

## L'ironie connivente dans l'argumentaire politique: Le cas de la campagne présidentielle française de 2012

Hichem KHADEM<sup>1</sup>, Adel LALAOUI<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Laboratoire ILLAAC, université Larbi Ben M'hidi Oum El Bouaghi (Algeria).

<sup>2</sup>Laboratoire DECLIC, Université Larbi Ben M'hidi O.E.B, Université Larbi Ben M'hidi Oum El Bouaghi (Algeria).

Email : <sup>1</sup>[Khadem.hichem@univ-khenchela.dz](mailto:Khadem.hichem@univ-khenchela.dz); <sup>2</sup>[Lalaoui2@yahoo.fr](mailto:Lalaoui2@yahoo.fr)

Submission: 25.11.2025 | Acceptance: 04.03.2026 | Publication: 01.06.2026

### Abstract:

Enunciation, as a pretext for conniving communication, suggests rhetorical strategies for legitimizing political discourse. It constructs decisive issues where symbolic hegemony sponsors the argumentation operating through shared insinuations, nuanced with humor or incongruity for persuasive purposes.

To this effect, irony proves to be a complex discursive device impacting the reception universe by disqualifying the opponent, constructing a communal interpretation, and circumventing the limits of political debate. Contextualized by an intense media flow generating a fragmentation of audiences while establishing an intellectual disposition toward choices deemed plausible, it offers possibilities for a dialectical analysis of the tumult of polemical discourses based on the unsaid and veiled denunciation.

Radically opposed, the two presidential styles, Sarkozy's and Hollande's, argue through sarcasm, exploiting a gaping economic crisis permeating a demanding society.

At the crossroads of linguistic pragmatics and the sociology of language, our study aims to analyze the exchanges of ritualized political confrontation in order to understand the functioning of complicit irony, constituted as speech acts that shape human interactions and symbolically structure their shared world.

**Keywords:** Irony, sarcasm, complicity, political discourse, argumentation

### Introduction :

L'homme politique cherche subtilement et soigneusement à insinuer, dissimuler et parfois tourner en dérision en nuancant le discours, en jouant sur deux profils différés : explicite et implicite, ce qui attire notre attention en ce qu'il nous offre d'opportunité à interpréter, analyser le non-dit avec tout ce qu'il réfère.

La connivence ironique incarne parfaitement une structure particulièrement sophistiquée et efficace de stratégie discursive en politique, où l'ironie sert précisément à créer ou renforcer un lien de complicité avec un public cible. Cette pratique va au-delà de l'ironie simple en en faisant un outil d'inclusion/exclusion et de construction identitaire.

L'ironie en tant que notion fondamentale et procédé discursif est définie par Oswald Ducrot et Todorov comme une figure de rhétorique et choix stylistique qui correspond à « *l'emploi d'un mot avec le sens de son antonyme* » ayant un effet beaucoup plus persuasif qu'esthétique

ou expressif ce qui explique l'aspect pratique de cette composante du discours. C'est-à-dire se servir de la langue ingénieusement et habilement de manière à marquer un écart pertinent et significatif entre la forme et le sens, entre le signifiant et le signifié, entre l'image acoustique et le concept qui la représente, créant un effet de contradiction et de bizarrerie car il existe un décalage entre ce qui est dit et ce qui existe réellement. Cela s'accorde énormément avec le principe de la variation de la signification induite par l'énonciation.

La réflexion sur la mise en scène du discours politique notamment télévisé invite à débattre sur les stratégies discursives et distinctement argumentatives actionnées par les sujets de la confrontation politique lors des débats duels médiatisés, là où les metteurs en scène interviennent pour impacter l'audience via des paramètres propres à l'évolution des formats télévisuels qui transforme la matière du dire en une véritable performance sur scène médiatique.

Dans le même cheminement d'idées, J.BRES dans son œuvre « *Dialogisme et polyphonie, Approche linguistique* » explique le fonctionnement du processus de l'argumentation selon une perspective dialogique et polyphonique ce qui permet à situer le discours politique -qui peut s'incarner en un échange ayant une visée persuasive- par rapport au circuit communicatif émetteur- récepteur en termes de prise de position :

« *Argumenter, c'est non seulement donner des raisons, mais négocier cette justification par rapport à un interlocuteur dont les prises de position peuvent être différentes et considérées quelque part comme légitimes, c'est admettre que sur une question donnée il puisse exister d'autres positions que la sienne propre* »(2005, P 59).

A l'égard de toutes ces considérations, on se trouve dans l'obligation de répondre à la problématique suivante :

### **Dans quelle mesure l'ironie connivente permet-elle aux candidats politiques de créer des liens de proximité avec leur public afin de renforcer leurs positions et discréditer leurs adversaires ?**

Ainsi et autrement: Comment les mécanismes linguistiques de l'ironie, en particulier la polyphonie et l'implicite, participent-ils à la construction de cette connivence dans un contexte politique hyper-médiatisé ? Telle est la question à laquelle cette étude se propose de répondre, en articulant analyse linguistique et stratégies argumentatives.

Pour aboutir à des réponses claires on a opté pour les hypothèses suivantes :

- Il ne s'agit pas seulement d'un procédé stylistique : l'ironie s'impose et agit comme une véritable stratégie argumentative, doublée d'un puissant vecteur de connivence entre le locuteur et son auditoire.
- L'hypothèse centrale est que l'ironie politique, loin d'être un simple ornement ou une attaque frontale, peut être un outil particulièrement efficace pour construire une communauté interprétative – séduire tout en excluant. Sa force réside dans sa capacité à créer un pacte implicite avec l'électeur, une "connivence critique" qui permet au locuteur de disqualifier son adversaire tout en valorisant son propre ethos, et cela sans user d'une agressivité trop explicite.

- L'ironie connivente, en tant que stratégie discursive d'argumentation, sert à construire un rapport de complicité avec son auditoire, de délégitimer et disqualifier son adversaire politique indirectement apaisant la confrontation du duel polémique entre concurrents.
- L'ironie permet de discréditer délicatement le statut et la posture politique de l'adversaire politique.
- L'ironie permet une gestion adoucie du débat médiatique en vertu d'une critique de l'adversaire sans affrontement frontal.

Pour mener à bien notre étude, on adopte une approche descriptive- analytique se basant sur l'explication et l'illustration.

