



**HAL**  
open science

## Radioscopies de la campagne présidentielle 2012. 8. La spirale de la négativité (25 mars au 7 avril)

Dominique Labbé, Denis Monière

### ► To cite this version:

Dominique Labbé, Denis Monière. Radioscopies de la campagne présidentielle 2012. 8. La spirale de la négativité (25 mars au 7 avril). 2012. halshs-00717453

**HAL Id: halshs-00717453**

**<https://shs.hal.science/halshs-00717453>**

Submitted on 12 Jul 2012

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

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



## **Radioscopies de la campagne présidentielle 2012 (VIII)**

### **La spirale de la négativité (25 mars au 7 avril)**

Dominique Labbé, UMR Pacte, Sciences Po Grenoble ([Dominique.Labbe@sciencespo-grenoble.fr](mailto:Dominique.Labbe@sciencespo-grenoble.fr))

Denis Monière, Université de Montréal ([denis.moniere@umontreal.ca](mailto:denis.moniere@umontreal.ca))

A partir du 10 février 2012, le site [www.trielec2012.fr](http://www.trielec2012.fr) a publié régulièrement des "radioscopies" de la communication des principaux candidats à l'élection présidentielle française de 2012. A part des corrections de forme, ceci est la huitième note, mise en ligne le 17 avril.

#### **Résumé**

Après une courte accalmie, la campagne a repris son rythme normal tant sur le plan de l'intensité que de la négativité. Les deux principaux candidats ont alimenté la spirale de la négativité en se dénonçant réciproquement. Ils ont pratiqué la "chasse en meute" en mobilisant simultanément plusieurs de leurs plumes pour dénigrer une déclaration ou une prise de position de leur adversaire.

En seconde partie, cette note décrit la thématique des candidats depuis le début de la campagne. Chacun a développé une vision particulière de la France. Tous ont axé leur campagne sur la situation économique et sur l'Europe. Enfin, cette note révèle leurs thèmes caractéristiques.

De nombreux commentateurs avaient souhaité que les tragédies de Montauban et de Toulouse changent le cours de la campagne et fassent reculer la rhétorique de l'invective qui avait caractérisé la communication des candidats jusque-là. Comme nous l'avons déjà observé dans la précédente radioscopie (Labbé & Monière 2012g), si les tueries de Toulouse et de Montauban ont eu un impact sur le déroulement de la campagne en ralentissant le rythme de la communication électorale, ces effets furent éphémères. Les graphiques 1 et 2 montrent qu'il a y eu un ralentissement du nombre de communiqués et du nombre de mots durant la 12<sup>e</sup> semaine pour les candidats Sarkozy, Hollande, Bayrou et Le Pen dont la communication fut moins prolix. La consigne de suspension de la campagne a bel et bien été suivie pour quelques jours. Mais dès la 13<sup>e</sup> semaine, la campagne a retrouvé sa tonalité et son rythme antérieurs.

Cette note présente successivement, en première partie, une analyse de contenu de cette communication pour les deux dernières semaines de mars et la première semaine d'avril, puis, en seconde partie, une vue d'ensemble des thèmes développés par chaque candidat depuis le début de la campagne.

## **I. ANALYSE DE CONTENU DE LA COMMUNICATION DES CANDIDATS**

Cette première partie suit la présentation adoptée dans les radioscopies déjà mises en ligne<sup>1</sup> : intensité puis orientation de la communication, et enfin sens des attaques de chaque candidat.

### ***L'intensité de la communication***

Comme dans les notes précédentes, le Tableau 1 agrège la communication des candidats pour les deux dernières semaines de mars et la première d'avril (12<sup>e</sup>, 13<sup>e</sup>, 14<sup>e</sup> semaines). Il indique une forte disparité dans l'intensité de la communication de N. Sarkozy et de F. Hollande qui produisent beaucoup plus de communiqués que F. Bayrou, M. Le Pen et J.-L. Mélenchon, ce dernier étant le moins actif sur le plan de l'émission des messages.

