

**« DEMOCRATIE », « CITOYEN », « 21 AVRIL » : LES MOTS STRATEGIQUES DANS LE DISCOURS MEDIATIQUE DE PRESSE ADRESSE AUX JEUNES PENDANT LES CAMPAGNES PRESIDENTIELLES DE 2002 ET 2007**

Justine Simon

Maître de Conférences en Sciences de l'information et de la communication

Université de Lorraine

Centre de recherche sur les médiations (CREM)

justine.simon@dynamots.fr

### **Résumé**

Dans un cadre théorique d'argumentation dans le discours perçue comme une branche de l'analyse du discours, nous proposons d'analyser la dimension stratégique du discours de presse adressé aux jeunes à travers l'approche de trois mots et expressions dans le traitement médiatique couvrant les deux périodes de campagnes électorales de 2002 et 2007 : « 21 avril », « citoyen » et « démocratie ».

### **Mots-clés**

Argumentation, analyse, discours, presse, jeunes

### **Abstract**

In a theoretical frame of argumentation in discourse perceived as a branch of analysis of discourse, we suggest analyzing the strategic dimension of the discourse of newspapers intended for young citizens through the approach of three words and expressions in the media treatment covering two periods of election campaigns of 2002 and 2007 : " April 21st ", "citizen" and "democracy".

### **Keywords**

Argumentation, analysis, discourse, press, teenagers

## **Introduction**

L'utilisation stratégique des mots fait de prime abord penser à la manipulation des foules (Breton, 2000). Dans la sphère politique, surtout en période de campagne électorale, les discours doivent être persuasifs pour toucher les futurs électeurs. Le concept de « fabrication du consentement » qu'Edward Bernays (1928/2007) propose au début du vingtième siècle est défini comme étant l'essence de la démocratie (Chomsky, 2004, 33). Les méthodes d'influence utilisées par la publicité doivent de la même manière innover pour manipuler les futurs consommateurs. Les discours médiatiques ont eux aussi intérêt à trouver les stratégies

qui attireront l'œil du lecteur-télé spectateur pour le fidéliser. Aujourd'hui on ne parle plus de méthodes propagandistes ou manipulatrices - les termes étant jugés péjoratifs - mais peut-on dire que celles-ci aient véritablement disparu ? Il semble que non, elles se seraient plutôt simplement transformées. Aujourd'hui, nos sociétés démocratiques médiatiques ne cessent de développer et de réinventer de nouvelles stratégies d'influence. Les hommes politiques sont très habiles dans l'utilisation souvent fallacieuse de stratégies discursives relevant de ladite « communication politique ». Le discours publicitaire désigné lui aussi d'une manière méliorative grâce au terme « communication » a quant à lui une emprise psychologique toujours aussi importante. Cependant, la critique à l'égard des discours politiques manipulateurs n'est plus aussi vive qu'au lendemain de la seconde guerre mondiale notamment. A l'époque, de 1933 à 1945, Victor Klemperer soulignait la puissance manipulatrice de la langue du III<sup>ème</sup> Reich (*LTI : Lingua Tertii Imperii*) prisonnière de l'idéologie répandue par Hitler : « Les mots peuvent être comme des minuscules doses d'arsenic : on les avale sans y prendre garde, ils semblent ne faire aucun effet, et voilà qu'après quelque temps l'effet toxique se fait sentir. » (Klemperer, 1995, 40). Aujourd'hui, peu de penseurs condamnent les nouveaux usages stratégiques de la langue par les politiciens et les publicitaires - excepté Eric Hazan (2006) qui propose une analyse piquante sur les mots de la langue de la cinquième république (*LQR : Lingua Quintae Respublicae*) qui prône, selon lui, les valeurs du néolibéralisme. Et quant aux médias, bien qu'obsédés par un idéal de transparence et d'éthique, ils fabriquent un discours qui est aussi chargé idéologiquement. Noam Chomsky (2004) incarne quant à lui aujourd'hui un des derniers courants de résistance qui critique la manière dont les médias américains fabriquent un consensus dans l'opinion. Le discours médiatique nous intéresse particulièrement car il est déchiré entre un objectif d'accroche du lecteur-télé spectateur et une visée d'objectivité, de crédibilité, de non prise en charge des discours cités et de responsabilité démocratique : stratégiquement, ils veulent être perçus comme « les promoteurs de la démocratie et du débat civique » (Perry, 1999, 30).

La perspective théorique que nous adoptons est celle de l'argumentation dans le discours (Amossy, 2000). Le recours à cette théorie est pour nous importante car il permet d'insister sur le fait que l'argumentation est indissociable du fonctionnement global du discours, et doit de ce fait être étudiée dans le cadre de l'analyse du discours. Dans cette vision des choses, on passe à une conception plus large de l'argumentation entendue comme la tentative du locuteur de modifier la valeur de vérité de l'interlocuteur en voulant simplement faire partager ce qu'il croit être vrai. Tout discours, selon Ruth Amossy, tente d'influencer l'autre, de lui faire voir ou penser le monde d'une certaine façon, d'orienter son regard ou simplement de susciter chez lui des interrogations. Certains discours, comme ceux des politiciens, ont un but argumentatif avoué (ils ont une « visée argumentative »), d'autres ont une influence inavouée, détournée, non programmée et non délibérée (c'est leur « dimension argumentative »).

Le discours médiatique de presse adressée aux jeunes que nous étudions ici a une dimension argumentative car il ne prétend pas influencer son jeune lecteur, il tend à l'objectivité même s'il ne pourra pas ôter toute trace de subjectivité. Les cinq médias de presse étudiés lors des campagnes présidentielles françaises de 2002 et 2007 sont des journaux ou des magazines qui ciblent différemment leurs lecteurs : nous avons le quotidien *L'Actu* (14-18 ans), l'hebdomadaire *Les Clés de l'actualité* (13-18 ans), le mensuel *Les Dossiers de l'actualité* (public lycéen), le magazine mensuel *Phosphore* (15-25 ans) et le magazine gratuit *Citato* (public lycéen). Il semble que dans cette stratégie de ciblage, seul le magazine *Phosphore* s'adresse directement aux jeunes étant en âge de voter.

