prête à affronter le virus et tous ses variants. Cela se fait en obtenant les premiers traitements réellement efficaces contre ces variants graves.

De plus, le président voit son peuple comme : "*une communauté humaine (12 mars 2020)*".

Dans cette image, les Français sont décrits par l'expression périphrastique "*une communauté humaine*". Pour susciter l'esprit de la solidarité et de la fraternité chez ses auditoires, et insister sur le fait qu'ils tiennent par les valeurs et les principes morales, Macron a eu recours à une telle expression : "*une communauté humaine*", tout en soulignant qu'ils sont aptes de placer l'intérêt public et collectif au-dessus de tout.

Prenons également cet exemple : "*ces héros en blouse blanche (12 mars 2020)*".

⁴⁷) Louis Pasteur est un chimiste français et l'un des plus importants fondateurs de la microbiologie en médecine. Il est connu pour son rôle distingué dans la recherche de la cause des maladies et des moyens de les prévenir. Ses découvertes médicales ont contribué à réduire le taux de mortalité de la fièvre puerpérale et à développer des vaccins contre la rage et le charbon, et ses expériences ont soutenu la théorie des germes de la maladie.

Cette expression "*ces héros en blouse blanche*" désigne "*toutes les femmes et tous les hommes admirables n'ayant d'autre préoccupation que le soin : les médecins, les infirmiers et les infirmières*". Macron tente de remonter le moral de ces travailleurs du secteur médical, les décrivant comme "*des héros*" qui portent des vêtements blancs pour défendre la Nation pendant sa crise sanitaire. Il a eu en effet recours à un argument ayant un fort impact affectif.

De même : "*La Nation soutiendra ses enfants ... (16 mars 2020)*".

La périphrase tombe sur le terme "*enfant*" qui désigne "*les personnels soignants en ville, à l'hôpital, qui se trouvent en première ligne dans le combat contre l'épidémie*". Il s'agit d'une image positive ayant un fort impact, car elle contient un argument émotionnel, contribuant à établir une forte confiance entre l'État et les personnels soignants. Ce qui encourage ces travailleurs à faire de leurs mieux pour lutter contre le virus.

Voyons également : "*Cette épreuve exige aussi une mobilisation sociale envers les plus démunis, les plus fragiles (12 mars 2020)*"

Il existe, dans cet exemple, deux images périphrastiques : "*les plus démunis*" et "*les plus fragiles*". Toutes les deux pourraient désigner soit "*les enfants*", soit "*les plus âgés*", soit "*les cas critiques*". Ces images fournissent des arguments émotionnels forts invitant les Français à obéir à l'État et aux consignes du gouvernement pour préserver la vie de ces différentes tranches d'âge.

- L'argument par métonymie

La métonymie consiste à "*substituer un terme par un autre terme avec lequel il entretient une relation proche*". De là, elle est fondée sur "*un rapport de correspondance entre deux objets qui existent l'un hors de l'autre*"⁴⁸. Cette figure se trouve dans toutes les conversations, tous les discours, et tous les textes, tantôt de manière organisée et ordonnée, tantôt de manière spontanée et aléatoire, car : "*elle fait partie intégrante des systèmes conceptuels qui sous-tendent notre façon de penser et d'agir*"⁴⁹. C'est une figure de contiguïté entre deux objets. Nombreux sont

⁴⁸) FONTANIER, P., *les figures du discours*, op.cit., p.261

⁴⁹) MILJKOVIC, Ivana, *métonymie: Les différentes approches de la métonymie et les exemples de la métonymie en serbe et en français*, académie bulgare des sciences linguistique balkanique LII, 2013, p. 98

les rapports existant entre les deux objets : "*rapport de cause à effet, d'instrument à fin, de contenant à contenu, de la chose à son lieu, de signe à signification du physique au moral, du model à la chose* ⁵⁰". La métonymie a grandement et remarquablement agrémenté le discours du président français Macron, dans un but argumentatif et persuasif.