---

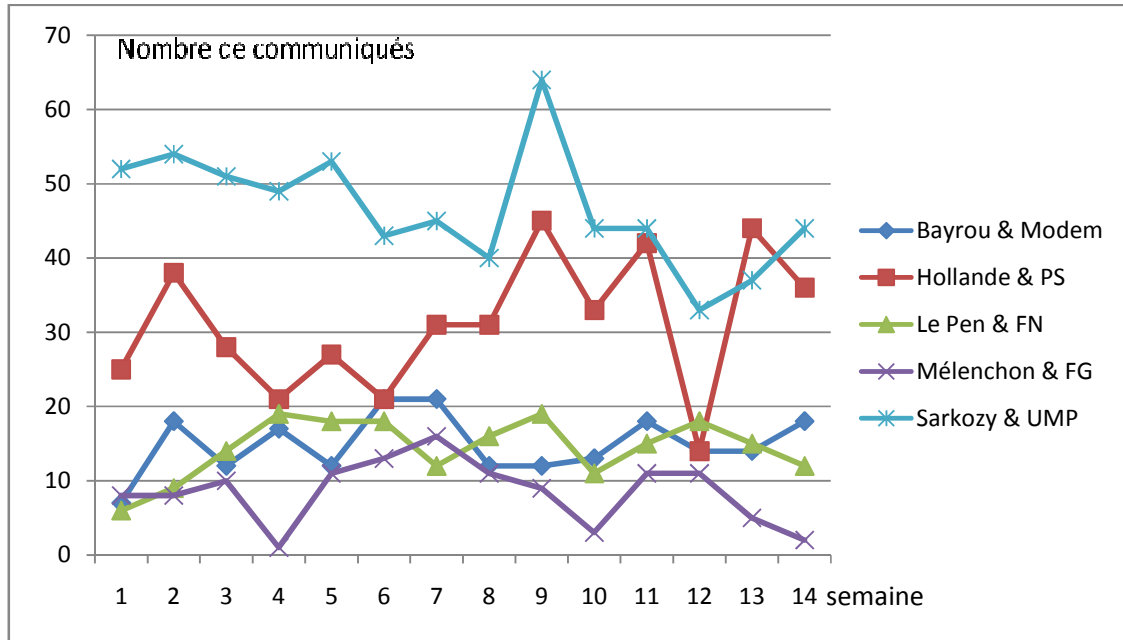
<sup>1</sup> Labbé & Monière 2012 a-g

**Tableau 1. Distribution des communiqués des candidats et de leur parti du 18 mars au 7 avril 2012. Nombre de communiqués et de mots.**

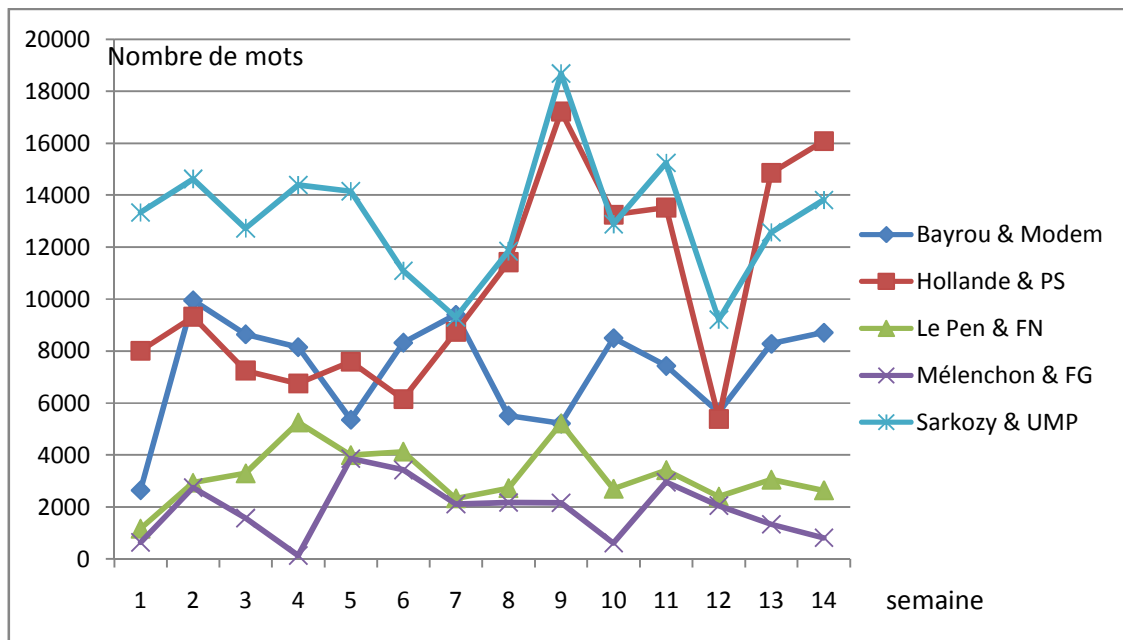
	Candidats		Partis		Total	
	Nombre	Mots	Nombre	Mots	Nombre	Mots
Bayrou& Modem	25	15468	21	7164	46	22632
Hollande& PS	19	5202	75	31116	94	36318
Le Pen& FN	14	2242	30	5857	44	8099
Mélenchon& Front G.	5	1117	13	3098	18	4215
Sarkozy& UMP	24	11237	90	24337	114	35574