L'hypothèse de l'argumentativité inhérente au discours prend comme point de départ la topique bakhtinienne. La philosophie du langage que le cercle de Mikhaïl Bakhtine (1929/1977) propose part de l'idée que tout mot est idéologique. Le choix des mots sert pour lui d'indicateur de changement de point de vue. Tout mot fait partie d'un énoncé qui est le produit d'une énonciation située dans une sphère sociale donnée. Autrement dit, tout mot fait partie d'une sphère sociale qui est le lieu de rencontre mais aussi d'affrontement de discours aussi nombreux que les différentes sources énonciatrices qui forment l'interdiscours. Le choix des mots sert alors d'indicateur de changement de point de vue. Marc Angenot (2006) s'appuie aussi en partie sur la théorie bakhtinienne qui défend l'idée d'une interaction généralisée dans une interdiscursivité globale. Il étudie les affrontements idéologiques des mots dans l'interaction polémique. Dans l'interdiscours, il y a lutte des mots. Ces affrontements sont perçus comme des « symptômes des clivages » (*ibid*). Il parle quant à lui « d'hégémonie » pour désigner l'essence du discours qui est le porte-parole d'autres discours déjà prononcés. Il donne à ce terme une valeur neutre, non axiologisée, ne correspondant ni à une idéologie dominante ni à une bonne ou une mauvaise idéologie. Il analyse simplement les innombrables dominances, prédominances et contraintes dans le jeu des discours.

C'est l'objectif que nous nous donnons modestement pour cette étude. Nous proposons d'analyser la dimension stratégique du discours de presse adressé aux jeunes. Nous avons fait le choix de travailler à partir de trois mots et expressions ayant un sens important dans le traitement médiatique couvrant les deux périodes de campagnes électorales de 2002 et 2007 : tout d'abord, nous présentons le « mot-événement » (Moirand, 2007) « 21 avril » apparu dans les lignes des journaux au lendemain du premier tour du scrutin de 2002 et repris en 2007 pour raviver les mémoires, nous étudions ensuite les effets de l'utilisation du terme « citoyen » en tant qu'adjectif qualificatif dans des expressions nouvelles quelque peu « passe partout » et nous analysons enfin les différents usages du mot « démocratie » et de ses dérivés relevés dans des discours autres cités ou dans le discours des journalistes eux-mêmes, utilisés selon nous stratégiquement pour donner un air démocratique au discours global. Cette approche n'est pas exhaustive mais permet d'appréhender la dimension argumentative du discours, qui se construit à travers la question de l'influence inavouée de la presse d'actualité adressée aux jeunes dans ce contexte politique.

## **L'émergence d'un mot-événement : « 21 avril »**

Sophie Moirand (2007, 56-58) observe un surgissement dans le discours médiatique de mots ou expressions - baptisés « mots-événements » - qui finissent par devenir le « nom » de ces événements. On pense particulièrement au « 11 septembre » (ou au « 9/11 », *nine eleven*, comme l'appellent les Américains) qui aujourd'hui ne renvoie pas simplement à la date de l'événement, il représente en quelque sorte le terrorisme. Selon le même procédé, le « 21 avril » est devenu dès le soir des résultats du scrutin du premier tour de la présidentielle de 2002, une expression qui symbolise un danger pour la démocratie française. Les mots-événements peuvent être des chrononymes comme dans ces deux cas ou des toponymes tels « Les deux tours » ou « Tchernobyl » mais peuvent encore désigner une catastrophe naturelle, par exemple « La grippe aviaire ». Les mots-événements sont des formules courtes, facilement mémorisables, utiles pour appâter le lecteur en vue de lui vendre le cas échéant un contenu banal. Les médias éprouvent le besoin de créer des mots-événements, de les désigner de différentes manières (« 11 septembre » ou « Les deux tours ») mais aussi de les figer afin qu'ils circulent pour alimenter la mémoire collective. La circulation se fait bien évidemment

d'un média à un autre, c'est à celui qui trouvera la formule la plus marquante qui circulera le mieux.

Dans le corpus étudié, on a pu voir le titre « 21/04 : La honte » (L'ACTU-EP02-02-04-24\_n° 956\_p2) calqué sur le modèle américain, sans que l'on précise de quelle honte il s'agit : est-ce en rapport à la forte abstention des Français ou est-ce en rapport au fait qu'un candidat de l'extrême arrive au second tour de l'élection présidentielle ? Certains médias parlent de « l'électrochoc du 21 avril » (LesCLESdel'actualité-EP02-02-07-03\_06-27\_n° 492\_p4) afin de souligner le rejet idéologique du parti de l'extrême droite considéré comme « anti-démocratique » et assimilé au fascisme. L'usage du mot « choc » tel qu'employé dans l'entretien suivant, est un moyen de tirer la sonnette d'alarme pour dénoncer un danger potentiel :

« [Entretien] avec Anne Muxel, politologue au Cevipof (Centre de recherches politiques de Sciences Po) : [...] « Les jeunes ont envie de participer à la vie politique : ils sont moins abstentionnistes que lors des élections précédentes. Cela est dû au choc du 21 avril 2002 (arrivée de Jean-Marie Le Pen au premier tour), et aussi au fait qu'une compétition serrée s'annonce. » » (LesCLESdel'actualité-EP07-07-04-10\_03-28\_n° 704\_p15)

Le 21 avril a de plus été un moyen de désigner les manifestations massives de l'entre-deux tours, plusieurs médias ont parlé de « l'élan du 21 avril » (LesCLESdel'actualité-EP02-02-07-03\_06-27\_n° 492\_p4). Dans d'autres cas, l'accent était plutôt mis sur l'abstentionnisme, considéré par Nonna Mayer, dans l'entretien ci-dessous, comme « la vraie surprise du 21 avril » :

« [Entretien avec] Nonna Mayer, Directrice de recherche au CNRS : [...] le vrai vainqueur du premier tour de l'élection présidentielle est l'abstention record (28 %). La vraie surprise du 21 avril, ce n'était pas le score de Jean-Marie Le Pen, passé de 4,5 millions de voix en 1995 à 4,8 millions en 2002, mais l'échec de Lionel Jospin, victime de l'abstention. [...] » (PHOSPHORE-EP02-02-06\_n° 252\_p45)