Par exemple : "*notre pays fait face à la propagation d'un virus, (12 mars 2020)*"

Métonymiquement, "*notre pays*" désigne tous les habitants français "président, administrations, peuple ...". Lorsque Macron a utilisé le syntagme "*notre pays*", il ne fait pas du tout référence à l'entité ou à l'espace géographique sur lequel l'État est implanté, mais il se réfère au peuple français, avec toutes ses différentes couches sociales qui doivent affronter ce virus. Il a donc eu recours à cette image rhétorique pour renforcer la détermination des Français et confirmer qu'ils forment une équipe de travail collectif pour faire face au virus. Il a métonymiquement employé le nom du lieu pour désigner "*tous les français*".

Il existe aussi d'autres images métonymiques de sens différent dans ces deux exemples :

- "*Jamais la France n'avait dû prendre de telles décisions (16 mars 2020)*".
- "*la France vit un moment très difficile (16 mars 2020)*".

Dans ces deux exemples, le terme "*la France*" est une métonymie ayant des acceptions sémantiques tout à fait différentes. Dans le premier exemple, elle désigne "*les dirigeants français*", alors que dans le deuxième, elle désigne "*tous les Français*". Signalons que c'est le contexte dans lequel le terme "*France*" est énoncé qui détermine le sens. Le premier concerne les dirigeants de l'État, car ce sont eux qui sont chargés de prendre les décisions et les mesures nécessaires pour faire face à tout préjudice pouvant survenir au pays. La seconde concerne l'ensemble des Français, car ils vivent tous dans des circonstances difficiles à cause de la crise sanitaire qui frappe le pays.

⁵⁰) RICOEUR, Paul, *la métaphore vive*, Seuil, Paris, 1975, p. 78

De plus, il existe un autre rapport très particulier et considéré comme "une espèce de la métonymie⁵¹" : "le tout pour la partie et la partie pour le tout". Cette relation particulière s'appelle la synecdoque. Par exemple :

"J'entends aujourd'hui, dans notre pays, des voix qui vont en tous sens (12 mars 2020)"

Le terme "voix", dans ce contexte, est employé au sens figuré. En fait, "les opposants" de Macron sont évoqués par l'une de leur partie. Il a employé "des voix" pour désigner "les opposants". Disons alors qu'il existe une inclusion où la partie est évoquée pour présenter le tout.

De même : "aucun Français ne sera laissé sans ressources (16 mars 2020)"

Macron a employé la partie "Français" pour désigner "tous les Français". La partie pour le tout.

- L'argument par antithèse

L'antithèse est privilégiée dans le discours argumentatif de Macron. Elle consiste à "rapprocher deux unités aux significations opposées⁵²". A merveille, cette image est énormément claire dans son discours.

Voyons par exemple : "Tous nous ont dit que malgré nos efforts pour le freiner, le virus continue de se propager et est en train de s'accélérer (12 mars 2020)".

Macron présente des informations concernant le virus sous forme d'antithèse tout en rapprochant deux termes contradictoires : le verbe "freiner" est l'opposition du verbe "s'accélérer". Cette image montre aussi la difficulté de contrôler le virus, qui se propage très rapidement comme une traînée de poudre. Cette image antithétique rassemble l'argument qui réfute les efforts déployés par son gouvernement pour faire face au virus.

Abordons ainsi ces deux exemples :

⁵¹) LEGUERN, Michel, *Sémantique de la métaphore et sémantique de la métonymie*, Larousse, Paris, 1979, p. 12

⁵²) GARDES-TAMINE J. & HUBERT M. C., *dictionnaire de critique littéraire*, op.cit., p. 16

- "*De jour comme de nuit, rien ne doit nous en divertir (16 mars 2020)*"
- "*aujourd'hui comme celles qui le seront demain (16 mars 2020)*".

Les deux syntagmes "*de jour*" et "*de nuit*" et les adverbes "*aujourd'hui*" et "*demain*" sont complètement antithétiques. Par cette figure, Macron vise à frapper vivement l'esprit de ses auditoires. Son objectif est de produire un effet stylistique et de convaincre. C'est un style enthousiaste et émotionnel visant à convaincre les Français et à les inciter à prendre conscience de la gravité de la situation.