Après les événements de Toulouse, la communication des candidats a repris son rythme de croisière pour N. Sarkozy, F. Hollande et F. Bayrou. La communication de M. Le Pen et de J.-L. Mélenchon a toutefois décliné durant les deux semaines qui suivirent les événements (tableau 1, graphiques 1 et 2).

**Graphique 1. Distribution du nombre de communiqués des candidats et de leurs partis du 1<sup>er</sup> janvier au 7 avril 2012 (par semaine)**



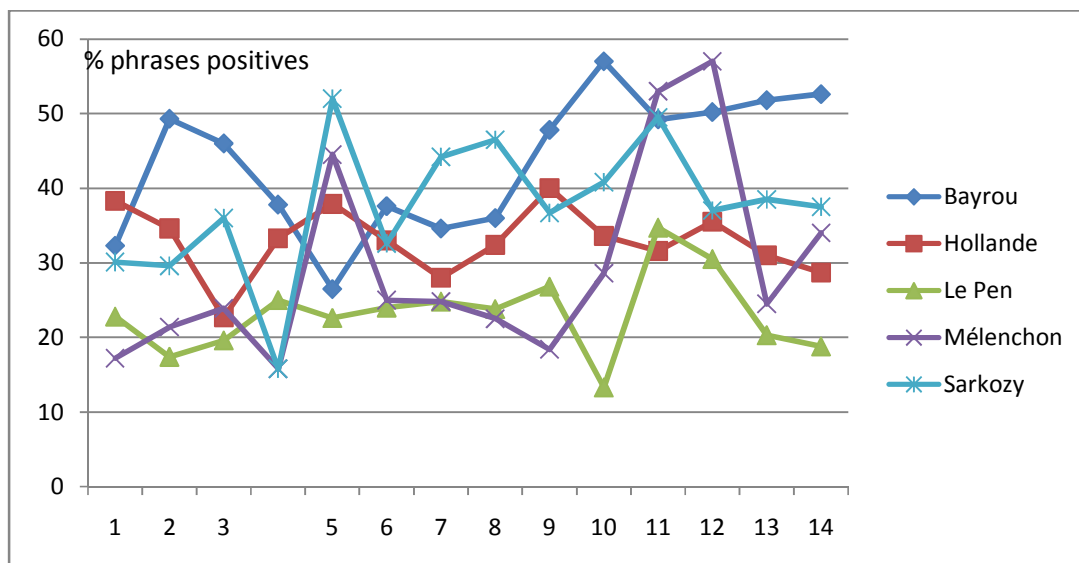
**Graphique 2. Distribution du nombre de mots dans les communiqués des candidats et de leurs partis du 1<sup>er</sup> janvier au 7 avril 2012 (par semaine)**