### **1-Le discours politique face aux contraintes du format télévisuel :**

Le discours politique s'inscrit dans le genre délibératif qui s'enracine dans le domaine de l'argumentation ayant pour fonction capitale le savoir-convaincre qui s'articule autour de deux notions principales : celle de persuader basée sur un exposé des idées faisant l'essentiel du plaidoyer du locuteur, qui défend le bien fondé de ses convictions afin de décrocher l'adhésion de l'univers de réception totalement ou partiellement par le biais d'arguments bien fondés ; ainsi que des stratégies qui visent influencer le contexte interlocutif pour ne pas dire explicitement le manipuler à tout prix jusqu'à la coercition. Également de dissuader qui s'agit de discréditer son adversaire afin de le disqualifier, le déstater et dégrader sa posture politique devant l'opinion publique notamment dans les débats télévisés.

Il va de soi que toute communication est une argumentation sur le plan pragmatique de l'énonciation, la légitimité du discours politique se focalise sur ainsi sur la matière informationnelle du verbe expressif et signifiant. le discours politique est souvent taxé de manipulateur pragmatiquement parlant : il cherche en permanence à impacter les esprits constituant l'univers de réception. En pragmatique, le discours ne se limite pas uniquement à la fonction dite représentative mais il s'étale fonctionnellement sur une fonction pragmatique celle d'agir sur l'autre et qui se définit sous un angle spécifiquement interactionnel, en envisageant « *la communication non comme une simple représentation de vérité mais comme une interaction* ». (Francis. VANOYE, 1973, p12). C'est-à-dire voir et visionner selon la perspective éminente de l'interaction qui a fait toute une théorie tendance relativement novatrice et révolutionnaire durant les années 1970.

En effet, la représentation et l'action sont deux faces fonctionnelles indissociables de l'entité linguistique dite du langage, et en se référant à l'énonciation, la pragmatique prend place pour se pencher à l'action pour la seule raison : l'usage du langage ne se réduit pas à la fonction représentative (reflétant ce qui gravite dans la pensée) mais il s'étend et il prend de l'ampleur performatif ayant pour fonction fondamentale et inhérente : communiquer pour agir où le verbe devient action, voire un acte réalisateur.

« *Quand un énonciateur s'engage dans une communication, la quasi-totalité des cas, il s'inscrit dans le contexte situationnel en question avec bien sûr l'intention d'influencer, d'agir sur les paramètres du contexte interlocutif* ». (Encyclopédie des sciences du langage, page : 776).

Dans le même cheminement d'idées, il est très adéquat de citer la définition suivante telle qu'elle figure dans le Dictionnaire des sciences du langage :

*Sous le nom de pragmatique, on regroupe des orientations très diverses. À l'origine, elle a concerné les caractéristiques de l'utilisation du langage (motivations psychologiques des locuteurs, réactions des interlocuteurs, types socialisés de discours, objets de discours, etc.) par opposition à l'aspect syntaxique et sémantique (V. psycholinguistique, sociolinguistique). Ensuite avec l'étude des actes de langage et des performatifs par J.L.Austin, la pragmatique s'est étendue aux modalités d'assertion, à l'énonciation et au discours pour englober les conditions de vérité et l'analyse conversationnelle. (Jean. DUBOIS et al, 1999, p375).*

Il s'agit dans ce contexte de mettre en exergue les traits pertinents des Actes du langage instaurés par l'Américain Austin J le père fondateur de la théorie ayant pour argumentaire « Quand Dire, C'est Faire » qui traduit la version originale anglo-saxonne « How To Do ThingsWithWords » paru en 1959.

La mise en scène du Dire politique subit certainement une sorte de mutation affectant les modalités d'énonciation de la parole politique sous l'interférence des paramètres médiatiques qui favorisent manifestement l'émotionnel réactif au détriment du fond idéologique.

Cette mise en scène correspond fonctionnellement au contexte situationnel ou réversiblement la situation contextuelle que définit KERBRAT-ORECCHIONI dans son œuvre « L'énonciation » comme un « ensemble fort complexe et hétérogène, aux contours flous et extensibles, qui comprend :

*L'environnement physique dans lequel se déroule l'échange verbal : circonstances spatio-temporelles du discours, caractéristiques "proxémiques" de l'espace communicationnel, et ce morceau du référent qui apparaît comme immédiatement perceptible aux partenaires de la communication. Plus largement, l'ensemble des conditions matérielles, économiques, sociopolitiques qui déterminent la production/réception du message verbal. » (1999, p226).*

Les communicants politiques lors d'un échange communicatif sur un plateau de télévision qui impose ses codes de performance via des techniques de mise en scènes spécifiques deviennent conditionnés par les paramètres médiatiques de mise en scène. Par conséquent la contrainte technique de la composante médiatique aboutit au fur et à mesure en une mise en scène du pouvoir politique défini par des rapports de force, d'intérêt et d'influences qui cherche à satisfaire le pôle le plus puissant et qui a plus de potentiels de réussite.

L'espace public de l'extrême contemporain est marqué par le conditionnement des médias télévisuels à la dimension du grand format médiatique qui se transforme en un support de performance-spectacle où s'amplifie -via des techniques de la mise en scène visuelle (cadrage- montage- déco, lumière...)- la posture du candidat politique pour devenir une figure manipulée de l'individu-leader qui se manifeste pour séduire et manipuler par son image et sa posture affectée ce qui définit la notion d'éthos qui accorde une primauté à

l'image de soi en ce qui concerne la mise en scène médiatique c'est la posture qui compte le plus également le corps, l'habillement, les couleurs le décor le discours construit de façon stylistique et décalée par rapport à l'usage ordinaire conventionnel du Dire notamment le recours constatable des figures de style visant la restylistation et l'amplification du discours énoncé, donc, l'effet de style compte énormément pour les concepteurs et architectes de l'élocution. Ce dernier est éminemment déplacé à un usage réorienté vers une performance visuelle résultant un spectacle extraordinaire pour plaire et faire plaisir au public. La démocratie n'est plus à l'ancienne car elle se revêt de quelques paramètres visuels, elle devient une démocratie du public considéré le seul destinataire du spectacle de performance. Transformer le dire en un spectacle relève à une stratégie pertinente qui s'appelle l'éthos définie par Dominique Maingueneau comme « *ce que l'orateur prétend être, il le donne à entendre et à voir : il ne dit pas qu'il est simple et honnête, il le montre à travers sa manière de s'exprimer* » (1993, 138)

## **2- Une scénarisation médiatico-numérique :**

Nous allons inventorier les contraintes relatives à la médiatisation du verbe politique et les changements qui en résultent :