Un autre exemple d'antithèse plus frappante est également employé par Macron dans le but d'inciter les Français à adhérer à une certaine attitude et à un certain comportement : "*le Covid-19 est sans danger, mais le virus peut avoir des conséquences très graves (12 mars 2020)*".

L'antithèse tombe sur les deux notions : "*sans danger*" et "*très graves*". En fait, Macron a mis face à face deux opinions tout à fait opposées, ce qui forme distinctement l'antithèse. Cette image montre clairement que le Covid-19 n'est pas dangereux "*le Covid-19 est sans danger*", puis il réfute cet argument par un autre argument qui le contredit complètement "*mais le virus peut avoir des conséquences très graves*". Macron cherche, de cette manière éloquente, à répandre dans l'âme des Français un sentiment de réassurance teinté de prudence.

- **L'argument par répétition**

La répétition consiste à reprendre un terme ou une expression plus d'une fois dans des phrases successives pour orner le discours et "*mettre en valeur une expression plus forte de l'émotion*"⁵³. La répétition est très répandue dans le discours argumentatif d'Emmanuel Macron, mais sous diverses formes. Par cette figure, il vise à introduire dans son style et dans son discours des variations élégantes pour attirer l'attention de ses auditoires et mettre en évidence l'importance de la question suscitée. Nous allons mettre en exergue certains types de répétition : *l'anaphore, l'épiphore et l'anadiplose*

- Anaphore

⁵³) FONTAINIER, Pierre, *les figures du discours*, op.cit., p. 326

L'anaphore est " la répétition d'un mot en début d'énoncés successifs visant à emphatiser le terme ainsi répété⁵⁴". De son côté, Gardes-Tamine signale que : "L'anaphore est un cas particulier de répétition où l'unité répétée se trouve en tête de segment, vers, verset, membre de phrase⁵⁵".

Largement, le Dirigeant français s'est sent tenu d'avoir recours à cette figure d'insistance dans son discours afin de mettre en relief les termes et les expressions répétés. Prenons cet exemple contenant un syntagme nominal répété :

"Un an de peine, d'épreuves. Un an d'efforts pour tous. Un an où, ensemble, nous avons résisté et appris. Un an où nous avons tenu (12 mars 2020)".

Pour produire un effet d'insistance, nous remarquons que Macron a repris le syntagme nominal "un an" plus d'une fois. En fait, son objectif est d'insister sur l'importance de ne pas désespérer, inciter à la réussite et répandre l'espoir et l'optimisme dans l'âme des Français. Cette répétition est considérée comme "une façon de nuancer la pensée⁵⁶". Nous voyons dans cette répétition "une façon d'être vrai naturel⁵⁷". Elle donne à son style et à son discours une particularité spontanée et authentique.

Voyons également cet exemple ayant un syntagme verbal :

"Vaccinez-vous. Vaccinez-vous pour vous protéger. (9 novembre 2021)"

Macron a eu recours à la reprise du syntagme verbal "Vaccinez-vous" deux fois en tête de deux énoncés successifs. Cette anaphore vise à emphatiser l'importance de la vaccination et à susciter l'attention des auditoires à ne pas négliger la question posée dans le discours de l'allocateur.

Voyons encore :

"C'est ainsi que nous reprendrons le contrôle de notre destin comme Nation. C'est ainsi que nous reprendrons chacun le contrôle de nos vies comme citoyens (12 juillet 2021)".

⁵⁴) DELISLE, Jean, *l'analyse du discours comme méthode de traduction, théorie et pratique*, Presses de l'Université d'Ottawa, Canada, 1984, p.188

⁵⁵) GARDES-TAMINE J. & HUBERT M. C., *dictionnaire de critique littéraire, op.cit.*, p. 15

⁵⁶) DELISLE, Jean, *la traduction raisonnée, op.cit.*, p.460

⁵⁷) idem

La répétition de la structure syntaxique "C'est ainsi que nous reprendrons" en tête de ces phrases pourrait contribuer à leur donner plus de force et plus d'influence.