Le mot-événement « 21 avril » a aussi au contraire permis de souligner l'importance du vote. *Les Clés de l'actualité* fait le lien dans le passage ci-dessous entre « le 21 avril » et le « sursaut démocratique » des Français grâce à la retranscription du discours d'un jeune interviewé qui se pose en promoteur du devoir de voter :

« [...] Mais depuis le 21 avril, Philippe est fier de la jeunesse de son pays. « C'est un sursaut démocratique salvateur. Cela servira de leçon aux futures générations d'électeurs. Ils sauront l'importance du vote. Beaucoup de jeunes se plaignent de ne pas pouvoir s'exprimer, avec le vote, ils en ont la possibilité. Plus qu'un droit, le vote est un pouvoir, les adolescents doivent en avoir conscience ! », conclut-il. » (LesCLESdel'actualité-EP02-02-05-15\_9\_n° 485\_p12)

Le « coup de tonnerre » du « 21 avril » analysé parfois en termes de « séisme politique » a un retentissement qui est encore perçu aujourd'hui, cela grâce à sa remémoration par les médias qui ont empêché que celui-ci tombe dans l'oubli. Lors de la campagne de 2007, cette

expression a donné lieu à d'autres interprétations : l'expression a dérivé en « nouveau 21 avril », en « effet 21 avril » mais aussi en « leçon du 21 avril ».

Avant l'élection, le mot-événement « 21 avril » a constitué un moyen de pression pour inciter les Français à voter « en vue d'éviter une redite du 21 avril 2002 » (LesCLESdel'actualité-EP07-07-05-01\_04-24\_n° 708\_p3). Il fallait absolument « éviter un nouveau 21 avril », exprime un lecteur de *L'Actu* (L'ACTU-EP07-07-04-06\_n° 2272\_p2). Il paraissait aussi important que les Français votent utile. D'une part, un journaliste des *Dossiers de l'actualité* s'exprime en termes de « coup de tonnerre » du 21 avril 2002 » (LesDOSSIERSdel'actualité-EP07-07-04\_n° 94\_p7) et d'autre part, Bruno Cautrès interviewé par le journal *L'Actu*, parle d'« effet 21 avril » (L'ACTU-EP07-07-04-25\_n° 2285\_p3).

Au lendemain du premier tour du scrutin de 2007, le « 21 avril » se transforme grâce à un style moralisateur en « leçon » bien apprise. Pour certains les Français auraient bien retenu la « leçon » par rapport à la participation et au vote utile, comme pour une jeune personne, Clémence, 14 ans, citée par le journal *Les Clés de l'actualité* : « Les Français ont retenu la leçon de 2002 » (LesCLESdel'actualité-EP07-07-05-01\_04-24\_n° 708\_p11).

Dans le cadre d'une mise en discours du monde par les médias, l'événement occupe toujours une place centrale. La presse d'actualité adressée aux jeunes ne fait pas l'exception et a su stratégiquement s'appropriier le mot-événement « 21 avril » pour montrer l'importance de la portée de l'élection présidentielle aux jeunes. La même stratégie sous-jacente est en œuvre avec l'utilisation du terme « citoyen » en tant qu'adjectif qualificatif dans des expressions nouvelles racoleuses.

## **L'adjectif « citoyen » au service d'expressions nouvelles racoleuses**

Dans le traitement de l'actualité fait par la presse des jeunes, on observe ensuite un matraquage lexical du mot « citoyen » et plus particulièrement de l'adjectif qualificatif « citoyen » qui s'installe dans un syntagme nouveau : [Nom + adjectif « citoyen » ou « citoyenne »]. Nous parlons de syntagme nouveau car la sémantique de l'expression fait plutôt référence à l'esprit civique - dans le sens axiologique, c'est-à-dire, d'être un bon citoyen respectueux, qui prend ses responsabilités et qui a le sens du devoir - que dans la simple idée sociologique d'avoir le droit de cité - comme dans l'expression « jurys citoyens » proposée par Ségolène Royal. En suivant en quelque sorte une mode de langage, la coquille vide « citoyen » s'emploie dans une construction adjectivale, de préférence à « civique » tombé en désuétude (comme le civisme d'ailleurs) en rappelant à chacun l'obligation morale envers la cité.

L'instance énonciative qui met en discours ce nouveau syntagme prend plus ou moins de recul vis à vis du mot « citoyen ». Une première manière d'introduire ce mot se fait par « connotation autonymique » (Authier-Revuz, 2003). L'énonciateur - ci-dessous le journaliste de *L'Actu* - prend de la distance par rapport à l'emploi de ce mot qui est mis entre guillemets sans préciser de quelle source énonciative il provient.

« Un morceau écrit après les résultats du 1<sup>er</sup> tour. Saez chante contre l'extrême droite.

A 24 ans, Saez est un chanteur en pleine ascension. [...] La semaine passée, il est entré en studio au lendemain du 1<sup>er</sup> tour de l'élection présidentielle. Et, en réaction au score de l'extrême droite, il a enregistré sur le vif la chanson *Fils de France*. Ce titre est mis gratuitement à la disposition du public. Il est téléchargeable sur le site [www.universalmusic.fr/saez](http://www.universalmusic.fr/saez), et est déjà diffusé à la radio. Une démarche « citoyenne » pour l'artiste qui s'engage. » (L'ACTU-EP02-02-04-30\_n° 960\_p7)

L'adjectif « citoyen » qualifiant tel ou tel mot du discours permet d'amplifier les expressions en leur donnant une connotation positive. Phosphore invente par exemple l'expression « sursaut citoyen » (PHOSPHORE-EP02-02-06\_n° 252\_p45) pour capter de manière plus significative l'attention du destinataire.

