



HAL
open science

Un voyage lexical et discursif à travers dix scrutins présidentiels

Paul Bacot

► **To cite this version:**

| Paul Bacot. Un voyage lexical et discursif à travers dix scrutins présidentiels. 2022. ⟨halshs-03593640⟩

HAL Id: halshs-03593640

<https://shs.hal.science/halshs-03593640v1>

Submitted on 2 Jul 2025

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

Un voyage lexical et discursif à travers dix scrutins présidentiels

par Paul Bacot

Depuis que l'élection du président de la République s'opère au suffrage universel direct, dix scrutins se sont succédés, de 1965 à 2017. Compte tenu des changements considérables intervenus durant ce gros demi-siècle dans tous les domaines de la vie sociale, tant en France que dans le monde, on pourrait s'attendre à observer des différences nombreuses et profondes entre le premier et le dernier épisode. Mais le repérage des mots et des outils discursifs utilisés pour faire campagne et pour en rendre compte révèle une grande continuité, malgré quelques évolutions non négligeables. Précisons que nous ne traitons pas ici des thèmes de campagne.

Bacot P., 2022, Les mots de l'élection présidentielle sous la V^e République, Toulouse, Presses Universitaires du Midi.

Paul Bacot est professeur émérite de science politique à Sciences Po Lyon et chercheur à l'UMR Triangle (CNRS/ENS-Lyon), Université de Lyon : paul.bacot@sciencespo-lyon.fr

Un rituel stable

Les mêmes mots et les mêmes figures rhétoriques reviennent quand se préparent les candidatures, puis se développent les campagnes, se construisent les intentions de vote, se multiplient les commentaires et les analyses, s'établit le débat – pour chacun des deux tours. Cette constance tient sans doute à ce que l'enjeu de la consultation n'a guère changé (les attributions du président de la République et la façon dont elles sont exercées sont restées telles que le général de Gaulle les avaient voulues) et à ce que les règles du jeu n'ont évolué qu'à la marge (un scrutin à deux tours avec seulement deux candidats qualifiés pour le second), mais aussi au fait que la période ouverte par la première des dix élections concernées est aussi celle des règnes de la télévision et des sondages – lesquels sont inévitablement dénoncés comme *se trompant* quand ils sont mauvais, et brandis comme une arme décisive lorsqu'ils sont bons.

On parle d'abord de *candidatures*, *déclarées* longtemps à l'avance ou le plus tard possible, de façon plus ou moins solennelle, revendiquées comme *naturelles* ou *légitimes*, soumises à des processus de *désignation* et débouchant sur des *investitures* ou des *soutiens* partisans. Il faut éviter d'être qualifié de *petit candidat*, pour ne pas être victime du *vote utile*. Des *écuries* sont au travail, faisant la *chasse aux signatures*, recherchant des *financements*, construisant des *projets*. Pour cela, il faut un *QG de campagne*.

On a pris l'habitude de voir des *caravanes* durant l'été qui précède le scrutin, des déplacements pour *aller à la rencontre des Français* durant l'automne, des *petites phrases* distillées durant l'hiver, des *meetings* au printemps et parfois des *lettres* adressées aux Français.

Les *livres* tiennent une place importante pour faire connaître les différents protagonistes et leurs *propositions* tout en contribuant à la construction de leur éthos présidentiel par une image auctoriale.

L'adresse utilisée dans les professions de foi, et plus largement dans les discours de campagne, reprend souvent la formulation popularisée par le premier président de la Cinquième République : *Françaises, Français* – mais on a pris progressivement l'habitude de préciser *de la métropole, de l'outre-mer et de l'étranger*, et la variante aujourd'hui dominante à l'oral est *Mes chers compatriotes*.

Les *affaires* occupent toujours une place de choix, avec les fameuses *boules puantes* dont le général de Gaulle disait que ceux qui y ont recours sentent encore plus mauvais qu'elles.

Au soir de chaque tour de scrutin, la *défaite* sera le plus souvent présentée comme une *victoire*, ou du moins comme porteuse de succès ultérieurs – sauf dans de rares cas où elle conduit à l'annonce d'un *retrait* de la vie politique.

