

Colloquium

L'Unione europea tra pandemia, nuove crisi e prospettive future

A cura di Denise Milizia e Alida Maria Silletti

ISSN 2281-9290
ISBN 978-88-5513-097-4

Copyright 2023

LED Edizioni Universitarie di Lettere Economia Diritto
Via Cervignano 4 - 20137 Milano
Catalogo: www.lededizioni.com

I diritti di riproduzione, memorizzazione e archiviazione elettronica, pubblicazione con qualsiasi mezzo analogico o digitale (comprese le copie fotostatiche, i supporti digitali e. l'inserimento in banche dati) e i diritti di traduzione e di adattamento totale o parziale sono riservati per tutti i paesi.

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume o fascicolo di periodico dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633.

Le fotocopie effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da CLEARedi, Centro Licenze e Autorizzazione per le Riproduzioni Editoriali, Corso di Porta Romana 108, 20122 Milano
e-mail autorizzazioni@clearedi.org - sito web www.clearedi.org

La Commissione europea sostiene la presente pubblicazione
mediante risorse attribuite a Europe Direct Puglia

Cofinanziato dall'UE



EUROPE DIRECT
Puglia



**Centro di
Documentazione Europea**
Università degli Studi di Bari Aldo Moro

I contributi sono stati sottoposti a valutazione tramite referaggio cieco.

Videoimpaginazione: Paola Mignanego
Stampa: Logo

Sommario

Prefazione	7
<i>Giuseppe Moro - Valeria Di Comite</i>	
L'Europa e il mondo in un contesto di crisi multiple e multiformi	9
<i>Denise Milizia - Alida Maria Silletti</i>	
Interview to Stanley Johnson	21
<i>Denise Milizia - Alida Maria Silletti</i>	

SEZIONE 1

Le crisi declinate in una prospettiva giuridico-istituzionale europea

La Conferenza sul futuro dell'Europa: le prospettive di riforma dell'Unione europea secondo i cittadini e la loro (difficile) attuazione	35
<i>Angela Maria Romito</i>	
La risposta dell'Unione europea all'invasione dell'Ucraina tra condanna della condotta russa e solidarietà alla popolazione ucraina	51
<i>Valeria Di Comite</i>	
Le iniziative internazionali e dell'UE rispetto ai crimini compiuti nella guerra in Ucraina	69
<i>Egeria Nalin</i>	

SEZIONE 2

Quali crisi? Alcune prospettive linguistico-istituzionali nazionali e internazionali

Le Pacte vert pour l'Europe et les termes de la relance. Étude linguistique de deux corpus français et italien	83
<i>Gabriella Serrone</i>	

Les “petites phrases” de la campagne présidentielle de Marine Le Pen: quel type d’information? <i>Alida Maria Silletti</i>	103
Political Polarization and the Coronavirus Pandemic in the United States <i>Laura Olson</i>	123
The Cost-of-Living Crisis in the UK: An Economy on the Edge <i>Marion Ellison</i>	143
“Facts, not Fear”: Islamophobia, Coronaphobia and the Language of Fear <i>Marisa Della Gatta</i>	165
Le Autrici	179

Alida Maria Silletti

Les “petites phrases” de la campagne présidentielle de Marine Le Pen: quel type d’information?

DOI: <https://doi.org/10.7359/097-2023-sila>

alida.silletti@uniba.it

ABSTRACT

This research deals with the electoral campaign for 2022 presidential elections in France. Starting from the distinction between the French expressions “mésinformation”, “désinformation” and “information malveillante”, it aims at analysing Marine Le Pen’s argumentation during her campaign and the type of information which is spread via social media, namely Twitter. In particular, attention will be paid to a video published in the Twitter counter-profile “Sans lui” in order to examine its sound bites. Methodological framework is based on the analysis of digital discourse (Paveau 2016; Lacaze 2021, among others) and on French political and media discourse (Krieg-Planque 2009, 2011; Amossy 2014; Charaudeau 2020, 2022; Maingueneau 2021; Wabnich 2022, among others). The results of this analysis show that sound bites used by Marine Le Pen mostly express disinformation and malevolent information. This result is in line with populist rhetoric by Marine Le Pen and her party and, more in general, with the “crisis of truth” (Charaudeau 2020) that characterizes contemporary times.

1. INTRODUCTION

Dans un document publié en ligne en 2020 et adressé aux écoles, le Conseil de l’Europe rappelle que “[l]a propagande, la désinformation et les infox peuvent polariser l’opinion publique, promouvoir l’extrémisme violent et les discours haineux, [...] saper les démocraties et réduire la confiance dans les processus démocratiques”¹. Il souligne également qu’il est opportun d’effectuer une distinction entre les trois termes de “propagande”, “désinformation” et “fausses nouvelles”, qui “sont utilisés pour désigner les diverses formes sous lesquelles le partage de l’information peut – intentionnellement ou non – causer un préjudice – généralement en lien avec la défense d’une cause ou d’une vision

¹ <https://www.coe.int/fr/web/campaign-free-to-speak-safe-to-learn/dealing-with-propaganda-misinformation-and-fake-news#4>