### **a-L'effet de l'immédiateté :**

Le mode de diffusion direct assure plus ou moins un gage de vérité et d'authenticité car il n'y a pas d'écart, par opposition à la télévision de montage, entre ce qui a lieu et ce qui est montré : le public se positionne avec une réalité médiatisée "non fictionnelle" ; il est en prise avec la scène du réel.

les acteurs politiques qui se présentent sur les plateaux de télévision sont censés avoir un réflexe éminent en matière de leurs comportements habituels de politiciens hors médias, ils devraient être plus sensibles et vigilants quant à l'interactivité dans les studios de tournage, ils sont appelés à mettre l'accent sur la réactivité et sur la réflexion structurée selon des modalités classiques, et cela exige un réflexe d'adaptation rapide sur scène car tout retard dû à l'hésitation – et qui se manifeste par des séquences de silence injustifié- sera certainement sanctionné au yeux du public par une interprétation subjective prêtant à équivoque, qu'il s'agirait probablement d'une faiblesse, vulnérabilité et d'incapacité. Généralement les metteurs en scène des studios politiques cherchent l'esprit du « fastthinkers » qui ont un savoir faire délicatement intelligent capable de confronter et de générer des répliques très rapidement et cela demande une prédisposition communicative qui s'apprend et s'acquiert par une longue expérience de rhétorique.

### **b-S'exprimer sur un ton agressif et agir en offensif :**

Pour des raisons motivationnelles de succès des émissions qui cherchent la lisibilité et la visualisation à l'extrême échelle, les metteurs en scène médiatiques préfèrent et favorisent significativement ce qu'on désigne par « confrontation-show » au détriment du Débat simple, c'est-à-dire privilégier l'effet de spectacle, en se référant à l'attaque en adoptant une stratégie offensive créant l'effet de l'inattendu, l'imprévu et l'inédit afin de surprendre

l'adversaire, pour ce faire, on se sert de la langue et tant qu'arme de destruction de l'adversaire en se déshabillant de toute éthique ou morale déontologiquement parlant. Terminologiquement parlant, cette modalité communicative s'appelle le Clash faisant preuve d'une stratégie impitoyable.

Malgré les effets conséquents de la médiatisation, il est convenable de réajuster le procédural de la communication politique, pour des raisons d'éthique et de justesse, il est extrêmement recommandé de ne pas s'éloigner des normes de la bonne conduite afin de préserver le sens qui est le fond de l'éloquence, on s'accorde avec le principe d'adaptabilité au médiatique et numérique mais on doit quand même respecter les contours et les repères du Dire politique qui vise l'intérêt commun. Un autre risque celui de la fragmentation des séquences énonciatives causée par l'intervention et manipulation des metteurs en scène qui aboutit à un spectacle segmenté et fracturé dont les symptômes sont des coupures qui interfèrent pour dégrader la fluidité et la qualité de l'échange duel entre les candidats, qui s'expriment sur des séquences tout à fait courtes et parfois insignifiantes, minimisant le feedback aspiré par l'assistance publique détruisant et tuant le sens réel vraisemblable des interventions, désamorçant les énoncés de leurs ancrage socioculturels, causant l'ambiguïté et l'incompréhension.

### **3-L'ironie connivente, prétexte de délégitimation :**

Selon une perspective énonciative, l'ironie se définit comme une figure d'opposition énonciative. C'est le remplacement d'une expression dévalorisante par son contraire valorisant, créant un décalage entre le dire et le vouloir-dire. Cet écart est le mécanisme de base qui permet l'attaque indirecte.

L'ironie politique est une arme rhétorique stratégique qui permet de critiquer délicatement et implicitement via un code chiffré et intelligible par l'auditoire, la distance ou le mépris sous couvert d'humour, d'ambiguïté ou de décalage. Contrairement à l'ironie littéraire, elle a pour visée communicative un effet pragmatique immédiat dans l'espace public à travers la séduction et la manipulation par le langage.

Toute communication est une argumentation, *« les raisonnements ne sont ni des déductions formellement correctes, ni des inductions allant du particulier au général, mais des argumentations de toute espèce, visant à gagner l'adhésion des esprits aux thèses qu'on présente à leur assentiment. »*. Cette citation est au cœur de l'œuvre fondatrice de Chaïm Perelman et Lucie Olbrechts-Tyteca (intitulé : *Le Traité de l'argumentation : La nouvelle rhétorique-1958*) focalisé sur une thèse centrale qui stipule que le raisonnement est une argumentation ayant pour fonctions dialoguer et persuader, afin de s'échapper à toute restriction rationnelle. (Disponible sur : [https://www.persee.fr/doc/phlou\\_0035-3841\\_1972\\_num\\_70\\_7\\_5684](https://www.persee.fr/doc/phlou_0035-3841_1972_num_70_7_5684), consulté le 01-04-2026 à 22h00.)

a-L'ironie est au service de l'argumentation, elle est envisagée en tant que notion faisant partie des moyens techniques mis en service du discours particulièrement politique s'accorde pleinement avec l'idée de « l'écart » et la dissociation entre ce qui est énoncé d'une part et ce que pense réellement l'énonciateur d'autre part. C'est-à-dire il n'y a aucune correspondance

entre ce qui est proféré et dit explicitement et l'intentionnel du locuteur et son intérêt déjà connu et déclaré par son statut, son identité, sa position politique et ses convictions. Et cela nécessite un partage socioculturel de la langue communiquée afin que cet écart linguistique soit intelligible, audible et tangible par le public.

Autrement dit, l'ironie désigne formellement un procédé stylistique fréquemment mis en œuvre dans le discours politique marquant un écart manifestement ressenti à travers une dissociation délibérément effectuée entre ce qui est dit et ce qui est pensée. Ce qu'on appelle l'ironie naît au moment où l'énonciateur dit intentionnellement le contraire de ce qu'il pense pour créer un effet sarcastique.

Donc, l'écart ironique sort de l'usage ordinaire et habituel du langage humain, il s'éloigne radicalement du code usuel et conventionnel sur le plan communicatif ce qui crée une sorte de contradiction ou non-sens par rapport au positionnement politique du locuteur.