La dialectique de l'union et de la division

Les *slogans* doivent dire ce qui distingue les candidats les uns des autres, mais aussi permettre un large rassemblement de suffrages. *Ensemble* sera donc un mot très utilisé, du fait de son caractère très vague. *Changement* également, pour la même raison, même de la part des partisans du président sortant, quitte à l'associer à *continuité* sans craindre l'*oxymore*.

Du début à la fin du processus, comme dans toute la vie politique, il s'agit pour chaque protagoniste de tenter d'imposer son clivage – le clivage qui définit le mieux le camp qu'il veut mobiliser, mais aussi qui lui assure la plus grande part de l'électorat. Cela suppose souvent de s'inscrire en faux contre le clivage de l'adversaire. On constate que ces objectifs sont bien servis par le *chiasme*, croisement de mots (pour Jacques Duclos en 1969, Georges Pompidou et Alain Poher, *c'est blanc bonnet et bonnet blanc*, et pour Jean-Marie Le Pen en 2007, Nicolas Sarkozy et Ségolène Royal, *c'est bonnet rose et rose bonnet*) et par le *mot-valise*, composé de deux mots le plus souvent tronqués (François Bayrou dénonce en 2012 une *sarkhollandisation*), voire par une combinaison d'un chiasme et de mots-valises (Jean-Pierre Chevènement dit en 2002 s'opposer à *Josrac et Chirpin*).

Depuis 1974, et à l'exception de 2002, le temps fort de l'élection présidentielle intervient entre les deux tours : *le débat* qui oppose à la télévision les deux *qualifiés* pour le second tour. Les mêmes outils rhétoriques sont utilisés à chaque épisode, afin tout à la fois de se valoriser et de dévaloriser l'autre, sans trop se vanter et en prenant garde de ne pas humilier l'adversaire. Il faut que ce qui oppose les duellistes soit clair, mais ils ne doivent pas oublier qu'en cas de victoire, il leur faudra être *le président de tous les Français*, selon l'expression consacrée.

De grands moments de rhétorique

D'une manière générale, contrairement à ce que laisserait penser l'habituelle dénonciation de la *langue de bois* des politiques, les personnalités postulant à la charge suprême de la République font preuve d'une grande capacité d'innovation et de créativité rhétoriques, même si elle s'exerce toujours dans un cadre très strict, dont les limites sont celles qui permettent l'affichage de cette fameuse *présidentialité*, dans un scrutin marqué par la *personnalisation*.

L'*anaphore* est largement utilisée, avec un sommet lors du discours de François Hollande au Bourget en 2012, qui répète quinze fois *Moi président...* L'*antonomase*, qui fait d'un nom propre un nom commun, permet de parler d'un *Barbu* à propos d'un candidat marginal, d'un *Chevènement* ou d'une *Taubira* à propos d'un candidat accusé de faire perdre son camp par sa seule présence. Dans la même logique, on parle d'un *21 avril* à propos d'un échec aussi surprenant que spectaculaire. Le *néologisme* permet d'attirer l'attention – y compris lorsqu'il est involontaire et que le mot nouveau résulte d'un lapsus ou d'une faute de français, comme dans le cas d'une célèbre *bravitude* reprochée à Ségolène Royal en 2007 (d'autant plus sévèrement que certains ont peut-être trouvé ainsi l'occasion d'exprimer leur misogynie). L'*hyperbole* est omniprésente, ce qui est logique puisque par définition elle permet d'accentuer tant les revendications que les dénonciations – mais l'exagération ne doit pas nuire à la *crédibilité* de la personne qui l'emploie. La *métaphore* reste une valeur sûre du discours politique, notamment dans sa variante maritime avec l'image de la tempête dans laquelle il faut un solide capitaine (comme le proclame le slogan *Giscard à la barre* en 1974) et non pas un *capitaine de pédalo* (comme Jean-Luc Mélenchon qualifie François Hollande en vue de 2012). La métonymie la plus fréquente est celle qui consiste à parler de *la France* pour dire *les Français* (de qui permet à Valéry Giscard d'Estaing de *la regarder au fond des yeux*).