Souvent, les deux termes rapprochés sont d'un registre thématique distinct. On pourrait parler ainsi de métaphores (on pense notamment à l'expression « pique-nique citoyen » proposée par Jacques Chirac et à « la voiture citoyenne », formule publicitaire qui cherche à vendre une voiture soi-disant écologique). Utilisées stratégiquement, ces métaphores ont tendance à « auto-représenter le dire » comme pour la « modalisation autonymique » (Authier-Revuz, 2003) afin d'opacifier l'expression, cela dans une approche énonciative. Pour le dire autrement, il s'agit souvent de la part des journalistes d'inventer des expressions bruyantes qui ne représentent que des idées muettes. Plusieurs exemples illustrent ce propos, on a pu ainsi relever l'expression « réaction citoyenne » des jeunes dans le traitement des *Clés de l'actualité* :

« France : Politique : Riposte des jeunes face à la menace « Le Pen » :

La mobilisation des jeunes contre Le Pen ne faiblit pas. Depuis le 21 avril, des milliers d'entre eux descendent dans la rue.

[...] Réaction citoyenne :

Tout a commencé le 21 avril au soir, avec des regroupements spontanés de jeunes : « On s'est joints par téléphone, ou texto, pour s'indigner des résultats. Nous avons eu l'envie de montrer notre désaccord, en descendant dans la rue », explique une adolescente qui a participé au cortège des 4 000 Toulousains qui ont protesté dimanche soir, place du Capitale. [...] » (LesCLESdel'actualité-EP02-02-05-08\_02\_n° 484\_p3)

D'autres parlent de « fourmillement citoyen appelé à monter en puissance à l'approche du premier tour. » (LesCLESdel'actualité-EP07-07-04-10\_03-28\_n° 704\_p13). Aucune modalisation n'est alors utilisée dans ces expressions en roues libres. L'effet produit correspond à un épaississement référentiel. On ne comprend pas exactement ce que l'expression veut dire mais disons que ça a de l'effet ! La distance sémantique des mots se réduit et souvent, cela est accompagné d'un effacement de la source énonciative. L'implantation de ce nouveau syntagme est caractéristique de l'écriture journalistique qui veut objectiver son discours. Parfois, l'invention de nouvelles expressions est un moyen, comme pour les mots-événements, d'activer la mémoire discursive en attirant l'attention des

destinataires sur le mot, en le diffusant pour fonder en quelque sorte une nouvelle communauté discursive.

« EDITO : Avance sur ta route :

68 % contre le vote à 16 ans ! Surprise, on s'attendait à plus d'appétit pour un tel signe extérieur de maturité citoyenne dans votre génération si prompte à débattre du CPE, des droits des lycéens sans papiers ou du commerce équitable. [...] Florence Monteil »  
(PHOSPHORE-EP07-07-02\_n° 308\_p3)

Certains chercheurs, comme Philippe Breton (2000) qualifient ces stratégies en termes de stratégies manipulatrices (ou « cadrages manipulateurs ») qui fonctionnent sur le même principe que la langue de bois. Il s'agit d'une stratégie de type énonciatif qui rejoint l'idée de la topique bakhtinienne selon laquelle tout mot est idéologique. Interrogeons-nous à présent le fonctionnement idéologique de la notion de démocratie, telle qu'elle est représentée dans l'interdiscours de la presse d'actualité adressée aux jeunes.

## **Usages stratégiques du mot « démocratie » : phénomènes interdiscursifs et marquage axiologique**

Comme pour l'adjectif « citoyen », utilisé dans de nouvelles expressions mettant en valeur les attitudes des jeunes face au politique, le mot « démocratie » a aussi une place prédominante à l'intérieur du traitement des campagnes présidentielles dans la presse jeunesse. Les emplois du nom « démocratie » et de ses dérivés sont d'une grande diversité : on a le nom « démocrate », [partisan de + nom] ; l'adjectif « démocratique », [qui est conforme à + nom] ; l'adverbe « démocratiquement », [d'une manière + adj.] ; et le verbe « démocratiser » qui donne aussi le nom « démocratisation », signifiant [rendre + adj.].

L'usage stratégique de ces mots se fait avant tout à l'intérieur d'un espace interdiscursif mixte, c'est-à-dire que les journalistes peuvent parler de la démocratie à travers le discours d'autres personnes interviewées puis citées dans le corps du texte. Cette variété des énonciateurs s'exprimant sur le concept de démocratie donne premièrement une légitimité au discours journalistique grâce à une mise en scène du pluralisme - ou mise en scène de différents points de vue. Deuxièmement, cela donne au journaliste un moyen de distanciation par rapport aux propos tenus, il s'agit là d'un effet d'objectivation du discours.

Partant du principe que tout discours a une dimension argumentative ou que tout mot est idéologique, on ne peut donc pas imaginer une construction objective du concept « démocratie ». On ne peut qu'analyser les différentes représentations subjectives de la « démocratie ». Le choix des mots sert d'indicateur de changement de point de vue qu'il soit exprimé dans le discours source ou repris par les journalistes en citation de deuxième main.

L'usage des mots du champ lexical « démocratie », analysé en discours et non en langue, dépend, en ce qui nous concerne, premièrement de la conjoncture électorale, deuxièmement du statut de l'énonciateur (source ou de seconde main) - ou de l'appartenance politique des candidats : un discours de gauche par exemple pourra favoriser l'idée de « démocratie participative » alors qu'un discours de droite pourrait légitimer une « démocratie libérale »

(Hazan, 2006) ; troisièmement, l'usage du mot « démocratie » dépend du statut du destinataire au nom duquel l'énonciateur s'exprime : dans notre cas, cela correspond aux différentes représentations du jeune public auquel les journaux veulent s'adresser.

La démocratie peut être énoncée en usage, pour parler du monde ou en mention pour interroger le mot (comme dans le fait autonymique). Nous avons repéré 188 utilisations du mot ou du champ lexical « démocratie » réparties différemment dans les cinq journaux et magazines étudiés (cf. *Annexe : Présentation quantitative du corpus étudié*). Le journal hebdomadaire *Les Clés de l'actualité* arrive en tête en représentant le plus de fois le terme, suivi du magazine *Phosphore* et du quotidien *L'Actu*. Cependant, les usages sont variés et nous approfondissons cette analyse dans le développement ci-dessous.