### **b-Décalage nuancé entre le dire et le signifié :**

La **connivence** se définit à l'égard de l'analyse de discours politique comme l'ensemble des stratégies discursives permettant à créer ou susciter un sentiment de complicité, de partage de valeurs, de savoirs ou d'émotions avec un public cible. Elle repose sur l'idée que la persuasion ne compte pas uniquement sur des arguments rationnels et logiques (logos), mais elle est envisagée aussi par la construction d'une **communauté symbolique** entre le communicant et son auditoire, créant une sorte d'entente secrète et tacite,, les connotations sémantiques qui accompagnent la connivence viennent à l'appui d'une stratégie de communication ciblée sur un public choisi...  *dans le monde des medias, tout aussi fréquemment et de manière peut-être plus visible, le terme est mobilisé dans des combats variés, quand se pose la question de l'indépendance morale, économique ou politique, en l'absence d'actes délictueux avérés ; est ainsi fait le constat que « la diplomatie de connivence mène à toutes les impasses », ou que, divers réseaux d'influence prenant le pouvoir, « la fréquentation de (leur)s dîners ne suffit pas à rendre influent. Des contacts s'y nouent, des connivences se confortent sans qu'il soit possible d'en mesurer le retour.* [https://www.persee.fr/doc/gadge\\_1950-974x\\_2015\\_num\\_13\\_1\\_987](https://www.persee.fr/doc/gadge_1950-974x_2015_num_13_1_987), consulté le 10-04-2026 à 20h00

À l'ère du numérique, où l'attention est dispersée et l'offre médiatique pléthorique, le politicien ne peut plus se contenter d'un discours uniforme adressé à « tous ». La connivence lui permet de tisser un lien privilégié avec des communautés spécifiques – par exemple, en utilisant des références culturelles locales, des « petites phrases » qui font écho à des combats partagés, ou mêmes qui circulent dans une bulle idéologique. Ce faisant, l'électeur ne se sent plus simplement destinataire d'un message, mais partenaire associé d'un code, membre d'un « nous » implicite. Ce mécanisme renforce l'engagement affectif, souvent plus déterminant dans l'acte de scrutin que la lecture détaillée d'un programme :

*« Une des caractéristiques principales de l'activité discursive est celle de présupposer un espace doxastique, espace de croyance ou de connaissance supposé commun au discours par les participants ou, plus généralement, les membres de la communauté discursive »* (Stockinger 2001 : 81)

L'ironie politique classique (le sarcasme, la contre-vérité amusante, la litote) existe depuis longtemps. Mais la connivence ironique ajoute une couche supplémentaire : elle ne se contente pas de produire un effet humoristique ou polémique ; elle crée une intelligence partagée. Pour que l'ironie fonctionne comme connivence, l'auditeur doit non seulement décoder le décalage entre le dit et le non-dit, mais aussi se reconnaître comme faisant partie des « initiés » qui saisissent la référence, l'allusion ou le clin d'œil. Ce mécanisme transforme un simple message en un rituel d'appartenance.

Attaché au discours politique, la connivence fondée sur l'ironie constitue une modalité discursive à la fois subtile et redoutablement efficace dans l'arène politique. En recourant à l'ironie, l'orateur ne cherche pas simplement à faire rire ou à critiquer indirectement : il vise avant tout à instaurer ou à consolider un lien de complicité tacite avec un auditoire spécifique. Cette démarche dépasse l'usage ordinaire de l'ironie, car elle en fait un véritable instrument de délimitation des frontières – inclure les siens, exclure les autres – et de forgeage d'une identité collective.

#### **4-Opposition de deux styles différents :**

##### **Station I : Discours de Bourget le 22 Janvier 2012**

##### **Hollande, posture paisible et retenue :**

Analyser la connivence, c'est comprendre et reconnaître que faire de la politique, c'est aussi raconter une histoire commune et se servir d'un dialecte implicite mais intelligible par l'auditoire. Des formulations anodines pour le grand public, mais chargées de sens pour une frange initiée. À un niveau plus banal et même terre à terre, chaque camp développe son propre langage, ses insultes rituelles, ses références historiques et socioculturelles. Cet imaginaire commun – qu'il soit national, communautaire ou générationnel – devient le terrain fertile sur lequel prospère la connivence. Dès lors, le politique n'est plus seulement l'art de gouverner par des lois et du rationnel, mais aussi l'art de créer du lien symbolique par des mots et des codes partagés.

Le discours de François Hollande au Bourget a profité d'un timing idéal : prononcé un dimanche, il a capté l'attention des médias et des téléspectateurs, ayant pour objectif de cadrer le candidat et rassurer ses troupes, malgré un effet limité sur sa stature présidentielle. Pour cela, il faut rester fidèle au discours initial, sans ajout ni retrait, en le peaufinant jusqu'au premier tour, afin de convaincre les indécis.

*Disant cela, je ne montre pour autant aucune indulgence sur le quinquennat qui arrive à son terme. Mais là n'est déjà plus la question. Les jugements sont faits. Commencé dans la virevolte, ce quinquennat finit dans la tourmente. Plombé par des cadeaux fiscaux destinés aux plus fortunés, il s'achève par des hausses de prélèvements imposées à tous les Français. Inauguré par une promesse de retour au plein emploi, il se termine par un chômage record. Et que dire des déficits, de la dette, de la désindustrialisation, de la démolition des services publics, notamment de l'école?*

*Un seul mot résume cette présidence : la dégradation. Tout s'est dégradé. Je ne parle pas d'une note. Je ne parle même pas des comptes publics. Je parle des conditions de vie, des comportements, tout simplement de la situation du pays. A l'injustice dans les choix,*

*l'incohérence des décisions se sont ajoutés l'accaparement du pouvoir et la connivence avec les puissants, avec ce paradoxe ultime que la volonté d'omnipotence débouche sur un aveu d'impuissance. Voilà pourquoi le changement n'est pas seulement celui d'un président, d'un gouvernement ou d'une majorité. Il faut aller bien plus loin : c'est un changement de politique, de perspective, de dimension qu'il faut offrir à notre pays le 22 avril et le 6 mai.*

Cette séquence du discours de campagne de Hollande met en avant un passage introductif pour sa stratégie énonciative basée essentiellement sur l'ironie. Il dénonce une situation dégradée dans tous les domaines du président sortant. Il remet en mémoire un constat évident du quinquennat qui arrive à terme.