morale ou politique particulière”. Ce même document définit les trois termes de “*mésinformation*”, “*désinformation*” et “*information malveillante*”. Par le premier, on entend une information fausse qui n’est pas partagée dans l’intention de nuire; par le second, on fait référence à une information fausse qui est délibérément partagée pour porter préjudice, alors qu’il y a “*information malveillante*” en cas d’information fondée sur des faits réels mais utilisée pour porter préjudice. Ces trois déclinaisons de l’information feront l’objet de la présente contribution sur la campagne électorale pour l’élection présidentielle de 2022 en France de Marine Le Pen, candidate du Rassemblement national (RN), sur Twitter. Elle s’inscrit ainsi dans une réflexion sur la manière dont une information relayée par les médias peut être exploitée par les politiques, et à quel(s) but(s). Nous nous intéresserons notamment à la nature de cette information et au “*passage*” qu’elle subit lorsque les politiques la rapportent, se l’appropriant dans une visée qui est souvent différente de celle qui a inspiré son auteur-e. C’est ainsi la question plus générale de la fiabilité des informations diffusées dans le contexte politico-médiatique contemporain qui sera prise en compte. En particulier, nous examinerons un phénomène discursif fréquemment utilisé par les médias et (ré)approprié par la politique: les “*petites phrases*” (Krieg-Planque 2011). Notre cadre méthodologique repose sur l’analyse du discours français (Maingueneau 2006, 2021; Amossy 2014; Paveau 2015, 2016, 2017; Charaudeau 2020, 2022; Moirand 2021), que nous appliquerons à l’analyse du discours numérique sur Twitter (Longhi 2013; Lacaze 2021) et des “*petites phrases*” (Krieg-Planque 2011; Maingueneau 2012) utilisées par Marine Le Pen et par le RN en vue du premier tour de l’élection présidentielle, qui s’est déroulé le 10 avril 2022.

Après avoir mieux encadré le contexte et le corpus, nous nous approcherons des “*petites phrases*” contenues dans un document audiovisuel figurant dans un tweet issu du profil Twitter de Marine Le Pen pour la présidentielle de 2022. Celles-ci seront examinées à partir de leur construction, de la source de l’information, de leur appropriation par les médias, de leur réappropriation par Marine Le Pen et par le RN, et des stratégies discursives utilisées à l’encontre d’Emmanuel Macron. C’est en effet ce candidat qui fait l’objet des “*petites phrases*” réappropriées par Marine Le Pen. Dans notre discussion et dans nos conclusions, nous soulignerons que l’information diffusée par le biais des “*petites phrases*” examinées est une information qui oscille entre la désinformation et l’information malveillante, dans un argumentaire qui relève d’un discours d’extrême droite et d’une rhétorique populiste, sur fond de crises multiples.

2. LA CAMPAGNE DE MARINE LE PEN POUR L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE DE 2022 DANS LES MÉDIAS: “SANS LUI”

Marine Le Pen annonce sa candidature à l'élection présidentielle de 2022 le 12 septembre 2021, lors d'un rassemblement à Fréjus, quand elle lance officiellement sa campagne en préconisant “deux alternatives” opposées pour la France, à savoir sa “dissolution” ou bien “un sursaut salutaire”², et en cédant la présidence du RN à Jordan Bardella.

Parmi les autres candidatures, celle d'Emmanuel Macron est la dernière d'un point de vue temporel. Le 28 janvier 2022, l'entourage d'Emmanuel Macron diffuse dans les médias de manière non officielle le slogan “Avec vous” en vue de présenter sa candidature à la présidentielle de 2022. Ce n'est pour autant que le 4 mars 2022, c'est-à-dire le dernier jour disponible, qu'Emmanuel Macron annonce officiellement sa candidature et son slogan (Fig. 1), qui correspondent également à un site web et à un profil Twitter homonymes: “Emmanuel Macron avec vous”.



Figure 1. – Capture d'écran du site web, du profil Twitter et du slogan de campagne d'Emmanuel Macron³.

Le 4 février 2022, Marine Le Pen et son entourage créent un contre-slogan, “Sans lui avec Marine”, à l'encontre de la candidature d'Emmanuel Macron, auquel correspondent un “contre-site web” et un “contre-profil Twitter” appelés “Sans lui”, liés au site web de campagne de Marine Le Pen www.mlafrance.fr (Fig. 2). #SansLui devient également un hashtag par lequel Marine Le Pen, son parti et ses supporter-euse-s s'identifient dans le but de délégitimer la présidence

² <https://rassemblementnational.fr/videos/discours-de-marine-le-pen-a-frejus-3/>

³ Nous tenons à préciser que ce slogan sera remplacé, fin mars 2022, par un autre slogan, “Nous tous”.

d'Emmanuel Macron et la majorité présidentielle. Par rapport au matériel de propagande créé et diffusé pour l'élection présidentielle de 2022 de Marine Le Pen, et à son support, notre attention sera focalisée sur Twitter. C'est en effet, entre autres, sur ce réseau socio-numérique qu'est créé le profil Twitter "Sans lui", à savoir un syntagme prépositionnel à valeur de restriction et d'exclusion à l'encontre d'Emmanuel Macron. Son figement linguistique est dû à ses deux unités, qui se stabilisent par rapport au slogan qui en est à l'origine. Le slogan "Sans lui" est ainsi un "double" (Amossy 2014) par rapport à l'original, qui devient pour autant également sa raison d'être: "Sans lui" n'est en effet justifié que par "Avec vous". Le profil "Sans lui" vise à promouvoir la candidature de Marine Le Pen en se servant, par opposition, de son adversaire, comme le montre "avec Marine" et donc "avec nous" *versus* "avec vous" du slogan d'Emmanuel Macron. De ce point de vue, "Sans lui" peut être considéré comme un support d'autopromotion (Lacaze 2021) par lequel Marine Le Pen et son parti se présentent clairement comme l'alternative à Emmanuel Macron et à la majorité présidentielle, et invitent à partager les informations qui sont publiées sur ce profil.



Figure 2. – Capture d'écran du contre-slogan "Sans lui avec Marine" et du profil Twitter "Sans lui".