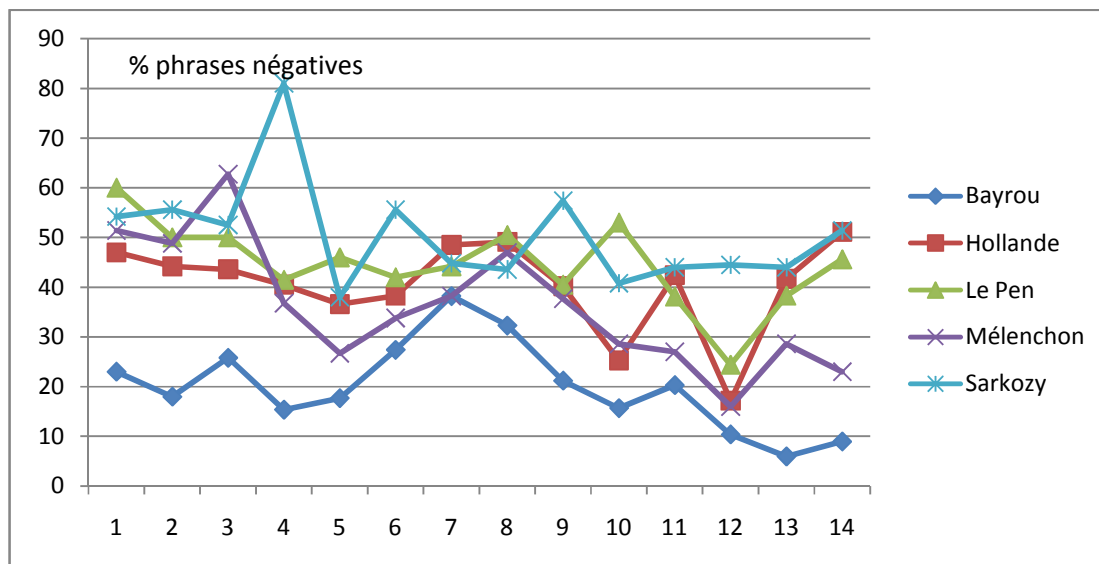
### ***Positivité versus négativité***

Durant la semaine des événements de Toulouse, tous les candidats ont fait montre d'une certaine retenue et ont réduit l'intensité de leurs attaques (graphiques 3 et 4, semaine 12). La bataille a toutefois repris dès la semaine suivante. Celle-ci a même été marquée par des changements de stratégie. En effet, la proportion des phrases critiques augmente pour tous les candidats à l'exception de J-L. Mélenchon. Même F. Bayrou - qui avait été jusque-là le plus réservé - se montre plus agressif, incité sans doute par le déclin des intentions de vote qui l'a conduit sous la barre du 10%. Cependant, ce dernier est le seul qui continue à miser sur un discours surtout positif (graphique 3), tous les autres ont nettement renforcé la dimension critique de leurs discours (graphique 4) et ont passé plus de temps à critiquer les autres qu'à présenter leurs propres propositions.

**Graphique 3. Évolution de l'indice de positivité du 1<sup>er</sup> janvier au 7 avril 2012 (par semaine, % du total des phrases)**



**Graphique 4. Évolution de l'indice de négativité du 1<sup>er</sup> janvier au 7 avril 2012 (par semaine, % du total des phrases)**



Ces deux graphiques montrent que c'est le candidat du Modem qui dans l'ensemble a mené la campagne la moins négative et que c'est le candidat de l'UMP qui a été le plus critique de ses adversaires, suivi par la candidate du Front national qui surpasse à ce chapitre F. Hollande du moins jusqu'à la 11<sup>e</sup> semaine. Les deux candidats en tête des intentions de vote se trouvent au coude à coude quant à l'indice de négativité durant les 13 et 14<sup>e</sup> semaines.

### ***La direction des interactions négatives***

Les relevés lexicométriques permettent d'identifier les cibles des attaques. Comme dans les notes antérieures, nous recensons tous les emplois des noms propres désignant les candidats et leur parti de même que les adjectifs s'y référant comme *socialiste*, *centriste*, etc. Nous postulons qu'un candidat qui nomme ses adversaires dans sa communication ne le fait pas pour vanter leurs mérites, mais pour les dénigrer.

**Tableau 2. Distribution des références des candidats à leurs adversaires (candidats et partis du 17 mars au 7 avril 2012).**

	Bayrou	Hollande	Le Pen	Mélenchon	Sarkozy	Total
Bayrou		27	4	7	27	65
Hollande	0		0	0	184	184
Le Pen	0	4		7	54	65
Mélenchon	1	4	1		1	7
Sarkozy	0	74	0	3		77
Total	1	109	5	17	266	398

Les lignes définissent l'origine des messages, les colonnes leurs cibles. Ainsi à la première ligne, F. Bayrou émet 65 messages critiques dont 27 concernent F. Hollande, 27 N. Sarkozy, etc.