Confiant dans son engagement, le programme Hollandien retourne en dérision les propos fallacieux de son adversaire :

*On me demande souvent : "mais comment allez vous faire pour faire venir vos alliés dans cette Europe, sur les positions que vous défendez, puisque le Président sortant n'y est pas arrivé"?*

*...Notre pays a abandonné depuis trop longtemps son industrie, aveuglé par la chimère d'une économie sans usine, sans machine, comme si l'immatériel pouvait remplacer le travail de l'ouvrier, du contremaître, de l'ingénieur et de son savoir-faire ...Pour maîtriser la dette, je rétablirai l'équilibre budgétaire en fin du mandat qui me sera confié. Pour atteindre cet objectif, je reviendrai sur les cadeaux fiscaux et les multiples niches fiscales accordées depuis une décennie aux ménages les plus aisés et aux plus grosses entreprises.*

*C'est pour l'égalité que nous aurons aussi à combattre et à proposer aux Français le changement. ...Je serai le Président de la fin des privilèges parce que je ne peux pas admettre que, pendant ce temps-là, pendant que certains s'enrichissent sans limite, la précarité s'étende, la pauvreté s'aggrave et 8 millions de personnes vivent en dessous du seuil de pauvreté, dont beaucoup trop d'enfants.*

*Qui peut trouver normal qu'on gagne plus d'argent en dormant qu'en travaillant ?*

-Ce détournement de propos stigmatise le concurrent par une reprise ironique de déclarations ridiculisantes qui sèment le doute et l'incertitude. Cette interrogation- rappel s'inscrit dans ce qu'on appelle l'ironie.

Hollande : *« Pas un instant, nous ne resterons inactifs. Le quinquennat ne sera pas une volte-face, un zigzag, une contradiction. »* Dans cette séquence, Hollande utilise le mot « quinquennat » pour désigner indirectement son adversaire mais il choisit de qualifier ce substitut par « une volte-face » qui connote péjorativement un comportement instable, ambigu et louche, suivi par « un zigzag » qui renforce l'idée précédente ayant un caractère déséquilibré, fantaisiste et déraisonnable. Enfin, il termine cette insinuation par le terme « une contradiction » qui signifie un caractère fragile de l'absurdité. Toutes ces qualités incarnent implicitement l'incompétence politique du président sortant dans la conviction de Hollande.

*« ...Comment serait-il possible de parler de rêve au moment où la crise condamnerait toute ambition? Ce serait une chimère. »* Dans cet énoncé, il s'agit bien évidemment d'une interrogation qui n'est pas réelle, l'intervenant s'interroge sur le concept de « rêve » énoncé par son adversaire mais dans un moment où il est trop retard c'est-à-dire après la

consommation des années de son mandat présidentielle, alors, c'est l'expression de l'ironie pour dire que c'est impossible signifié par le mot « chimère » qui veut dire « irréalisable ».

*« Voilà le choix, chers amis, voilà le choix qui vous attend. Toujours le même, toujours celui, depuis que la démocratie existe, entre la peur et l'espoir, entre la résignation et le sursaut, entre l'agitation et le changement. »*

Dans cette partie, Hollande met en œuvre une expression « chers amis » pour décrocher de la connivence avec le public. Ensuite ; il met le discrédit sur son concurrent en exposant un système binaire de mots opposés (la peur vs l'espoir – la résignation vs le sursaut – l'agitation vs le changement) faisant allusion au bilan négatif à l'adversaire.

## **Station II : Débat télévisé de l'entre-deux-tours entre Sarkozy vs Hollande**

### **I. Marqueurs d'ironie, formes et fonctions :**

#### **1. L'ironie antiphrase, le « compliment » empoisonné :**

Le procédé de l'antiphrase consiste à énoncer le contraire de ce que l'on pense pour mieux souligner l'absurdité ou la naïveté de la thèse adverse. Sarkozy y recourt fréquemment :

**Tour 42 :** *« Vous allez créer une banque publique. Formidable, elle existe déjà. »*

L'adjectif « formidable », suivi de la révélation que le dispositif préexiste, transforme l'approbation factice en disqualification de l'ignorance ou de la redondance programmatique de Hollande. Le sourire indiqué renforce l'effet ironique.

**Tour 42 (suite) :** *« Voilà une promesse, Monsieur Hollande, si vous êtes élu, que vous n'aurez pas de mal à tenir puisque je l'ai déjà fait. (sourire) »*

L'ironie antiphrase repose sur le contraste entre l'éloge apparent (« promesse facile à tenir ») et le dénigrement réel : la proposition n'est pas une innovation mais une reprise. Le sourire est un signal paraverbal de l'ironie.

**Tour 145 :** *« Il y a une différence entre nous : vous voulez moins de riches, moi je veux moins de pauvres. »*

Sarkozy paraphrase ironiquement la posture de Hollande en l'absurdifiant : « moins de riches » est une réduction caricaturale de la justice fiscale, présentée comme un objectif négatif, tandis que sa propre formule « moins de pauvres » se pose en humanisme positif. L'antithèse est une antiphrase massive de l'étiquette « président de la justice » revendiquée par Hollande) au niveau du 9<sup>ème</sup> tour de parole.

**Tour 162 :** *« Je n'ai donc pas fait de cadeau aux riches, Monsieur Hollande. Quelle belle démonstration ! »*

L'exclamation « quelle belle démonstration » est antiphrase : Sarkozy feint d'admirer le raisonnement de Hollande pour mieux en dénoncer l'incohérence.

#### **2. L'ironie par hyperbole et comparaison absurde :**

L'exagération outrancière sert à rendre grotesque la position adverse ou à dénoncer une disproportion rhétorique.

**Tour 23 :** *« Quand monsieur Axel Kahn [...] compare le rassemblement du Trocadéro d'hier pour la fête du travail au congrès de Nuremberg, est-ce l'esprit de rassemblement ? »*

L'hyperbole comparative (rassemblement syndical = congrès nazi) est une ironie tragique :

elle réduit l'opposant à une accusation absurde dont il ne peut se départir qu'en la condamnant. L'effet est de retourner l'argument du rassemblement contre la gauche.

**Tour 23** (suite) : « *Quand on m'a comparé à Franco, à Pétain, à Laval – et pourquoi pas Hitler ? – vous n'avez pas dit un mot.* »

L'ajout « et pourquoi pas Hitler » est une hyperbole ironique qui feint d'élargir la liste pour mieux souligner l'indignité des comparaisons réelles. Ici, l'ironie porte sur l'escalade absurde : si on compare à Pétain, autant aller jusqu'à Hitler.

**Tour 32** : « *Vos amis, vos propres amis, m'ont comparé à je ne sais quel bestiaire. J'ai eu droit à tous les animaux des zoos.* »

Dans cette réplique, on constate clairement que Hollande se défend à l'égard de l'ironie de Sarkozy par une hyperbole ironique symétrique : le bestiaire et le zoo représentent une métaphore portant sur l'outrance des attaques, renforcée par un effet de dérision de la victimisation adverse. Le rire dans la salle (indiqué) confirme la connivence avec le public.