Comme il émerge déjà du contre-slogan présenté dans la Figure 2, l'opposition entre les deux candidats est claire: d'une part, Emmanuel Macron, qui est en noir et blanc, représente le passé, à savoir ce qui a nui à la France; de l'autre, Marine Le Pen, en couleurs, représente l'avenir de la France si le vote lui est accordé. Tout cela est renforcé par "sans lui" et par "avec marine" en dessus des deux photos. Ce binôme contraire, au sein du profil Twitter "Sans lui", se révèle être, comme nous le montrerons, pour Marine Le Pen (et pour le RN), un outil de

manipulation de son électorat potentiel très efficace. Ce profil permet à Marine Le Pen et au RN de faire campagne en tirant profit de tout ce que Twitter met à la disposition de ses utilisateur-trice-s, *via* le matériel qui y est publié. Il en résulte une rapidité de diffusion et de partage, ainsi qu’une viralité qui sont accrues également par les outils technodiscursifs (Paveau 2015) qui complètent chaque tweet. Il est ainsi possible de dépasser les 360 caractères officiellement admis (Longhi 2013) par Twitter par le biais de hashtags, de mentions, d’(émot)icônes, mais aussi de vidéos, de photos avec leur légende, de slogans. Un tweet est alors un “iconotexte” (Maingueneau 2015) où la partie langagière et la partie visuelle interagissent dans un tout.

3. LES “PETITES PHRASES”

Le phénomène des “petites phrases” met en cause les “relations inextricables entre trace, éthique et pouvoir” (Maingueneau 2021: 166) et n’est ni récent ni nouveau. Brasart (1994) le fait remonter au discours parlementaire révolutionnaire de la fin du XVIII^e siècle, lorsque, dans leurs discours, les orateurs intègrent la stratégie rhétorique de la réduction à l’égard des dires de leurs adversaires à partir d’une phrase authentiquement proférée ou délibérément déformée. Par une synecdoque, les grands discours sont réduits à une phrase emblématique qui joue le rôle de porte-parole du tout. Une “petite phrase” est donc une expression “extraite des propos d’un personnage politique et abondamment commentée par les médias”⁴, “un syntagme dénominatif métalinguistique non savant” (Krieg-Planque 2011: 26), généralement concis, de peu de mots, issu d’acteur-trice-s de la vie politique et médiatique. Les médias les réemploient pour qualifier des énoncés spécifiques à leur milieu (Boyer, Gaboriaux 2018) en vue d’en tirer un effet maximal. Ainsi, en termes pragmatiques, les “petites phrases” sont-elles des citations pourvues de sens et d’autosuffisance qui se prêtent à une manipulation de leurs utilisateur-trice-s et à un détournement par les rapporteur-euse-s de ce dire autre s’il est hors contexte. La diffusion des “petites phrases” créées et rapportées par les médias vise donc à les faire circuler et à permettre, entre autres, à des politiques de se les approprier. Krieg-Planque et Ollivier-Yaniv (2011) remarquent que, lorsque le phénomène des “petites phrases” est lié au discours des res-

⁴ *Le Petit Robert* 2016, article “Petite phrase”.

ponsables politiques, leur réemploi confère souvent au syntagme une acception négative de déploration, une visibilité (mais qui est en fait éphémère) et une dégradation du langage politique puisque les “petites phrases” sont détournées de leur contexte d’apparition. Du fait d’être des fragments de discours normalement décontextualisés, les “petites phrases” attirent l’attention et suscitent la polémique (Krieg-Planque, Ollivier-Yaniv 2011).

En termes énonciatifs, une “petite phrase” est une phrase détachée, soumise à des contraintes spécifiques (Maingueneau 2012). Il s’agit d’une forme de discours rapporté, qui apparaît entre guillemets et dont les médias et la politique s’emparent dans un but qui est souvent différent de celui de la personne qui l’énonce. Cette “surassertion” (Maingueneau 2006) permet au fragment détaché de mener une vie propre car “[l]e véritable contexte d’une ‘petite phrase’ [...] n’est [...] pas le texte source, mais l’espace ouvert de sa circulation, la multitude de lieux où elle est reprise et commentée” (Maingueneau 2021: 91). Son succès dans la société relève, entre autres, des intérêts idéologiques qui incitent les acteur-trice-s de la communication à disqualifier les propos d’un-e politique donné-e. Cette disqualification est par ailleurs favorisée par le fait que des énoncés politiquement incorrects ont tendance à devenir de bons candidats de “petites phrases” dans le discours des médias, par le biais d’une manipulation plus ou moins consciente de ceux-ci (Charaudeau 2020).

Une “petite phrase” est donc co-construite par les médias et par les politiques: elle tient lieu d’un discours totalisant (Krieg-Planque 2011) considéré comme relevant à un moment particulier par une partie de l’opinion publique (Maingueneau 2006) et dans le domaine particulier où il est prononcé par quelqu’un qui jouit d’une autorité (Krieg-Planque 2011).

Enfin, il ne faut pas oublier qu’une “petite phrase” peut être le résultat non seulement de la citation d’un fragment identique à l’original, détourné de son contexte primaire, mais également d’une extraction tronquée d’une phrase, dont on ne rapporte que la partie qui est potentiellement plus encline à “mener une vie propre”, voire d’une reformulation relativement fidèle à l’esprit du discours d’où elle est tirée (Boyer, Gaboriaux 2018).

Ces caractéristiques témoignent de la présence de “petites phrases” dans le discours de Marine Le Pen (et du RN) à l’encontre de son adversaire politique, Emmanuel Macron, à l’appui d’une décontextualisation, voire d’un détournement d’énoncés prononcés par ce dernier au cours de son (premier) quinquennat.

4. ANALYSE DE LA VIDÉO “ÉCHECS LE QUINQUENNAT MACRON”

Depuis sa création, le 4 février 2022, et jusqu’au 8 avril 2022, date où la campagne pour le premier tour de la présidentielle de 2022 prend fin, le profil “Sans lui” compte 261 tweets originaux, hormis les retweets⁵. Par rapport aux informations que Marine Le Pen et le RN véhiculent *via* “Sans lui”, nous analyserons l’emploi qui est fait des “petites phrases” au sein des tweets publiés dans ce profil. Le phénomène discursif des “petites phrases” – que nous détaillerons au paragraphe suivant – est fréquemment exploité par les médias et par la politique. Il en va de même pour Marine Le Pen et pour son parti, qui se servent d’énoncés prononcés par Emmanuel Macron qui sont publiés au sein de “Sans lui” et réutilisés en tant que “petites phrases”.