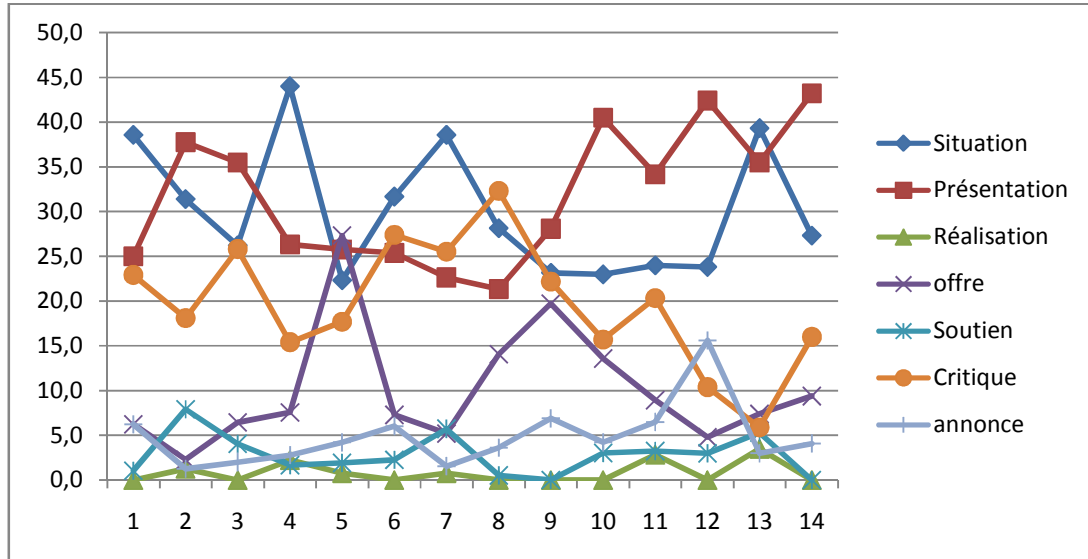
Au cours des trois semaines, 184 attaques – soit 46 % du total – proviennent de F. Hollande et visent toutes N. Sarkozy. Celui-ci a lancé 77 attaques – soit 19% du total – dont 96% sont dirigées contre F. Hollande. Autrement dit, ces deux-là se sont choisis mutuellement comme adversaire unique comme s'ils étaient seuls en lice. En retour, ils sont l'objet de l'essentiel des attaques (dernière ligne du tableau) : avec près de 67% de l'ensemble des critiques émises, N. Sarkozy devance nettement F. Hollande (27%). F. Bayrou cherche à se démarquer à la fois de la droite et de la gauche en réservant un traitement à peu près similaire à leurs candidats. M. Le Pen concentre ses tirs sur N. Sarkozy qui lui dispute son électorat. Enfin, J.-L. Mélenchon durant cette séquence devient davantage l'objet de critiques (mais à un niveau qui reste modeste : 4% du total), lui qui était négligé auparavant, cette attention soudaine s'expliquant par sa montée dans les intentions de vote qui lui ouvrent la perspective d'accéder à la troisième place.

### ***Les autres composantes des communiqués***

Les graphiques qui suivent retracent l'évolution des autres dimensions de la communication des candidats : la situation du pays, la présentation de soi, la défense du bilan, l'offre de politique, les soutiens à sa candidature et les événements liés à la campagne.

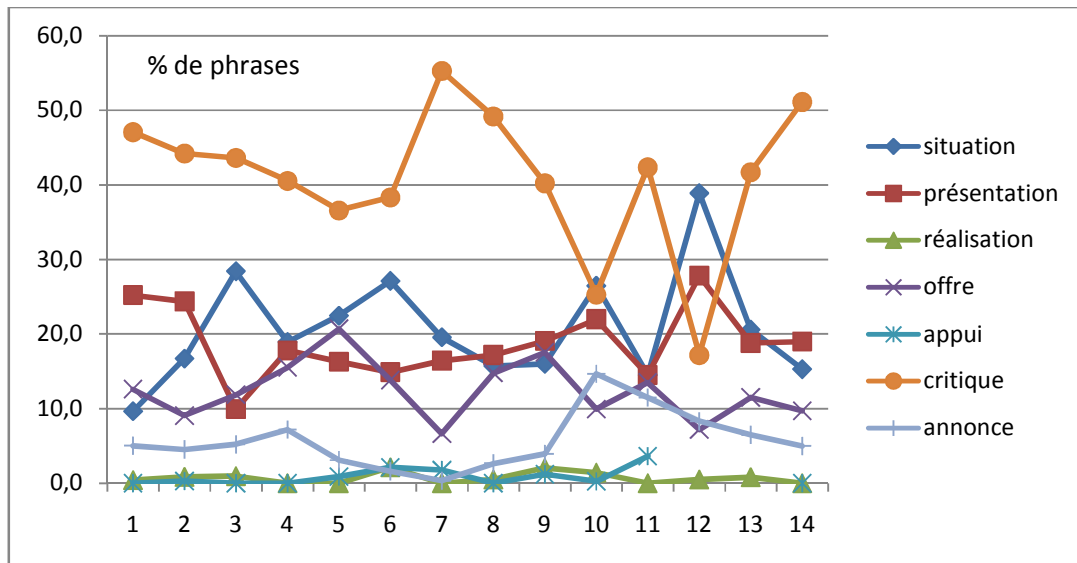


**Graphique 5. Répartition des composantes des communiqués par semaine du 1<sup>er</sup> janvier au 7 avril 2012 : F Bayrou**