Dans 84 cas, l'emploi est relatif au fonctionnement institutionnel, ce qui donne au discours journalistique un statut plutôt didactique. On explique par exemple les règles de la démocratie. En deuxième place (59 cas), on retrouve le mot « démocratie » comme appartenant au nom d'un parti ou d'une organisation. Au troisième rang (41 emplois), on a une utilisation axiologiquement marquée du champ lexical « démocratie ». Cela constitue une légitimation et une auto-valorisation du terme « démocratie » ou de l'expression dans laquelle le mot est employé. L'effet souhaité est à notre avis de « démocratiser le concept de démocratie » (hypothèse proposée par Paveau, 1999, dans le cas de l'étude des livres de poche sur la démocratie). On remarque enfin trois emplois du terme pris comme synonyme de « nation » ou « pays » et un autre dernier usage tissant un lien entre le concept de « démocratie » et celui de « république ».

Commençons par une rapide illustration de l'usage du mot mis à l'intérieur de noms de partis tels que : « Alain Madelin : 56 ans. Candidat de Démocratie libérale (droite) » ; « François Bayrou : 50 ans. Candidat de l'Union pour la démocratie française (centre droit) ». On peut citer les noms de manifestations comme le « Forum de la démocratie et du savoir » (L'ACTU-EP02-02-04-30\_n° 960\_pIII) ou d'organisations telles que le « CIDEM (Civisme et démocratie) », la « FIDL (Fédération indépendante et démocratique lycéenne, créée en 1987) » ou le « Collectif des étudiants de Sciences-Po pour la démocratie et contre l'extrême droite » appelant à faire barrage à Jean-Marie Le Pen. » (LesCLESdel'actualité-EP02-02-07-03\_06-27\_n° 492\_p4).

A un niveau d'interprétation politico-social, le mot démocratie est ensuite majoritairement employé pour expliquer le fonctionnement de la vie démocratique française. Les éclaircissements peuvent porter sur le mode de scrutin. Exemple :

« Depuis 1965 (date du premier vote au suffrage universel direct, NDLR), les électeurs font de ce mode de scrutin une des caractéristiques fondamentales de la démocratie. [...] » (L'ACTU-EP07-07-03-27\_n° 2263\_pIV)

Beaucoup de passages traitent de la loi des 500 signatures nécessaires aux candidats pour pouvoir se présenter à l'élection. Dans le passage ci-dessous, grâce aux guillemets et à l'utilisation de l'italique, le journaliste de *L'Actu* prend ses distances par rapport à l'expression « nécessité démocratique » dont parle Nicolas Sarkozy :

« Lundi, Nicolas Sarkozy, en sa qualité de ministre de l'Intérieur, a appelé les nombreux maires sans appartenance politique à parrainer les candidats en mal de signatures comme Jean-Marie Le Pen et



Olivier Besancenot. Il a parlé de « *nécessité démocratique* ». Mais Gérard Pelletier, président de l'Association des maires ruraux, ne voit pas pourquoi ils devraient assumer cette « *responsabilité* ». Selon lui, des élus UMP ou PS devraient aussi apporter leur signature à Jean-Marie Le Pen. » (L'ACTU-EP07-07-03-10\_n° 2251\_p3)

La démocratie est ensuite abordée à travers la question de la participation électorale qui est analysée en termes de nécessité ou de règle de base. Le magazine *Phosphore* insiste sur ce caractère à travers la représentation du discours d'une lectrice, dans la rubrique « courrier », qui parle de « société démocratique » permettant à chacun de s'exprimer (PHOSPHORE-EP02-02-04\_n° 250\_p51).

Au lendemain du « choc du 21 avril », l'éditorialiste du journal *Les Dossiers de l'actualité*, qui veut donner un discours didactique, insiste sur le fait qu'en régime démocratique, toutes les voix ont le même poids, même celles pour le Front National (LesDOSSIERSdel'actualité-EP02-02-06\_n° 46\_p7). Ce dernier se pose quelque part en « donneur de leçons » en intensifiant l'importance du choix du vote, tout en proposant la formule intertextuelle ludique « on ne badine pas avec la démocratie » (en référence au titre de la pièce d'Alfred De Musset « On ne badine pas avec l'amour »).

L'expression « sursaut démocratique » proposée au départ par Jacques Chirac a ensuite largement circulé dans toute la presse française. On la retrouve dans l'exemple suivant extrait des *Clés de l'actualité*. Le journaliste la représente d'une manière très marquée (grâce à l'italique et les guillemets) pour donner un fort effet de distanciation :

« Anticipée par aucun sondage, cette surprise a donné un ton dramatique à la soirée électorale qui a été marquée par l'appel « *au sursaut démocratique* » lancé par Jacques Chirac « *pour défendre la république* ». » (LesCLESdel'actualité-EP02-02-05-01\_04-25\_n° 483\_p2)

Dans le passage qui suit, cette formule est reprise par un jeune interrogé par *Les Clés de l'actualité* pour désigner le réveil collectif des Français qui ne s'étaient pas déplacés au scrutin du premier tour de 2002 :

« Mais depuis le 21 avril, Philippe est fier de la jeunesse de son pays. « C'est un sursaut démocratique salvateur. Cela servira de leçon aux futures générations d'électeurs. Ils sauront l'importance du vote. Beaucoup de jeunes se plaignent de ne pas pouvoir s'exprimer, avec le vote, ils en ont la possibilité. Plus qu'un droit, le vote est un pouvoir, les adolescents doivent en avoir conscience ! », conclut-il. C. C. » (LesCLESdel'actualité-EP02-02-05-15\_9\_n° 485\_p12)

La référence lexicale au terme « démocratie » permet *a contrario* d'insister sur le fait que l'abstention serait un véritable danger pour la démocratie. Comme l'analyse justement Denis Barbet (2007), les « mots de l'abstention » permettent de parler des « maux de la démocratie » dans un style moralisateur. C'est un moyen de faire une leçon de civisme. Voici ci-dessous deux exemples issus de deux instances énonciatives différentes : un emploi très moralisateur de l'éditorialiste des *Clés de l'actualité* (instance journalistique) qui dénonce une « coupable

abstention » et un usage du spécialiste Jean-Marie Montel de l'association CIDEM (instance civique), souvent cité par cet hebdomadaire.