- Epiphore

Cette figure du discours consiste à utiliser le même terme ou la même expression à la fin des énoncés successifs dans le but d'emphatiser. Par exemple :

"Cette épreuve exige aussi une mobilisation sociale envers les plus démunis, les plus fragiles. La trêve hivernale sera reportée de deux mois, et je demande au Gouvernement des mesures exceptionnelles, dans ce contexte, pour les plus fragiles (31 mars 2021)".

Pour insister sur son idée, Macron a répété le syntagme "les plus fragiles" plus d'une fois. Il a ainsi employé cette figure pour faire monter l'intensité de son discours. Répéter ce syntagme à la fin des énoncés successifs souligne l'attention que cette tranche d'âge doit recevoir, car elle mérite le plus grand soin de la part de l'État et du peuple.

- Anadiplose

L'anadiplose est la répétition du dernier mot ou groupe de mots d'une phrase précédente. Le mot est utilisé à la fin d'une phrase puis réutilisé au début de la phrase suivante : "Une anadiplose consiste à répéter un élément identique, à la fin d'une proposition et au début de la suivante"⁵⁸. Le discours de Macron est ainsi caractérisé par cette figure du discours. Ces exemples le démontrent clairement :

- *"pour le mois qui vient, il nous faut nous mobiliser. Nous mobiliser pour nos aînés et les plus fragiles et nous mobiliser pour nos enfants (31 mars 2021)".*
- *"Pour notre jeunesse, nous devons continuer d'investir. Investir dans la petite enfance et dans l'éducation (12 juillet 2021)".*

Remarquons que les verbes "nous mobiliser" et "investir" sont repris à la fin et au début de deux énoncés successifs. L'anadiplose crée un effet d'insistance tout

⁵⁸) <https://www.lalanguefrancaise.com/linguistique/anadiplose-figure-de-style> consulté le 19/04/2023

en mettant en valeur les mots ou les expressions identiques dans les énoncés successifs.

Signalons enfin qu'un terme adroitement répété, quel que soit sa place dans les énoncés, attire l'attention sur l'idée. Grâce à la répétition, le discours Macron se distingue par la spontanéité, la sincérité et la clarté. Alors, il arrive à toucher les cœurs et influencer tout simplement ses auditeurs. Signalons ainsi que *"si on répète un mot c'est parce que celui-ci est important, parce qu'on veut faire retentir, dans l'espace d'un paragraphe, d'une page, sa sonorité ainsi que sa signification"⁵⁹*.

- Conclusion

Dans cette recherche, nous avons mis en exergue le discours argumentatif du président français Emmanuel Macron lors de la crise du Corona qui a balayé tout le monde en général et la France en particulier. Bien qu'il est un discours de crise, il était efficace et avait une grande influence sur les auditoires. Ce discours nous a fourni, en effet, les informations précises, les dernières évolutions de la crise et les efforts déployés par les spécialistes pour freiner l'épidémie et rassurer les Français. À travers son discours argumentatif, le dirigeant français a réussi à fonctionner la langue et ses mécanismes dans le processus de communication et de persuasion. Cela reflète la capacité et le pouvoir du mot à influencer les gens et à les orienter à accepter et à se soumettre à une certaine opinion. Macron a visé à leur faire adopter une opinion déterminée sur la crise du Corona. Pour ce faire, il a employé différentes techniques argumentatives et discursives efficaces pour susciter les esprits des Français selon le contexte énoncé et la question posée. Les diversités des arguments employés par Macron ont joué un rôle éminent dans l'orientation des Français à renoncer à de leur liberté et à changer leur mode de vie.

Nous avons passé en revue, tout d'abord, la théorie de l'argumentation de Perelman tout en concentrant sur son concept et ses types. Ensuite, nous avons concentré sur les trois types de preuve, la triade : *"logos-ethos-pathos"*. À travers son discours, le dirigeant français a essayé de construire son image de soi *"l'ethos"*. Il s'est présenté sous différents rôles : *"ethos de chef"* et *"ethos de solidarité"*, pour confirmer ses engagements avec dévouement et efficacité envers son peuple et qu'il est digne de confiance et de porter la responsabilité. Il a aussi provoqué différentes émotions chez ses auditoires telles que : la peur, la pitié, l'espoir etc.. *"pathos"*. Cela

⁵⁹) DELISLE, Jean, *la traduction raisonnée*, op.cit., p.464

visé à éveiller la sympathie et la confiance de toutes les différentes fractions françaises. Nous avons également démontré que Macron a reposé très souvent sur les raisonnements logiques "*logos*", qui conduit à de bonnes conclusions.