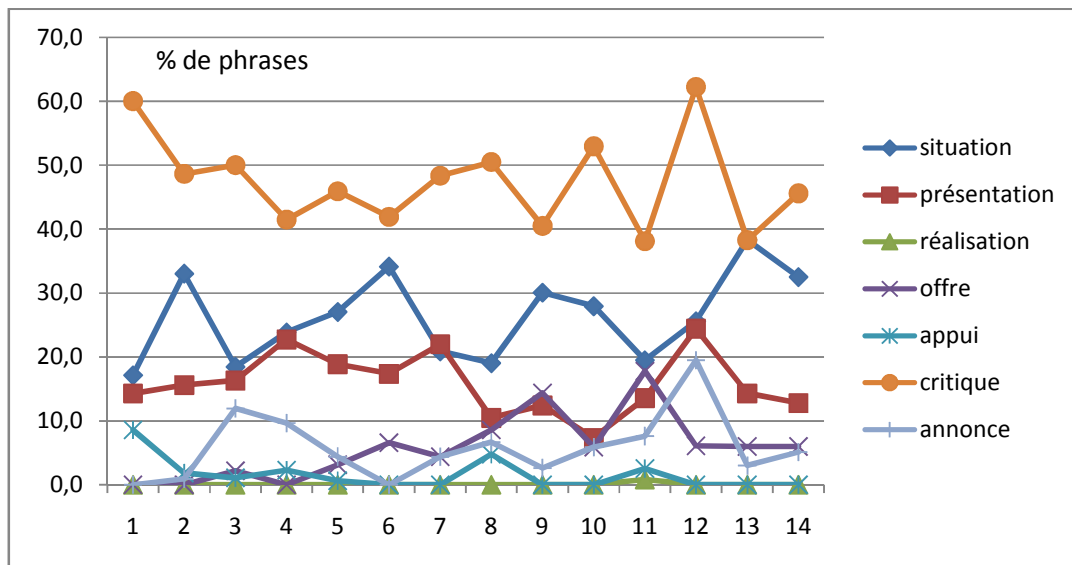
Du 25 mars au 7 avril, F. Bayrou insiste plus que dans les semaines précédentes sur ses qualités personnelles et sur ses offres de politique ce qui accentue la tonalité positive de son discours.

**Graphique 6. Répartition des composantes des communiqués par semaine du 1<sup>er</sup> janvier au 7 avril 2012 : F. Hollande**



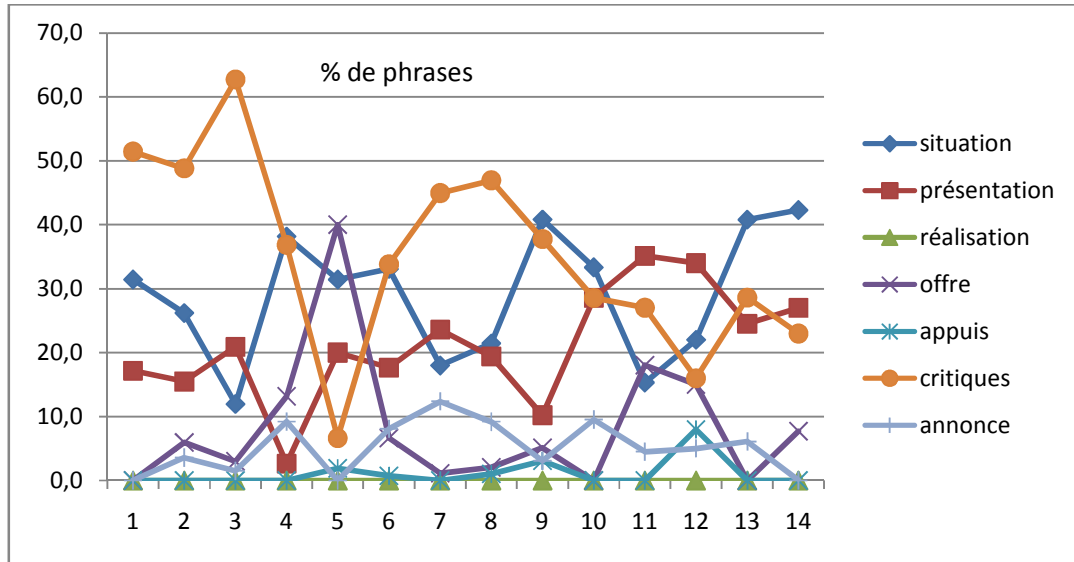
Compte tenu de la montée spectaculaire du contenu critique, après l'apaisement relatif de la 12e semaine, les autres dimensions de la communication de F. Hollande déclinent. C'est particulièrement le cas des offres de politique – les propositions du candidat – qui n'occupent plus que 10% de sa communication.