**Tour 143** : « *93 % du paquet fiscal sont pour les classes populaires et les classes moyennes.* » (Après avoir nié les cadeaux aux riches) »

Sarkozy ironise par contraste, il tente de retourner l'argument, mais l'ironie est involontaire pour l'auditeur averti ; elle fonctionne plutôt comme un contre-argument ironique.

### **3. L'ironie par sous-énonciation et litote feinte :**

L'ironie peut passer par une minimisation affectée qui laisse entendre le contraire, comme par exemple :

**Tour 57** : « *En revanche, la croissance, vous l'avez mise à zéro. Vous n'êtes donc pas forcément le mieux autorisé ou le plus compétent pour nous dire comment il conviendrait de la relancer.* »

L'adverbe « forcément » et le comparatif « le plus compétent » sont une litote ironique : Hollande ne dit pas que Sarkozy est incompetent, mais laisse entendre qu'il ne peut prétendre donner des leçons. La politesse falsifiée de surface (« pas forcément ») sert comme une arme de discrédit oblique.

**Tour 67** : « *Donc vous êtes très mécontent de vous, j'ai dû me tromper. J'ai dû faire une erreur donc je me mets à présenter mes excuses : vous êtes très mécontent de vous.* (rires dans la salle) »

Hollande feint de se rétracter après l'accusation de mensonge. L'excuse hypocrite (« vous êtes très mécontent de vous ») est une antiphrase performative : le rire du public montre qu'il perçoit le jeu ironique.

### **4. L'ironie par pastiche et mimétisme moqueur :**

Sarkozy imite parfois la rhétorique hollandaise :

**Tour 11** : « *C'est assez classique, ce qu'il a dit. Il a dit qu'il serait un président extraordinaire si les Français le choisissaient et que par conséquent, son prédécesseur naturellement n'était pas un bon président. C'est classique.* »

La répétition de « classique » est un pastiche ironique : Sarkozy imite la tonalité convenue

des discours d'opposition pour les vider de leur substance. La connivence avec l'auditoire repose sur le partage d'une lassitude supposée face aux formules creuses.

**Tour 404** (Hollande, mais cité par Sarkozy au tour 406) : « *Vous avez parlé [...] d'un Président normal. [...] On en avait la larme à l'œil.* »

Sarkozy pastiche l'énumération anaphorique de Hollande (« Moi, Président... ») en la réduisant à une formule moqueuse (la larme à l'œil). Le pathos supposé de Hollande est ironisé comme une pose.

### **5. L'ironie par citation détournée ou éloge paradoxal :**

**Tour 23** (Sarkozy) : « *Madame Aubry me traite de Madoff, 183 ans de prison, et que le leader de la famille ne dit rien, c'est qu'il cautionne.* »

L'évocation de l'affaire Madoff (malfaiteur financier) est ironique par contraste : Sarkozy, accusé d'être un « Madoff » par une socialiste, feint de prendre cette outrance au sérieux afin de mieux accuser Hollande de lâcheté. L'ironie s'articule doublement sur une double détente : elle ridiculise et minimise l'accusation face à l'absence de réaction.

**Tour 46** : « *Les iPad que vous avez offerts à tous les enfants de Corrèze ont tous été fabriqués en Chine. Parce qu'il n'y en a pas un seul qui se fabrique en France. (sourire)* »

Il s'agit d'une ironie factuelle (sous-entendu : vous n'êtes pas cohérent). La pique sur les iPads offerts par Hollande dans sa circonscription est ironique : elle souligne un décalage entre l'intentionnel (intérêt de modernité éducative) et la réalité (délocalisation industrielle). Le sourire en renforce la complicité avec le public. Sarkozy oppose l'achat public d'iPad (fabriqués à l'étranger) à la défense supposée du made in France, ridiculisant la promesse de Hollande.

**Tour 59** : « *Vous êtes toujours content de vous, ce qui est d'ailleurs extraordinaire.* »

Il s'agit bien évidemment d'une ironie par antiphrase fréquemment exploitée par Hollande, il s'appuie sur le compliment inversé pour moquer les prétentions et les contradictions de son adversaire. Le candidat feint de trouver « extraordinaire » l'autosatisfaction de Sarkozy malgré les mauvais résultats, invitant le public à partager son regard critique.

**Tour 67** : « *Donc vous êtes très mécontent de vous, j'ai dû me tromper. (...) je me mets à présenter mes excuses : vous êtes très mécontent de vous.* »

C'est une ironie par retournement et exagération, Hollande reprend l'accusation de mensonge et la retourne avec une feinte excuse, provoquant des rires dans la salle et soulignant l'absurdité de l'attaque.

**Tour 138** : « *Vous ajoutez maintenant la calomnie au mensonge. (...) Vous n'êtes pas capable de tenir un raisonnement sans être désagréable.* » Hollande feint de prendre les insultes de Sarkozy comme des « compliments », ironisant sur l'incapacité de son adversaire à débattre posément.

**Tour 301** : « *Monsieur Hollande, je sais que vous avez le sens de l'humour mais vous, tenir bon sur vos convictions, pas vous et pas ça.* »

C'est une ironie sarcastique, Sarkozy feint de reconnaître une qualité (sens de l'humour) pour mieux accuser Hollande d'inconstance.

## II. Marqueurs de connivence, construction d'un tiers favorable :

La connivence désigne l'ensemble des procédés qui permettent à un orateur de partager avec une partie de l'auditoire des évidences, des valeurs ou des références implicites, souvent aux dépens de l'adversaire.

### Connivence par humour partagé avec la salle :

**Tour 32** : « Vos amis, vos propres amis, m'ont comparé à je ne sais quel bestiaire. (...) Comme si Staline avait grand-chose à voir avec mon propos ! (rires) »

Hollande évoque les attaques personnelles subies et les retourne en ridicule ; les rires en salle montrent une complicité avec le public présent (et, par extension, les téléspectateurs).

### 1. Appels au « peuple » ou aux « Français » comme référent commun :

**Tour 11** (Sarkozy) : « *Le rassemblement, c'est quand on parle au peuple de France, à tous les Français. Je ne suis pas l'homme d'un parti. Je ne parle pas à la Gauche.* »

Sarkozy se pose en président au-dessus des clivages, produit une connivence avec l'électorat centriste ou droitier qui rejette l'étiquette partisane. L'opposition « vous » (Hollande, la gauche) / « tous les Français » (nous) est un marqueur de connivence exclusive.