Au sein du matériel technodiscursif disponible dans le profil Twitter “Sans lui”, un tweet du 2 avril 2022 pourvu d’une vidéo a retenu notre attention (*Fig. 3*).



Figure 3. – Capture d’écran du tweet publié le 2 avril 2022 dans le profil Twitter “Sans lui” (<https://twitter.com/i/status/1510270840218169353>).

⁵ Nous tenons à préciser que ce profil Twitter est largement utilisé même lors de la campagne pour le second tour (mais il s’arrête aux résultats du 24 avril) pour être ensuite réutilisé pour donner les résultats des élections législatives du 19 juin 2022, consacrant le score exceptionnel de 89 sièges RN à l’Assemblée nationale (données vérifiées au 18 juillet 2022). La plupart des tweets qui y figurent, y compris le tweet qui fera l’objet de notre analyse, sont diffusés pour la première fois lors de la campagne pour le premier tour pour être ensuite réutilisés pendant l’entre-deux-tours. C’est pourquoi nous avons décidé, entre autres, de focaliser notre attention sur la période précédant le premier tour.

Plutôt que de focaliser l'attention sur tous les tweets contenant des “petites phrases” – lesquelles se répètent généralement d'un billet aux autres –, notre choix a porté sur une brève vidéo postée le 2 avril 2022 car celle-ci réunit toutes les “petites phrases” utilisées dans le profil “Sans lui”. C'est pourquoi notre analyse, qui ne relève apparemment que d'un tweet, reprend en fait les “petites phrases” qui figurent dans d'autres tweets du profil “Sans lui”.

Il s'agit d'un tweet complexe qui comporte de nombreux éléments technodiscursifs (Paveau 2017). Il contient des (émot)icônes, des hashtags, des conventions graphiques aptes à attirer l'attention, comme les majuscules, et surtout une vidéo, qui clôt graphiquement le tweet. Cette vidéo est en fait le point de départ pour accéder à l'univers discursif renfermé par le tweet, qui est le pivot de l'argumentaire de Marine Le Pen et du RN. Dans la *Figure 3*, l'émoticonne initiale montre une personne exaspérée. La cause en est, comme la partie langagière le souligne, la présidence Macron, définie “une longue descente aux enfers”. L'emploi de cette métaphore infernale est souvent associé aux dangers des régimes populistes⁶ et souligne la filiation de l'argumentation politique de Marine Le Pen et du RN avec ce qui relève de la rhétorique populiste (Charaudeau 2022) et de l'idéologie de l'extrême droite, en dépit des tentatives de renouvellement du discours du parti et de sa leader (Wahnich, Alduy 2015; Wahnich 2022). Pourtant, cette époque “infernale” est considérée par Marine Le Pen et par le RN révolue, comme en témoigne le passé simple “fut”. Pour sa part, “Macron” y apparaît sous forme de hashtag et cette phrase se termine par les trois points de suspension, ouvrant sur l'avenir. À la ligne suivante, en effet, la partie langagière est introduite par le symbole d'un bulletin de vote, qui se rapporte à l'actualité, à savoir le vote pour le premier tour de la présidentielle du 10 avril 2022. Il s'agit d'un appel au vote des Français, sorte d'“appel au peuple” typique des discours populistes (Charaudeau 2022) – cette indication est par ailleurs accompagnée du drapeau tricolore français – pour arrêter la “dynamique infernale” poursuivie par Emmanuel Macron par “le SEUL vote qui vaille”⁷, c'est-à-dire celui pour “Marine Présidente” (qui figure comme hashtag). Cette phrase vise à exclure les autres candidat-e-s mais elle souligne en même temps l'exclusivité de Marine Le Pen, comme il émerge de “SEUL”. Cette

⁶ Rappelons, à ce propos, la situation en Turquie, en Autriche ou à l'égard du fascisme (voir, entre autres, <https://www.sciencespo.fr/research/cogito/home/un-populisme-des-populismes/>).

⁷ Majuscules dans l'original, dans ce cas comme dans les suivants.

prémisse langagière, enrichie d'éléments technodiscursifs, peut ainsi être considérée comme un “discours d'escorte” qui influence la lecture et l'interprétation du contenu principal (Simon *et al.* 2017), qui est représenté par la vidéo.

De prime abord, deux éléments de la vidéo retiennent l'attention de l'auditoire: des yeux, en noir et blanc, qui sont ceux d'Emmanuel Macron, et, en blanc, en grands caractères ronds, l'écriture “échec” se terminant par un “s” en rouge, suivie, en dessous, de l'indication, en caractères ronds petits, en blanc, “le quinquennat Macron”. Cette vidéo devrait ainsi confirmer que la présidence Macron a été une “longue descente aux enfers” et donc un “échec” composé de différents “moments-échecs” discursifs qui se sont poursuivis le long du quinquennat, d'où le pluriel marqué par le rouge. Enfin, en haut, il est possible de lire qu'il s'agit d'“une production sanslui.fr”: sa source est ainsi représentée par celles et ceux qui gèrent ce profil Twitter et qu'il est aisément possible d'identifier par Marine Le Pen et par son entourage. D'où une prise en charge explicite de leur part à propos de la vidéo et de ses contenus, portant sur ce qui devrait justifier cette “longue descente aux enfers”. Cette vidéo est activable par un simple clic depuis le lien <https://twitter.com/i/status/1510270840218169353> et ne dure que 3min17.

En parcourant la vidéo, l'impression est d'avoir affaire à un court-métrage composé de différents fragments, à savoir la narration des “moments-échecs” discursifs du quinquennat Macron qui sont accompagnés par une musique de fond au rythme soutenu qui joue le rôle de contour anxigène. Dans la vidéo, nous avons recélé dix-sept fragments discursifs, autant d'épisodes de la “longue descente aux enfers” annoncée par le tweet, accompagnés d'une date, d'un titre et de preuves à l'appui tirées des médias et commentées par le RN. Parmi les dix-sept fragments, six contiennent des “petites phrases” dans le titre ou dans leur contenu.