**Graphique 7. Répartition des composantes des communiqués par semaine du 1<sup>er</sup> janvier au 7 avril 2012 : M. Le Pen**

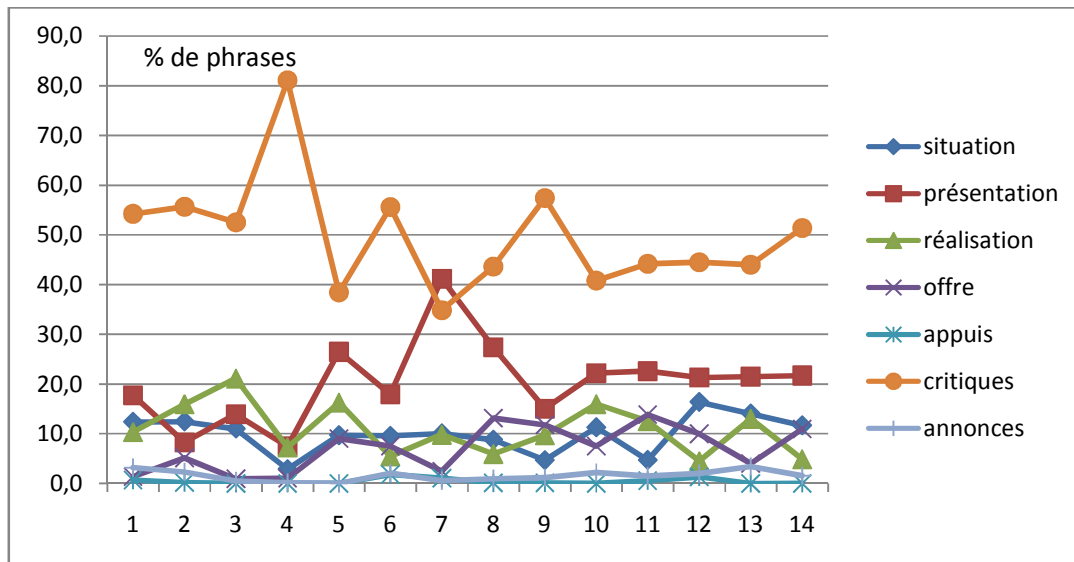


Le fait le plus remarquable de ces deux dernières semaines pour M. Le Pen est la croissance de la proportion de ses phrases qui servent à décrire les problèmes de la France. La même tendance affecte la communication du candidat du Front de gauche.

**Graphique 8. Répartition des composantes des communiqués par semaine du 1<sup>er</sup> janvier au 7 avril 2012 : J-L Mélenchon**



**Graphique 9. Répartition des composantes des communiqués par semaine du 1<sup>er</sup> janvier au 7 avril 2012 : N. Sarkozy**



Enfin, c'est la stabilité qui caractérise la répartition des diverses composantes de la communication du président qui n'a pas modifié sa stratégie de communication depuis le

début mars, la seule fluctuation notable concerne l'accroissement des phrases consacrées à la description de la situation durant la semaine tragique où il a repris ses habits de Président.

Au total, chez quatre des cinq principaux candidats la composante critique continue à dominer massivement leur discours. Elle est même en augmentation chez N. Sarkozy et F. Hollande – qui consacrent tous les deux plus de la moitié de leurs discours à se critiquer mutuellement, alors que leurs propositions (les offres de politiques) n'occupent que 10% de ces mêmes discours.

Nous appelons cette convergence stratégique la *spirale de la négativité* (Monière 2012 ; Labbé & Monière 2012e).

### ***Pourquoi cette spirale ?***

Comment expliquer cette prédominance de la composante critique et même son accentuation ?

La stratégie de l'attaque est habituellement déployée par les candidats de l'opposition dont le rôle est précisément de critiquer le pouvoir en place. Elle est aussi pratiquée par le candidat sortant lorsqu'il est distancé par un ou des adversaires dans les intentions de vote.