**Tour 16** (Hollande) : « *Je suis de gauche, je l'assume. Vous êtes de droite, vous pouvez l'assumer ou pas.* »

Hollande renverse la connivence : il revendique l'appartenance partisane comme une honnêteté, et accuse Sarkozy de dissimuler la sienne. La connivence s'établit avec l'auditoire de gauche mais aussi avec ceux qui valorisent la transparence.

**Tour 49** : « *Avec vous, c'est très simple : ce n'est jamais votre faute. Vous avez toujours un bouc-émissaire.* »

L'anaphore « ce n'est jamais votre faute » et la généralisation « toujours » instaurent une connivence avec les téléspectateurs fatigués par le récit de la crise comme seule responsable. Hollande se fait le porte-parole d'une exaspération populaire supposée.

### 2. Références historiques partagées, l'héritage disputé :

Les candidats font recours aux figures du passé pour valider leur légitimité ou critiquer celle de l'adversaire.

**Tour 221** (Sarkozy) : « *Quand le général de Gaulle a fait la politique de la chaise vide, pour la politique agricole commune, il a obtenu satisfaction.* »

Sarkozy crée une connivence avec l'auditoire gaulliste et souverainiste : la référence à de Gaulle légitime son intention de rétablir des contrôles aux frontières. L'évocation partagée sert à présenter sa position comme conforme à la tradition républicaine.

**Tour 18** (Sarkozy) : « *Souvenez-vous de Monsieur Mitterrand et de l'école libre : des millions de gens dans la rue et Monsieur Mitterrand, avec sagesse d'ailleurs, qui retire.* »

La mention de Mitterrand comme référence de « sagesse » est paradoxale de la part d'un président de droite, mais elle fonde une connivence avec les électeurs modérés : Par conséquent, Sarkozy se manifeste tant que gestionnaire pragmatique et non idéologue.

**Tour 32** (Hollande) : « *Comme si Staline avait grand-chose à voir avec mon propos ! (rires dans la salle)* »

Hollande satirise sur une comparaison stalinienne implicite, et le rire de la salle marque une connivence avec l'auditoire : tous perçoivent l'absurdité de l'association.

**Tour 406** (Sarkozy) : « *Vous venez de faire un beau discours. On en avait la larme à l'œil. Mais c'est le même François Hollande, qui, quand il s'enflamme en mimant François Mitterrand dans les meetings dit...* »

Sarkozy dénonce la posture mimétique de Hollande (qui se réclame de Mitterrand). La connivence s'établit avec ceux qui jugent l'imitation excessive ou artificielle.

### **3. Complicité avec les journalistes-animateurs :**

Les candidats cherchent parfois à rallier la bienveillance des modérateurs (les deux journalistes : Pujadas et Ferrari) pour marginaliser l'adversaire.

**Tour 42** (Sarkozy) : « *Bon, vous me permettrez de revenir sur les chiffres que vous avez donnés, Monsieur Hollande. Ils sont faux et je vous en donne la preuve.* »

L'adresse à Pujadas (« vous me permettrez ») est une connivence de régulation : Sarkozy reconnaît l'autorité du journaliste tout en l'utilisant comme caution pour contredire son adversaire.

**Tour 126** (Pujadas) : « *Je regarde les temps de parole. Vous avez une minute trente de retard, François Hollande.* »

La mention publique des temps de parole crée une connivence avec l'auditoire soucieux d'équité. Chaque candidat peut ensuite s'appuyer sur cette mesure objective pour accuser l'autre de monopoliser la parole (même si cela reste implicite).

**Tour 400-401** (Ferrari annonce les temps de parole exacts : Sarkozy 57'12, Hollande 58'43)

L'égalité parfaite finale est soulignée, créant une connivence avec le public sur le respect des règles démocratiques.

### **4. Tutoiement et interpellations directes, faux-semblants de la proximité :**

Le vouvoiement est maintenu tout au long du duel polémique (convention du débat politique français), mais certains échanges produisent un effet de fausse proximité ou de rupture, tels :

**Tour 28** (Hollande) : « *Monsieur Sarkozy, vous aurez du mal à passer pour une victime.* »

Le tutoiement est absent, mais le détachement ironique (« passer pour une victime ») crée une connivence avec ceux qui jugent la plainte de Sarkozy infondée.

**Tour 68** (Sarkozy) : « *Ce n'est pas le concours de la petite blague.* »

Dans cette réplique, Sarkozy feint de rappeler Hollande à l'ordre en invoquant une norme implicite de sérieux. La connivence s'établit avec les téléspectateurs qui préfèrent un débat « authentique » (terme qu'il a posé au tour 15).

### **5. Les marqueurs de connivence par l'ethos partagé :**

**Tour 404** (Hollande) : L'anaphore s'illustre dans cette réplique : « *Moi, Président de la République* » (avec maintes reprises redondantes, presque une dizaine de fois) construit conséquemment un ethos de rupture et de transparence. Nouer une connivence bien fondée

avec l'auditoire se focalise sur la promesse d'une présidence « normale » – terme qui crée une opposition implicite avec le style hyper-présidentiel de Sarkozy. Chaque énoncé (« je ne serai pas chef de la majorité », « je ne traiterai pas mon premier ministre de collaborateur ») est une pierre dans le jardin de l'adversaire, mais sans le nommer directement – connivence avec ceux qui connaissent les allusions.

**Tour 511** (Sarkozy) : « *Je ne leur ai pas fait de leçon de morale, parce que voyez-vous, je ne fais pas de leçon de morale à des gens qui vivent dans des quartiers où je ne vis pas ou qui mettent leurs enfants dans des écoles où je ne vis pas.* »

Sarkozy tisse une connivence avec les électeurs du Front national (Marine Le Pen) en se démarquant de l'élite morale qu'il attribue à Hollande. L'effet de connivence est exclusif : il s'adresse à ceux qui se sentent méprisés par la gauche.

**6-Autres formes de connivence** : qui figurent toujours dans le même corpus telles :

**Connivence par énumération et répétition :**

**Tour 49** : « Avec vous, c'est très simple : ce n'est jamais votre faute. (...) Vous avez toujours un bouc-émissaire. »

Le « vous » désigne Sarkozy, mais l'énumération des dénis de responsabilité crée un sentiment de vérité partagée avec les spectateurs qui ont suivi l'actualité.