Pour cette étude, notre attention sera focalisée sur trois fragments contenant une “petite phrase”. Il s'agit du fragment no. 1, titré “29 JUIN 2017 LE MÉPRIS”, du fragment no. 6, “6 MARS 2020 “LA VIE CONTINUE”” et du fragment no. 8, “JANVIER 2021 L'AFFAIRE DU TEXTO”. Le travail d'identification des “petites phrases” a tenu compte des critères suivants: le détournement d'une déclaration de son contexte primaire et de son auteur-e; la source de l'information détournée diffusée; la reprise de cette déclaration en mention ou en usage et la présence d'une modalisation autonymique en termes graphiques et sémantiques; le contexte de diffusion de cette déclaration

et son appropriation par les médias; sa “surassertion” et donc sa réappropriation par le RN et par Marine Le Pen; les stratégies discursives utilisées et leur effet auprès du public. Quant à leur fragmentation, les “petites phrases” qui font l’objet de cette recherche ne sont pas le résultat d’une reformulation de la part des médias mais d’une expression tronquée initialement prononcée par Emmanuel Macron, reprise par les médias et réappropriée par la politique.

4.1. *“Les gens qui réussissent et les gens qui ne sont rien”*

La première “petite phrase” s’inscrit dans le début du quinquennat d’Emmanuel Macron et elle ouvre également les épisodes du court-métrage de la “longue descente aux enfers”. Elle est tirée d’un discours d’Emmanuel Macron prononcé devant les représentant-e-s des start-ups le 29 juin 2017 dans un ancien bâtiment d’une gare transformée en un incubateur, à Paris. À cette occasion, le Président de la République rappelle que cet endroit sera un lieu d’échange où il est possible de rencontrer “les gens qui réussissent” – car ils ont travaillé et dont la réussite est le résultat de leur travail – et “les gens qui ne sont rien”, à savoir pour lesquels cela n’a pas été possible. À partir de cette déclaration – que même Wikipédia qualifie désormais de “petite phrase”⁸ –, tant dans la presse française nationale et locale qu’auprès des commentateur-trice-s politiques, cette déclaration fait le tour de la Toile. Les médias font ainsi rapidement circuler cette “petite phrase”, qui commence aussitôt à être isolée et détournée de son contexte réel et dont le partage et la viralité augmentent à l’approche et lors de la campagne pour l’élection présidentielle de 2022. Dans la vidéo du 2 avril 2022, que le RN et Marine Le Pen étiquettent d’expression du “mépris”, apparaît un bref extrait de la vidéo de 2017 où Emmanuel Macron prononce ce qui deviendra une “petite phrase” (Fig. 4), généralisée à la présidence Macron par le RN et par Marine Le Pen. En effet, dans la légende, le contexte de cette déclaration est réduit à “lors d’une conférence”, laissant croire qu’il s’agit d’une attitude habituelle d’Emmanuel Macron et que c’est à partir de ses premiers pas comme Président de la République qu’il est possible de dévoiler “son véritable visage”. Ce dernier syntagme est mis en vedette par un surlignage, suivi par la “petite phrase” entre guillemets. Cela permet à Marine Le Pen et à son parti de

⁸ Voir, à ce propos, l’article consacré à cette “petite phrase”: https://fr.wikipedia.org/wiki/Les_gens_qui_r%C3%A9ussissent_et_les_gens_qui_ne_sont_rien

se servir de la stratégie discursive du dévoilement (Charaudeau 2020), typique de la rhétorique populiste et identifiable à partir, entre autres, de l'épithète “véritable”, pour montrer à leur auditoire ce que les autres lui cacheraient. À bien y voir, cependant, c'est également une autre stratégie typique de la rhétorique populiste qui apparaît, c'est-à-dire celle de victimisation des autres (Charaudeau 2020), que les RN et Marine Le Pen véhiculent par le biais des “gens qui ne sont rien”, qui reste par ailleurs décontextualisé et isolé, dépourvu de tout commentaire.

Bref, c'est plus en général le reproche stéréotypé adressé à Emmanuel Macron d'être “le président des riches” qui méprise “les gens qui ne sont rien” qui apparaît dans ce premier fragment. Marine Le Pen et le RN font ainsi de cette “petite phrase” une attaque *ad hominem* à l'encontre d'Emmanuel Macron dans sa personne et par rapport à son rôle, dont le but est de dégrader son image pour renforcer leur propre vérité.



Figure 4. – Capture d'écran du fragment no. 1 du tweet publié le 2 avril 2022 (<https://twitter.com/i/status/1510270840218169353>).

4.2. “La vie continue”

Le fragment no. 6 a pour titre “6 MARS 2020 ‘LA VIE CONTINUE’”: c’est déjà dans ce titre qu’apparaît la seconde “petite phrase”, isolée par des guillemets. Son contexte d’énonciation relève d’une déclaration prononcée par Emmanuel Macron le 6 mars 2020, lorsque, à la sortie du théâtre avec sa femme, d’où est tirée la photo en noir et blanc présentée dans la vidéo (Fig. 5) (dont la source est AFP, comme il est indiqué dans la photo), le couple, souriant, incite la population à continuer sa vie normale.



Figure 5. – Capture d’écran du fragment no. 6 du tweet publié le 2 avril 2022 (<https://twitter.com/i/status/1510270840218169353>).