« EDITO :

« Coupable abstention :

[...] Plus d'un électeur sur quatre (27,6 % soit 10 millions de Français) n'est pas allé voter ! Triste record pour notre démocratie. [...] » Olivier Piot » (LesCLESdel'actualité-EP02-02-05-01\_04-25\_n° 483\_p2)

« Jean-Marie Montel : Le faible taux d'abstention est d'abord une satisfaction. Il prouve que les adolescents ont compris que, pour ce second tour de l'élection présidentielle, le fait de ne pas voter n'était pas une solution. Car au-delà des messages à envoyer aux responsables politiques, il était nécessaire de participer. Une démocratie où les électeurs ne votent pas est une démocratie qui n'en a plus pour longtemps à vivre. Propos recueillis par O. P. » (LesCLESdel'actualité-EP02-02-05-15\_9\_n° 485\_p4)

Pour terminer sur cette deuxième catégorie d'analyse de l'utilisation du mot « démocratie » au niveau institutionnel, citons deux exemples justifiant le fait que les partis situés aux extrémités font partie la démocratie. La question légitime qui se pose implicitement est : est-ce que l'extrême droite est un parti qui prône des valeurs démocratiques ? Les deux explications suivantes sont émises par deux experts, un politologue et un professeur d'histoire. Le fait de citer ces deux positions est un moyen pour les journaux de donner un effet didactique doublé d'un effet d'objectivation.

« Entretien avec Etienne Schweisguth, politologue centre d'études de la vie politique française (Cevipof), Fondation nationale des sciences politiques.

« - Cette opposition [droite / gauche] paraît malgré tout s'atténuer. Pourrait-elle néanmoins se radicaliser, et dans quelles circonstances ?

- À long terme, la tendance n'est pas à une radicalisation des rapports de force entre gauche et droite. On assiste plutôt à un resserrement de l'éventail idéologique. Le paradoxe, c'est que dans ce cadre-là, il y a une floraison de nouveaux partis et de nouveaux candidats mais dans un espace idéologique de plus en plus étroit. Aux deux bouts de l'échiquier politique - l'extrême droite et l'extrême gauche - ces organisations sont beaucoup moins extrémistes que dans le passé, notamment dans les années 1930. Elles ne remettent pas aujourd'hui en cause la démocratie. En conclusion, on peut dire que le clivage gauche-droite subsiste, mais il apparaît beaucoup moins radical. » » (LesCLESdel'actualité-EP02-02-04-17\_04-11\_n° 481\_p12)

« Nous avons fait un parallèle avec la situation en Allemagne dans les années 1930. Hitler est arrivé démocratiquement au pouvoir dans un contexte où la gauche était divisée. » Il a conseillé à ses élèves qui

manifestaient d'éviter la récupération politique, et d'éloigner les casseurs. » (L'ACTU-EP02-02-04-24\_n° 956\_p3)

Revenons à présent à un autre usage stratégique des mots du champ lexical « démocratie ». Dans les exemples qui vont suivre, il s'agit souvent d'un marquage axiologique au service d'une dimension argumentative. On donne son point de vue sur ce qu'on considère démocratique ou non. Remarquons que dans l'usage de l'adjectif « démocratique », on ne fait pas simplement référence à ce qui est relatif au fonctionnement institutionnel de la démocratie mais on insiste sur le caractère éthique de la démocratie, aux valeurs qu'elle doit incarner. Cela peut se faire l'aide d'une valorisation positive du discours grâce aux valeurs *a priori* inhérentes au concept de démocratie. Comme l'analysent Paul Bacot et Christian Le Bart dans l'introduction au collectif « Dire la démocratie aujourd'hui » : « Les mots de la démocratie servent ainsi à conquérir ou à entretenir sa propre légitimité [...] » (2007, 8). Dans cet esprit, on a pu relever des expressions telles que « défi de la démocratie » utilisée par un éditorialiste ou « intelligence démocratique » proposée par un jeune lycéen. Voici les extraits concernés :

« EDITO : « Vous relevez le défi !

Vous étiez plus de 300 000 à manifester, jeudi dernier, dans plus de 80 villes en France, face à la menace du Front national et de son chef, Jean-Marie Le Pen. Collégiens, lycéens, étudiants, chaque jour, vous descendez dans la rue, résolus, sans fléchir, depuis ce triste soir du 21 avril où la France a vécu l'imprévisible. Et découvert l'intolérable : la menace de l'extrême droite, aux portes du palais de l'Élysée. Ahuris et déboussolés par le score obtenu par Jean-Marie Le Pen au premier tour de l'élection présidentielle, beaucoup d'adultes vivent votre mobilisation comme un soulagement. Après avoir trop souvent accepté la facilité de vous considérer comme des jeunes apolitiques, irresponsables et finalement peu respectueux de nos institutions, voilà que vos aînés découvrent que c'est vous, les jeunes et les adolescents de ce pays, qui relevez le défi de la démocratie. [...] » (LesCLESdel'actualité-EP02-02-05-08\_02\_n° 484\_p2)

« La der : L'œil du lycéen : Raphaël Tual, rédacteur en chef des *Canards Déchaînés*, lycée Albert-Camus à Nantes (44) :

« Le pacte citoyen :

Par cet éditorial, je lance un appel. Dans trois mois, nous devons choisir notre Président(e). C'est un événement d'une grande importance. Je propose dans ce contexte un pacte citoyen, l'ai dans l'idée que chaque jeune façonne son vote puis sensibilise profondément son entourage, dans le plus grand respect. La politique n'est pas un monde obscur, éloigné de nous. Même si nous sommes dégoûtés de certains comportements, nous ne devons pas penser que notre voix ne changera rien. Nous avons un réel impact sur notre vie quotidienne si nous le décidons. Imposons les débats, les sujets de réflexion. C'est de notre futur dont parlent tous ces anciens combattants. Merci à eux et place à nous. En tant que jeunes, nous devons peser, influencer, encourager ou décourager certaines personnes. Il faut user de la liberté d'expression à bon escient ? C'est le moment. L'abstention serait une facilité trop lâche. Reprenons

autorité ! Tous successeurs de ce présent, nous sommes une force vive, alors mobilisons-nous et ne laissons personne choisir à notre place. Profitons de l'atout d'être nombreux, différents et indispensables pour aller plus loin ensemble, avec force. Jeunesse de maintenant, bâtissons notre avenir avec l'intelligence démocratique. Votons !!! » (LesCLESdel'actualité-EP07-07-01-24\_18\_n° 694\_p16)