Le recours à l'ironie est possible, mais avec une grande prudence – la *litote ironique* peut être préférée à la dénonciation brutale (François Mitterrand signalait les *petites erreurs* de Jacques Chirac en 1988). L'*insulte* est évidemment à éviter (la diatribe de Nicolas Sarkozy traitant François Hollande de *petit calomniateur* ne passe donc pas inaperçue), tout comme la *colère* et tout ce qui pourrait apparaître comme une absence de maîtrise de soi pouvant nuire gravement à l'*éthos* du locuteur (même quand Ségolène Royal qualifie la sienne de *saine*). Si la jeunesse du candidat peut être mise en avant, la vieillesse de l'adversaire doit être évoquée avec précaution – mais dans tous les cas, il est bon de revendiquer le soutien des jeunes (*Les jeunes avec...*), voire des très jeunes (*Génération Mitterrand*).

La *présidentialité* d'un candidat est-elle menacée par un écart trop prononcé avec le parler standard ? Rien n'est moins sûr : un fort *accent* du sud-ouest n'a pas empêché Jacques Duclos d'obtenir le meilleur score d'un candidat communiste (en 1969), une pointe d'accent auvergnat n'a pas entravé la victoire finale de Valéry Giscard d'Estaing (en 1974), et l'on a même constaté qu'une façon de s'exprimer éloignée du modèle dominant pouvait rapporter des suffrages périphériques socialement ou géographiquement (notamment pour Jean Lassalle en 2017).

Le changement dans la continuité

Si la continuité prévaut dans le discours tenu en période d'élection présidentielle depuis plus d'un demi-siècle, il convient néanmoins de noter quelques nouveautés reflétant des changements dans le déroulement du scrutin. On a oublié que l'introduction du débat télévisé d'entre-deux-tours, régi de fait par des contraintes spécifiques particulièrement exigeantes, ne date que de 1974. Mais l'arrivée des *femmes* dans la compétition, notamment dans celle du second tour en 2007 avec Ségolène Royal, est un phénomène encore en cours, faute que l'une d'elles ait jusqu'ici accédé à la présidence. Ce changement complexifie la rhétorique utilisée dans le souci d'éviter, pour l'un d'apparaître trop ou pas assez courtois, et pour l'autre de sembler jouer de sa féminité de façon contre-productive. Pour la même raison, les prénoms prennent de l'importance dans la présentation des protagonistes, lorsqu'il s'agit de femmes (*Arlette, Huguette, Ségolène, Marine...*).

Par ailleurs, la rigueur accrue dans les conditions d'obtention des *parrainages* permettant l'accession à la candidature a conduit au développement d'un discours de récrimination de la part de celles et ceux qui se trouvent exclus ou qui font croire qu'ils risquent de l'être, dans une stratégie de victimisation. On retiendra également l'intrusion croissante de considérations judiciaires pendant et après la campagne électorale et du vocabulaire qui va avec (*perquisition, mise en examen*), en lien notamment avec l'avènement d'une réglementation sévère de son financement. L'apparition de *primaires*, plus ou moins *ouvertes*, figure aussi parmi les changements notables. Enfin, certaines innovations techniques ne sont pas sans effets sur le discours de campagne : on pense bien sûr à Internet et aux ainsi dénommés *réseaux sociaux*, qui favorisent chez les citoyens engagés un langage, disons, plus direct.

Bacot P., Gaboriaux C., Le Bart C., Mayaffre D., éd., 2016, *Discours présidentiels et de présidentielles, Mots. Les langages du politique* (112), Lyon : ENS-Éditions

Kerbrat-Orecchioni C., 2017, *Les débats de l'entre-deux-tours des élections présidentielles françaises. Constantes et évolutions d'un genre*, Paris : L'Harmattan

Winock M., 2016, *Les élections présidentielles en France, 1958-2012*, Paris : Perrin