Le contexte est celui du tout début de l’épidémie de Covid-19 et cette invitation concerne les gens qui ne sont pas infectés ou qui ne sont pas des personnes fragiles. Cette déclaration arrive donc lorsque la crise de coronavirus n’est pas encore considérée comme une pandémie par

l’OMS et que – au moins en France – aucune mesure restrictive n’est encore adoptée par le gouvernement français. Elle est par ailleurs prononcée à un moment où, par peur d’être infecté, la tendance est de ne pas sortir de chez soi, paralysant la fréquentation des lieux de culture, qui deviennent ainsi non indispensables. C’est la légende avec le commentaire du RN et de Marine Le Pen à propos de cette photo et de cette déclaration, rapportée par la presse, qui accroît le potentiel de diffusion et de partage de cette “petite phrase”. La volonté est, par une autre généralisation, de dénoncer que l’attitude d’Emmanuel Macron et de sa femme Brigitte n’est pas appropriée à la situation et qu’Emmanuel Macron et le couple présidentiel ne sont pas conformes à leur rôle. Cela est démontré, en termes graphiques, par le surlignage “vont au théâtre” suivi de “malgré le coronavirus”, repris par le titre d’accroche de la photo. Cette position du couple présidentiel, qui affirme “La vie continue”, le 6 mars 2020, serait ainsi à l’origine de l’attaque *ad personam* que le RN et Marine Le Pen adressent à Emmanuel Macron et à sa femme, dans leur vie publique, en tant que représentants d’une action inappropriée à leur rôle, pour les discréditer.

4.3. “Tiens bon, on les aura ces connards”

Quant à elle, la troisième “petite phrase” est plus récente et s’insère également dans le contexte marqué par la crise de coronavirus. Elle partage avec la “petite phrase” précédente le fait de montrer une image en noir et blanc (Fig. 6) – symbole d’un passé sombre, désormais révolu –, encadrée au sein d’un extrait dépourvu de sources. Le titre de ce fragment présente une date – janvier 2021 – et un intertitre: “L’affaire du texto”. La tendance à titrer les épisodes de cette vidéo en les faisant apparaître comme des “affaires” n’est pas inusuelle; elle rentre dans la stratégie de dévoilement précitée, autour du “Je vous dis ce qu’on vous cache” (Charaudeau 2020: 145). Dans l’image, il est possible de voir Emmanuel Macron et son ancien ministre de la Santé, Olivier Véran, en train de parler, dans un endroit institutionnel (sur le fond, on peut déceler les drapeaux de la France et de l’UE). Le contenu de leur échange devrait porter sur le titre d’accroche de l’image, à savoir “Tiens bon, on les aura ces connards”, entre guillemets, à savoir une expression attribuée à Emmanuel Macron et adressée à son ministre. Dans le sous-titre, qui souligne les critiques à l’encontre d’Olivier Véran, est pour autant mis en exergue le soutien qu’Emmanuel Macron lui consacre à partir d’un texto que ce dernier lui aurait envoyé en janvier 2021. C’est encore

une fois la stratégie du dévoilement qui est évoquée dans le commentaire à cet épisode de la part du RN, où est repris le texte du SMS, entre guillemets et sans aucune marque de “politiquement correct” (Dias *et al.* 2021) – confirmant ainsi la tendance des expressions politiquement incorrectes de devenir des “petites phrases” – et où les deux politiques sont montrés l’un à côté de l’autre, justifiant leur entente par rapport à la gestion de la crise sanitaire. Cette photo joue ainsi le rôle de “revendication d’authenticité” (Charaudeau 2020: 111) et de garantie des faits rapportés et témoignés par le texto. Dans le commentaire du RN, où la “petite phrase” est surlignée, il est clairement indiqué qu’Emmanuel Macron défend son ministre malgré le “plein échec dans la gestion de la crise sanitaire” de la part du gouvernement.



Figure 6. – Capture d’écran du fragment no. 8 du tweet publié le 2 avril 2022 (<https://twitter.com/i/status/1510270840218169353>).

Or, le contexte réel de ce texto, lequel n’est en fait relayé que par certains titres de la presse régionale française et de la presse non nationale,

ainsi que par la presse proche de Marine Le Pen et du RN⁹, remonte aux oppositions, au sein de l’Assemblée nationale, à l’instauration d’un passe sanitaire en France (qui sera enfin instauré le 31 mai 2021). Dans le cadre de cette approbation, Emmanuel Macron aurait envoyé un texto à Olivier Véran, ministre de la Santé, à l’encontre des détracteurs du passe sanitaire. Ainsi la presse non nationale et plus inclinée à Marine Le Pen et au RN fait-elle circuler ce SMS, qui devient aussitôt une “petite phrase” et “une affaire”, à savoir la construction médiatique d’un scandale. Tout cela confirmerait l’inadéquation d’Emmanuel Macron vis-à-vis de son rôle, de ses mots et de ses ministres face à la gestion de la crise sanitaire, dont tous seraient responsables. C’est donc par le biais d’une autre attaque *ad personam*, à l’encontre d’Emmanuel Macron et de sa majorité présidentielle, que Marine Le Pen et le RN dévoilent “leur” vérité à un auditoire composé de leur électorat réel et potentiel par rapport à la “longue descente aux enfers” témoignée par les échecs du quinquennat Macron. Les Français-es ont pour autant une solution pour y mettre fin, comme il apparaît à la fin de la vidéo: créer une France “sans lui avec Marine”, là où la photo de Marine Le Pen, souriante, en couleurs, par rapport à celle d’Emmanuel Macron toujours en noir en blanc, marque, encore une fois, un passé révolu qui ne devra plus revenir ainsi que, d’un autre point de vue, l’affermissement et la projection, par Marine Le Pen, de son *ethos* (Amossy 2014¹⁰).