**Connivence avec les classes populaires :**

**Tour 89** : « Je considère que 300 euros sur un couple de Smicards, c'est inacceptable. »

Hollande se fait le porte-parole des petits revenus, s'opposant à la hausse de TVA. Le chiffre « 300 euros » ancre la connivence dans le concret.

**Connivence par le rappel des promesses non tenues :**

**Tour 127** : « La dette publique a augmenté de 600 milliards d'euros depuis le début du quinquennat de Nicolas Sarkozy. (...) Le double. »

En citant les objectifs non atteints (5 % de chômage), Hollande s'appuie sur la mémoire collective des électeurs, renforçant le sentiment que Sarkozy a failli.

**Connivence avec les milieux universitaires et ouverts :**

**Tour 226** : « Je suis pour qu'il y ait des étudiants étrangers qui viennent apprendre sur notre territoire et j'ai trouvé regrettable que Monsieur Guéant fasse une circulaire. »

Hollande se positionne contre la circulaire Guéant (connue pour avoir restreint l'accueil des étudiants étrangers), s'adressant à un électorat favorable à l'ouverture.

**Connivence avec les républicains attachés à la laïcité :**

**Tour 296** : « Sous ma présidence, il n'y aura aucune dérogation à quelque règle que ce soit en matière de laïcité. »

Hollande rassure les électeurs de gauche et du centre sur son engagement laïque, contrastant avec les accusations de « laxisme » de Sarkozy.

**Connivence par la rupture avec le style de l'adversaire :**

**Tour 404** : Énumération anaphorique « Moi, Président de la République, je ne... » (ne serai pas chef de la majorité, ne traiterai pas mon PM de collaborateur, etc.)

Cette énumération redondante des « je ne » construit un ethos de « président normal » par opposition à l'hypertrophie présidentielle de Sarkozy. Le public est invité à se reconnaître dans ce modèle sobre.

**Connivence avec les électeurs populaires et périphériques :**

**Tour 511 :** « Moi, je ne fais pas de leçon de morale à des gens qui vivent dans des quartiers où je ne vis pas ou qui mettent leurs enfants dans des écoles où je ne vis pas. »

Sarkozy tente de créer une complicité avec les milieux modestes ou ruraux, en affirmant ne pas les juger. Il capte ainsi l'électorat qui pourrait se sentir méprisé par l'élite.

**Conclusion :**

Dans le paysage politique actuel, la connivence constitue un ressort essentiel du discours, notamment à l'époque des médias de masse et des plateformes numériques, où l'établissement d'un lien direct avec des publics spécifiques est devenu crucial. L'analyse de cette complicité implicite entre locuteur et auditoire permet d'appréhender et d'élucider comment se forment la polarisation politique – non pas tant à travers les programmes que sur le terrain de l'émotion, des représentations symboliques et des appartenances collectives. En effet, elle met en lumière que la sphère politique relève tout autant d'un jeu de langage, de références partagées et d'un récit commun que de propositions rationnelles.

Le corpus que nous avons choisi fait preuve d'un rapprochement de stratégies pour les deux candidats mais avec deux conceptions totalement différentes. Le débat télévisé fut marqué par un affrontement acharné de points de vue des deux interactants dans une perspective argumentative et polémique.

Sarkozy opte pour le sarcasme agressif et la raillerie offensive dans son acception la plus large en se montrant impitoyable jusqu'au provocateur, en apostrophant familièrement les électeurs « *mes amis, les Français qui se lèvent tôt* » alors que Hollande adopte l'ironie beaucoup plus feutrée et d'apaisement avec un ton calme montrant une posture plus paisible et plus pacifique, faisant preuve d'un contrôle parfait de son émotionnel face aux provocations de son adversaire, s'appuyant sur une connivence humoristique et normative « *nous républicains- modalisateurs prudents* »

Ce duel politique a démontré tout un ensemble hétéroclite d'atouts disparates (le dire, le savoir-dire rhétorique et stylistique, stratégies argumentatives...) qui interviennent délicatement pour façonner un scrutin présidentiel. Il s'est avéré que les deux candidats finalistes faisaient recours alternativement à une variation de raisonnements qu'ils soient logiques, par l'émotion ou la séduction. Ils ont incarné deux styles présidentiels opposés techniquement mais qui s'accordent intentionnellement au service d'une même finalité celle de vaincre son adversaire et conquérir l'électorat.

Enfin, la connivence ironique est bien plus qu'une figure de style : c'est un opérateur politique de premier plan, qui transforme l'ironie en ciment communautaire, en filtre identitaire et en outil de distinction symbolique. L'analyser permet de comprendre comment se construisent les adhésions politiques au-delà des programmes, dans l'ordre de l'affect, des symboles et des identités collectives. Elle révèle que le politique est aussi une affaire de langage, de codes partagés et d'imaginaire commun.

**Bibliographie :**

- DUBOIS, Jean et al. Dictionnaire de Linguistique et des Sciences du Langage. Larousse-Bordas/HER. 1999. 514 p. ISBN 2-03-532007-0.
- DUCROT, Oswald et SCHAEFFER, Jean-Marie. Nouveau dictionnaire encyclopédique des sciences du langage. Paris. Seuil. 1995. 817 p. ISBN 2-02-014437-9.
- Francis. VANOYE, 1973, p12
- J.BRES, Dialogisme et polyphonie, Approche linguistique, Deboeck-Ducolot, Paris, 2005.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. L'énonciation (de la subjectivité dans le langage). Paris. Armand Colin. 1999. 266p. ISBN 2-200-25019-3.
- MAINGUENEAU.D, Le contexte de l'œuvre littéraire. Énonciation, écrivain, société. Paris, Ed.Dunod, 1993.
- Stockinger, Peter. Traitement et contrôle de l'information. Paris, Hermès. 2001
- La connivence une notion opératoire pour l'analyse littéraire, article électronique disponible sur : [https://www.persee.fr/doc/gadge\\_1950-974x\\_2015\\_num\\_13\\_1\\_987](https://www.persee.fr/doc/gadge_1950-974x_2015_num_13_1_987), consulté le 10-04-2026 à 20h00
- [https://www.persee.fr/doc/phlou\\_0035-3841\\_1972\\_num\\_70\\_7\\_5684](https://www.persee.fr/doc/phlou_0035-3841_1972_num_70_7_5684), consulté le 01-04-2026 à 22h00.