Il n'est plus vraiment question d'expliquer un fonctionnement d'une institution, on fait quelque part la promotion des valeurs de la démocratie. Pour certains, la démocratie est ressentie comme synonyme de respect :

« Edito :

« Voter, c'est choisir :

[...] Dans cette démocratie, voter, c'est s'exprimer, respecter l'autre, et choisir ensemble un avenir commun. » Jean-Marie Montel [...], Délégué général du CIDEM (Civisme et démocratie) et Olivier Piot » (LesCLESdel'actualité-EP02-02-04-17\_04-11\_n° 481\_p2)

Pour d'autres, l'accent est mis sur ce qui n'est pas démocratique. A nouveau, on donne sur avis, presque en faisant la morale. De cette manière, l'arrivée de Le Pen au second tour a beaucoup été critiquée étant donné que beaucoup de personnes considèrent le parti de ce dernier comme « non-démocratique ». Voici ci-dessous deux exemples distincts : un passage où l'éditorialiste prend clairement position en défaveur de Le Pen et une formulation de l'évitement, qui, au contraire, grâce à la référence au sondage, permet au journaliste de s'effacer énonciativement et de prendre ainsi un grand recul.

« EDITO : [...] Chacun le sait, un extrémiste comme Le Pen menace la démocratie... Surtout lorsque plus d'un électeur sur quatre la néglige. » Olivier Piot » (LesCLESdel'actualité-EP02-02-05-01\_04-25\_n° 483\_p2)

« France : Neuf jeunes sur dix avec Jacques Chirac. 90 % des jeunes de 15 à 25 ans souhaitent la victoire de Jacques Chirac au 2<sup>nd</sup> tour de l'élection présidentielle, selon un sondage du *Journal du dimanche*. 3 % d'entre eux seraient favorables à la victoire de Jean-Marie Le Pen. Et 88 % pensent que le leader du FN est un danger pour la démocratie. » (L'ACTU-EP02-02-04-30\_n° 960\_p6)

C'est le jugement personnel qui est mis en avant même si celui-ci est atténué. On insiste sur ce qui est perçu comme légitime ou non. Pour Noël Mamère, Le Pen n'a pas sa place dans le paysage démocratique et voter contre lui est ainsi un moyen de défendre la démocratie :

« Consignes de vote :

Dès dimanche soir, après l'annonce du retrait de la vie politique de Lionel Jospin, les socialistes ont appelé à voter pour Jacques Chirac afin de faire barrage à l'extrême droite. Le candidat écologiste, Noël Mamère, a lui aussi appelé à barrer la route à Le Pen. Il a invité le 1er mai à une « *journée de défense de la démocratie* ». » (LesCLESdel'actualité-EP02-02-05-01\_04-25\_n° 483\_p2)

Dans le passage qui suit, un jeune lycéen fait un autre procès, celui de ce qu'il appelle la « démocratie discount » :

« La der : L'œil du lycéen : Milan Bouchet et Gaétan Bruel, rédacteurs à *la Géode*, journal du lycée Jean Monnet, à Montpellier (34)

« Des votes, oui mais...

Quelle différence, au fond, entre Royal, Sarkozy et un paquet de pâtes ? Slogans creux, étiquettes délavées, marketing un poil agaçant... rien ne manque à nos fascinants candidats pour régaler des citoyens-consommateurs que plus rien ne dégoûte. Rien ne manque, si ce n'est le service après-vente... Au diable les idées et les projets, les candidats 2007 se vendent sans garantie ! À croire que la profondeur politique a fui une campagne qui ne jure que par publicités et sondages, par l'instant du show, quand le fait politique est à construire dans le temps. À quelques semaines de l'élection, on en est encore à chercher un débat digne de ce nom, qui envisagerait des questions essentielles avec un regard d'ensemble. En vain.

En vérité, hormis les électeurs, personne n'en a rien à faire : les candidats comme les médias trouvent leur compte dans ce grand cirque électoral. Mais divertir, au lieu de débattre, au lieu de convaincre, n'est pas sans risque : l'enthousiasme facile qui fait les choux gras du spectacle électoral peine à dissimuler la perplexité de beaucoup face à un discours politique de moins en moins authentique. Et l'épouvantail Le Pen ne peut plus suffire, à la veille d'une nouvelle présidentielle, à nous faire accepter la démocratie discount dont Nico et Ségo se sont fait les têtes de gondoles. » (LesCLESdel'actualité-EP07-07-03-13\_07\_n° 701\_p16)

Remarquons aussi que l'emploi du terme « démocratie » est quasiment toujours relatif à la sphère politique. On observe cependant un glissement entre la sphère politique et la sphère médiatique dans l'argumentation ci-dessous étayée par Le Pen qualifiant le refus de Jacques Chirac de participer au débat télévisuel de l'entre-deux tours comme « anti-démocratique ». C'est pour le candidat de l'extrême droite un moyen de délivrer comme le disent Constantin De Chanay et Rémi-Giraud (2007, 91-92) « un argument-choc (présenté comme autosuffisant, comme par une efficacité indiscutable du mot) au service d'une thèse quelconque [...] ». Cette réponse est mise en retrait d'une manière forte par le journal *L'Actu*.

« France : Chirac refuse le débat télévisé face à Le Pen. [...] La réponse cinglante de son rival au 2<sup>nd</sup> tour de l'élection présidentielle ne s'est pas fait attendre. Le Pen a qualifié ce refus de « *piteuse dérobade* », avant de parler d'« *atteinte inadmissible aux règles démocratiques* ». » (L'ACTU-EP02-02-04-25\_n° 957\_p6)

Enfin, certaines des personnes citées dans les lignes des journaux adressés aux jeunes - c'est surtout le cas des hommes politiques - parlent de « démocratie » dans une finalité vague, pour défendre une valeur floue. C'est un peu ce qui se passe dans la sentence suivante de Jacques Chirac citée par le quotidien *L'Actu*. Ce dernier exemple reste difficile à analyser (c'est notre seul cas mis à part) par le fait que sa construction rhétorique formelle en parallélisme semble plus forte que le contenu du discours.