5. DISCUSSION ET REMARQUES FINALES

Les épisodes de la vidéo “échecs le quinquennat Macron” parcourant le quinquennat d’Emmanuel Macron sont exploités par Marine Le Pen et par le RN pour confirmer qu’Emmanuel Macron ne peut et ne doit pas être réélu à la présidence de la République. Bien que nous n’ayons examiné que trois des dix-sept épisodes qui y figurent, chaque fragment est l’expression d’un “instant discursif” (Moirand 2021) “violent” tiré des médias, que le RN et Marine Le Pen recontextualisent et maximisent dans ses effets, et que Marine Le Pen s’approprie pour attaquer son adversaire et ce qu’il représente. Dans ce but, des attaques *ad hominem*

⁹ On rappelle, à ce propos, entre autres, *20min.ch*, *7sur7.be*, *Charente Libre*, *Valeurs actuelles*, respectivement.

¹⁰ Amossy (2014: 13) définit l’*ethos* “l’image que l’orateur construit de sa propre personne pour assurer sa crédibilité”.

et *ad personam* sont adressées à l'encontre d'Emmanuel Macron même *via* des “petites phrases” pour viser ce qu'il représente et ceux-elles qui l'entourent en tant que personne, dans son rôle présidentiel et dans sa vie publique et privée. Ainsi des “affaires” seraient-elles dénoncées et dévoilées à l'auditoire, de manière exclusive, pour lui révéler ce que les autres cachent, renforçant le “sensationnalisme” des événements rapportés sous leur angle d'attaque. Or, si les événements rapportés par Marine Le Pen et par le RN ne sont pas entièrement inventés, c'est la manière dont ils sont maximisés, “surdramatisés” et manipulés qui surlignerait l'inadéquation d'Emmanuel Macron en tant que Président de la République et le fait qu'il ne doit pas être réélu. Tout cela est également démontré, d'après l'argumentaire de Marine Le Pen et du RN, par l'emploi d'images qui jouent le rôle de garantie absolue pour revendiquer l'authenticité de ce qui est asserté (Charaudeau 2020), en dépit de tout possible détournement de celles-ci. Comme nous venons de le constater, l'information transmise est donc partielle, ses sources ne sont dans la plupart des cas ni vérifiées ni officielles, elle vise le scandale, le sensationnalisme – et l'emploi de “petites phrases” y contribue largement. En particulier, dans la vidéo examinée, les six “petites phrases” qui y figurent, dont nous n'avons examiné que les trois premières¹¹, contribuent à une recontextualisation de l'information originale d'abord par les médias, ensuite par Marine Le Pen et son parti. D'où une maximisation de l'effet voulu par ces derniers à l'encontre d'Emmanuel Macron, dont les propos originaux sont surassertés (Maingueneau 2006) en vue d'être délégitimés.

Dans ce cadre, Marine Le Pen apparaît comme l'alternative à tout ce qui est montré dans la vidéo, qui joue le rôle d'annonce vis-à-vis du nouvel avenir que le peuple français vivra “sans lui avec Marine”, à savoir le nouveau (les couleurs VS le noir et blanc), “une femme d'État” qui s'engage aux côtés des gens les plus démunis, celle qui rencontre les gens et qui parle avec eux de leurs problèmes pour leur proposer des solutions simples et immédiates (VS “le président des riches”). Il est par ailleurs intéressant de remarquer que même si cette vidéo a été publiée avant le premier tour, il semble que le résultat du premier tour soit déjà connu: le second tour ne pourra donc voir que Marine Le Pen opposée à Emmanuel Macron – comme il a en fait été le cas. C'est ainsi un com-

¹¹ Nous tenons à préciser que les trois autres “petites phrases”, apparaissant dans les fragments nos. 10, 12 et 16, portent sur Brigitte Macron et la tapisserie du Palais de l'Élysée, et sur des déclarations d'Emmanuel Macron à propos de la crise de coronavirus, respectivement.

bat contre son adversaire politique qui est engagée par Marine Le Pen et qui est clairement manifesté par le contre-profil Twitter “Sans lui”.

Par le biais de ce contre-profil Twitter, Marine Le Pen devient l’alternative à son adversaire politique et son antithèse, d’où son caractère “présidentiable” opposé à tout ce qui ne devrait pas caractériser le rôle de Président de la République. Elle crée ainsi un véritable “profil de haine”¹² à l’encontre d’Emmanuel Macron, qui reprend les caractéristiques du site web sanslui.fr. De son côté, ce dernier peut être considéré comme un “site de haine” (Paveau 2016) synthétisant les contenus présentés dans les différents réseaux socio-numériques auxquels il fait mention, à savoir TikTok, Facebook, Twitter, Instagram et Telegram.

Pour conclure, nous revenons à notre question initiale sur le type d’information véhiculé par Marine Le Pen et par le RN *via* les “petites phrases” examinées et plus en général *via* le profil Twitter créé contre la candidature d’Emmanuel Macron à la présidentielle de 2022 pour souligner que “Sans lui” recèle tout ce qui vise à délégitimer Emmanuel Macron et à saper sa crédibilité pour éviter sa réélection le 10 (et le 24) avril 2022. Il ne s’agit donc pas de mésinformation, mais plutôt et d’une désinformation et d’une information malveillante manipulées par Marine Le Pen (et par son parti) en vue de servir sa candidature et ses intérêts. Quant au rôle des “petites phrases” à l’époque actuelle, caractérisée par la “post-vérité”, nous nous alignons sur l’opinion de Charaudeau (2020), que nous mettons à jour dans le cadre de la campagne pour l’élection présidentielle de 2022 de Marine Le Pen conduite par le biais des réseaux socio-numériques:

Les réseaux sociaux comportent leur part d’ombre et leur part de lumière. [...] [A]vec le relais des médias, ils mettent en lumière de façon obsédante [...] délation, lynchage (bashing), vengeance, harcèlement, insultes, fausses accusations, victimisation infondée. [...] [C]e qui constitue le moteur de cette communication est d’être contre. (Charaudeau 2020: 124)

Tout cela confirme que le phénomène des “petites phrases” témoigne, comme Boyer et Gaboriaux (2018) le remarquent, de stratégies discursives complexes qui influencent le monde médiatico-politique contemporain et qui embrassent une dimension à la fois linguistique, discursive et politique. Dans le contexte que nous avons analysé, qui est entre autres marqué par les conséquences de la pandémie de coronavirus et