Grâce aux techniques rhétoriques, Macron a dépeint un tableau argumentatif imaginaire synthétisant l'élégance et l'éloquence du style. Cette atmosphère particulière et ce style éloquent laissent son impact significatif et persuasif sur les destinataires et les conduisent à atteindre l'objectif souhaité avec beaucoup d'enthousiasme et d'efficacité.

Enfin, nous pourrions signaler que toutes les figures de style utilisées par le président français ne sont pas seulement destinées à orner son discours, mais elles sont également considérées comme des techniques argumentatives visant à influencer et persuader les Français à adopter des actions et des comportements positives face à la crise. Nous pourrions dire qu'elles ont alors plus d'un rôle : rendre le discours "*artificiel et fleuri*" d'une part, et jouer un rôle argumentatif pour susciter les Français d'autre part.

Bibliographie

Corpus

- le discours de 12 mars 2020 : <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2020/03/12/adresse-aux-francais>
- le discours de 16 mars 2020 : <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2020/03/16/adresse-aux-francais-covid19>
- le discours de 31 mars 2021 : <https://www.vie-publique.fr/discours/279295-emmanuel-macron-31032021-covid-19>
- le discours de 12 juillet 2021 : <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2021/07/12/adresse-aux-francais-12-juillet-2021>
- le discours de 9 novembre 2021 : <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2021/11/09/adresse-aux-francais-9-novembre-2021>

Ouvrages français

- AMOSSY, Ruth, *L'argumentation dans le discours*, A. Colin, Paris, 2016,
- ANGENOT, Marc, *Le Dialogue de sourd. Traité de rhétorique antilogique*, Mille et Une Nuits, Paris, 2008,
- DECLERCQ, G., *l'art d'argumenter : structures rhétoriques et littéraires*, Éditions universitaires : Mame, Paris, 1992,
- DELISLE, Jean, *l'analyse du discours comme méthode de traduction, théorie et pratique*, Presses de l'Université d'Ottawa, Canada, 1984,
- DELISLE, Jean, *la traduction raisonnée*, Presses de l'Université d'Ottawa, Canada,, 2021,
- DOURY M., *Argumentation, analyser texte et discours*, A. Colin, Paris, 2021,
- FONTANIER, Pierre, *Les Figures du discours*, Flammarion, Paris, 1977,
- GARDES-TAMINE J. & HUBERT M. C., *dictionnaire de critique littéraire*, A. Colin, Paris, 2002,

- HERSCHBER PIRROT, A., *stylistique de la prose*, Belin, Paris, 1993,
- MAINGUENEAU, Dominique, *L'Analyse du discours*, Hachette, Paris, 1991
- MILJKOVIC, Ivana, *métonymie : Les différentes approches de la métonymie et les exemples de la métonymie en serbe et en français*, académie bulgare des sciences linguistique balkanique LII, 2013
- LEGUERN, Michel, *Sémantique de la métaphore et sémantique de la métonymie*, Larousse, Paris, 1979
- PERELMAN Chaim et OLBRECHTS-TYTECA Lucie, *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*, Éditions de l'Université de Bruxelles, Belgique, 1992.
- RICALENS-POURCHOT, Nicole, *Lexique des figures de style*, A. Colin, Paris, 2014,
- RICOEUR, Paul, *la métaphore vive*, Seuil, Paris, 1975,
- ROBRIEUX. J., *Rhétorique et argumentation*, A. Colin, Paris, 2000,

Sitographies

- <https://fr.wikipedia.org/wiki/Syllogisme> consulté le 15/04/2023
- https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9taphore_fil%C3%A9 consulté le 02/05/2023
- <https://www.lalanguefrancaise.com/linguistique/anadiplose-figure-de-style> consulté le 19/04/2023