« Les phrases clés : « La démocratie, c’est l’égalité des droits, mais la République, c’est l’égalité des chances. » Jacques Chirac, dans *Une nouvelle France*. » (L’ACTU-EP07-07-03-27\_n° 2263\_pIV)

## Conclusion

En conclusion, à travers cette analyse circonscrite au repérage de l’usage de trois mots clés : « 21 avril », « citoyen » en tant qu’adjectif et « démocratie », nous pouvons supposer que l’ensemble du discours de presse adressé des jeunes repose sur un équilibre entre trois stratégies différentes. Le premier effet supposé est d’offrir un discours didactique où l’avis du journaliste doit être en retrait pour garantir des effets d’objectivité. Cela s’est traduit par l’effacement énonciatif des journalistes dans l’emploi des mots-événements en rapport au « 21 avril », dans l’invention ou la reprise des expressions construites à l’aide du qualificatif « citoyen » et dans les références majeures aux mots de la « démocratie » pour expliquer un simple fonctionnement institutionnel. Le deuxième objectif de la presse jeunesse semble constituer un enjeu de démocratisation. On veut inciter le débat civique en prônant des valeurs de pluralisme et d’égalité - cela tout simplement grâce à l’usage fréquent des mots « citoyen » et « démocratie ». Cette volonté se perçoit aussi dans la manière dont les journaux cherchent à représenter une pluralité d’énonciateurs relevant des instances civique, politique et bien sûr journalistique (stratégie jouant sur le dialogisme interdiscursif). Enfin, la visée est interactionnelle, la presse des jeunes développe une stratégie jouant sur le dialogisme interactionnel. On cherche à accrocher l’attention du jeune lecteur à travers des formules plus ou moins « choc » - ce qui correspond plus à une stratégie d’ordre émotionnel. Pour intéresser le jeune lecteur, la presse jeunesse représente d’ailleurs beaucoup de discours de jeunes énonciateurs se positionnant sur des questions liées au fonctionnement de la démocratie.

### Annexe : Présentation quantitative du corpus étudié

	L’Actu		Les CA		Les DA		Phosphore		Citato	
	002	007	002	007	002	007	002	007	002	007
Mot-événement « 21 avril »	2	3	1 5	2	7	2	4	1	<del>2</del>	2
Adjectif « citoyen » au service d’expressions nouvelles	2	3	8	9	0	0	2	7	<del>2</del>	2
Mots et champ lexical « démocratie »	1 8	1 6	8 4	1 3	9	4	1 2	2 7	<del>2</del>	5

## BIBLIOGRAPHIE

Angenot, Marc (2006) : « Théorie du discours social », in Meizoz J., Adam J.-M. & Badinou P. (dir.) : « Discours en contexte, Théorie des champs et analyse du discours », Actes du colloque tenu à l'Université de Lausanne (Suisse), les 17-18 mars 2006, organisé par l'École doctorale interdisciplinaire (IRIS 4) et le réseau européen ESSE, *CONTEXTES*, N° 1, consultable sur <http://contextes.revues.org/>.

Amossy, Ruth (2000) : *L'argumentation dans le discours. Discours politique, Littérature d'idées, Fiction*, Paris, Editions Nathan Université.

Authier-Revuz, Jacqueline (2003) : « Le fait autonymique : Langage, langue, discours. Quelques repères », in Authier-Revuz J., Doury M. & Reboul-Touré S. (coord.) : *Parler des mots. Le fait autonymique en discours*, Paris, Presses Sorbonne Nouvelle, 67-96.

Bacot, Paul & Le Bart, Christian (2007) : « Présentation », in Bacot P. & Le Bart Ch. (coord.) : « Dire la démocratie aujourd'hui », *Mots, Les langages du politique*, N° 83, Lyon, ENS-Editions, 5-8.

Bakhtine, Mikhaïl, (Volochinov V.N.) (1929/1977) : *Le marxisme et la philosophie du langage*, traduit en français par Yaguello M., Paris, Editions de minuit.

Barbet, Denis (2007) : « Quand les mots de l'abstention parlent des maux de la démocratie », in Bacot P. & Le Bart Ch. (coord.) : « Dire la démocratie aujourd'hui », *Mots, Les langages du politique*, N° 83, Lyon, ENS-Editions, 53-67.

Bernays, Edward (1928/2007) : *Propaganda. Comment manipuler l'opinion en démocratie*, Paris, Editions La Découverte.

Breton, Philippe (1997/2000) : *La parole manipulée*, Paris, Editions La Découverte, Collection « Poche », Série « Essais ».

Chomsky, Noam & McChesney, Robert W. (2000/2004) : *Propagande, médias et démocratie*, Montréal, Les éditions Ecosociété.

Constantin De Chanay, Hugues, Rémi-Giraud, Sylvianne (2007) : « Démocratie et ses dérivés. De la dénomination à l'argument sans réplique ? », in Bacot P. & Le Bart Ch. (coord.) : « Dire la démocratie aujourd'hui », *Mots, Les langages du politique*, N° 83, Lyon, ENS-Editions, 81-102.

Hazan, Eric (2006) : *LQR. La propagande du quotidien*, Paris, Raisons d'agir Editions.

Klemperer, Victor (1975/1995) : *LTI, la langue du IIIème Reich*, Paris, Editions Albin Michel, Collection « Agora », Série « Pocket ».

Moirand, Sophie (2007) : *Les discours de la presse quotidienne, observer, analyser, comprendre*, Paris, PUF, Collection « Linguistique nouvelle ».

Paveau, Marie-Anne (1999) : « Démocratie en poche », in Paveau M.-A. & Périès G. (coord.) : « Démocratie, Démocraties », *Mots, Les langages du politique*, N° 59, Lyon, ENS-Editions, 69-87.

Perry, Sheila (1999) : « La France en direct comme arène démocratique », in Groupe Saint-Cloud : *L'image candidate à l'élection présidentielle de 1995. Analyse des discours dans les médias*, Paris/Montréal, L'Harmattan, 27-47.