¹² Ce profil invite par ailleurs de manière explicite également son “écriteur” (Paveau 2016) à véhiculer des propos haineux, bien que ce trait du profil “Sans lui” n’ait pas été exploité dans le cadre de la présente étude.

par ses retombées en termes socioéconomiques et politiques sur la population, les “petites phrases” qui ont fait l’objet de la présente étude peuvent à notre avis être également l’expression des crises multiples qui touchent entre autres à la vérité elle-même. À ce propos, en reprenant encore Charaudeau (2020), nous estimons que le discours du RN et de Marine Le Pen, qui s’oppose à celui d’Emmanuel Macron, n’est que donné pour vrai, créant ainsi “un univers de négativité” dont l’écho auprès de l’auditoire est maximal en vertu de sa charge émotionnelle. D’où une confirmation ultérieure du fait que l’argumentaire de Marine Le Pen et du RN reste lié à une rhétorique populiste, en dépit des nouveaux “visages” que Marine Le Pen a assumés dans le temps (Wahnich, Alduy 2015; Wahnich 2022).

BIBLIOGRAPHIE CITÉE ¹³

- Amossy R., 2014. “L’éthos et ses doubles contemporains. Perspectives disciplinaires”, *Langage et société* 149, 3, pp. 13-30.
- Boyer H., C. Gaboriaux, 2018. “Splendeurs et misères des *petites phrases*”, *Mots. Les langages du politique* 117, pp. 9-17.
<http://journals.openedition.org/mots/23160>
- Brasart P., 1994. “Petites phrases et grands discours (Sur quelques problèmes de l’écoute du genre délibératif sous la Révolution française)”, *Mots. Les langages du politique* 40, pp. 106-112.
https://www.persee.fr/doc/mots_0243-6450_1994_num_40_1_1913
- Charaudeau P., 2020. *La manipulation de la vérité. Du triomphe de la négation aux brouillages de la post-vérité*, Limoges, Lambert-Lucas.
- Charaudeau P., 2022. *Le discours populiste, un brouillage des enjeux politiques*, Limoges, Lambert-Lucas.
- Dias D., M.-L. Durand, E. Prak-Derrington (éds.), 2021. “Le politiquement correct: tabous, normes, transgressions”, *Revue de l’Institut des Langues et des Cultures d’Europe et d’Amérique – ILCEA* 42.
<http://journals.openedition.org/ilcea/11482>
- Krieg-Planque A., 2011. “Les ‘petites phrases’: un objet pour l’analyse des discours politiques et médiatiques”, *Communication & langages* 168, pp. 23-41.
- Krieg-Planque A., C. Ollivier-Yaniv, 2011. “Les ‘petites phrases’ en politique”, *Communication & langages* 168, pp. 17-80.
- Lacaze G., 2021. “Renouvellement des formes langagières dans la communication sociale sur Twitter”. Dans *Les nouveaux langages au tournant du XXI^e siècle*, édité par J.-P. Dufiet, M.-C. Jullion, Milano, LED Edizioni, pp. 107-128.

¹³ Tous les liens hypertextuels ont été vérifiés à la date du 26 juillet 2022.

- Longhi J., 2013. “Essai de caractérisation du tweet politique”, *L’information grammaticale* 136, pp. 25-32.
- Maingueneau D., 2006. “Les énoncés détachés dans la presse écrite. De la surassertion à l’aphorisation”, *TRANEL. Travaux Neuchâtelois de linguistique* 44, numéro thématique “Interdiscours et intertextualité dans les médias”, édité par M. Bonhomme, G. Lugin, pp. 107-120.
- Maingueneau D., 2012. *Les phrases sans texte*, Paris, Armand Colin.
- Maingueneau D., 2015. “Argumentation et scénographie”. Dans *Discours et effets de sens. Argumenter, manipuler, traduire*, édité par C. Pineira-Tresmontant, Artois, Artois Presses Université, pp. 71-85.
- Maingueneau D., 2021. *Discours et analyse du discours. Une introduction*, Paris, Armand Colin (Collection U).
- Moirand S., 2021. “Instants discursifs d’une pandémie sous l’angle des chiffres, des récits médiatiques et de la confiance”, *Repères-DoRiF. Autour du français: langues, cultures et plurilinguisme* 24, numéro thématique “Constellations discursives en temps de pandémie”, édité par F. Favart, A.M. Silletti. <http://www.dorif.it/reperes/sophie-moirand-instants-discursifs-dune-pandemie-sous-langle-des-chiffres-des-recits-mediatiques-et-de-la-confiance/>
- Paveau M.-A., 2015. “Ce qui s’écrit dans les univers numériques”, *Itinéraires. Littérature, textes, cultures* 1 (2014). <https://journals.openedition.org/itineraires/pdf/2313>
- Paveau M.-A., 2016. “Éthique du discours numérique”, *Linguas e Instrumentos Linguísticos* 37, pp. 177-210. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01423473/document>
- Paveau M.-A., 2017. *L’Analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*, Paris, Hermann.
- Simon J., B. Toullec, R. Badouard, M. Bigey, D. Compagno, A. Mercier, N. Pignard-Cheynel, B. Sebah, 2017. “Identifier et analyser les discours d’escorte sur Twitter. L’influence des discours d’accompagnement sur le partage social”. Dans *Corpus de communication médiée par les réseaux. Construction, structuration, analyse*, édité par C.R. Wigham, G. Ledegen, Paris, L’Harmattan, pp. 51-70.
- Wahnich S., 2022. “Marine Le Pen dévoilée. Entretien avec Stéphane Wahnich”, *La Cause du Désir* 112, 3, pp. 160-171.
- Wahnich S., C. Alduy, 2015. *Marine Le Pen prise aux mots, décryptage du nouveau discours frontiste*, Paris, Seuil.