Dès le début de la précampagne, les rédacteurs de l'UMP – qui exprimaient probablement les pensées de N. Sarkozy – ont tiré à boulets rouges sur son adversaire socialiste qui le devançait de plus de 5 points dans les sondages. Le fonctionnement de cette équipe s'apparente à la "chasse en meute".. Chaque jour, elle choisit une ou deux interventions de son adversaire socialiste – ou de ses partisans - et plusieurs rédacteurs produisent chacun un communiqué qui répète sensiblement les mêmes dénonciations avec les mêmes expressions et la même tonalité virulente. Cette stratégie de la rafale explique le haut niveau de négativité manifesté jusqu'ici par les sarkozystes qui ont dominé – sur ce plan – F. Hollande et même le PS, jusqu'à la 7<sup>e</sup> semaine de la campagne, date de l'entrée officielle de N. Sarkozy dans la course.

Pour illustrer cette stratégie de matraquage, nous avons retenu la séquence des 26 et 27 janvier qui correspond au pic de la 4<sup>e</sup> semaine dans le graphique 4. Après le

discours du Bourget et l'émission « Des paroles et des actes » de France 2, l'UMP a produit 32 communiqués dénonçant le programme du candidat socialiste qui a été qualifié « d'hypocrite, d'incohérent, de passéiste, d'inconsistant, d'arrogant, d'irresponsable, de farce tranquille, d'illusion », etc.

Le candidat socialiste quant à lui atteint le pic de la négativité durant la 7<sup>e</sup> semaine avec l'entrée officielle en campagne de N. Sarkozy. Quelques extraits des communiqués publiés à cette occasion illustrent la rhétorique négative des socialistes qui dans les deux jours qui ont suivi (soit les 16 et 17 février) ont publié 11 communiqués.

Le candidat Nicolas Sarkozy et les responsables de l'UMP ont décidé de faire oublier leur bilan en abaissant le débat dans l'invective, dans l'injure, dans une forme de violence verbale destinée à opposer les Français les uns aux autres, à diviser profondément la République. Le mensonge, ils le prêtent aisément à leurs adversaires, puisqu'il a été le puissant moteur de leur action au gouvernement. Nicolas Sarkozy avait promis la réhabilitation du travail, les Français ont récolté le chômage ! Il leur avait promis une France forte, il a été le président de son affaiblissement ! Il leur avait garanti une république irréprochable, celle-ci s'est abîmée dans les affaires ! (Communiqué du PS du 17 février 2012)

Le mensonge serait-il l'arme de transformation massive de Messieurs Sarkozy et Fillon ?

Prétendre avoir gouverné pour tous les Français alors que le creusement des inégalités et l'injustice ont été les marqueurs de ces 5 ans est une posture mensongère qui ne résiste pas aux faits. (Communiqué du PS du 17 février 2012)

F. Hollande, tout comme N. Sarkozy, s'est doté d'une équipe de collaborateurs spécialisés dans les attaques contre son adversaire. Cette « cellule veille, argumentaire et riposte », placée sous la responsabilité de Guillaume Bachelay, a pour mission de fournir des argumentaires, de stimuler l'indignation des troupes et de célébrer les vertus du candidat et de son programme

Durant la période sous observation, du 25 mars au 7 avril où se manifeste un sursaut de combativité des deux meneurs de la campagne, on observe aussi - comme dans les périodes de forte intensité combative que nous venons de présenter - la mise en œuvre de cette stratégie de l'attaque à la mitrailleuse verbale.

L'UMP diffuse le 1<sup>er</sup> avril deux communiqués se moquant de la visite de F. Hollande à Mayotte. On dénonce « l'escroquerie » « la supercherie socialiste ». Le lendemain trois autres communiqués ripostent à une attaque du PS qui, dans plusieurs

communiqués, avait qualifié Sarkozy de « gamin mal élevé ». L'UMP s'indigne aussi le 2 avril d'une déclaration attribuée à F. Hollande qui aurait dit en parlant du candidat sortant : « On va le taper » : « Imaginez un peu le scandale que cela aurait provoqué si on avait tenu ces propos à l'égard du candidat socialiste » écrit-on en feignant d'ignorer que cette même consigne a été donnée début janvier par le Président Sarkozy. F. Hollande a refusé pour sa part de reconnaître qu'il avait fait cette déclaration devant un journaliste qui lui demandait s'il l'assumait : « Non, mais je n'ai pas dit cela de cette façon. Mais enfin ce n'est pas lui qui va me faire le moindre reproche de ce point de vue. Vous vous rappelez ce qu'il a dit et ce qu'il a maintenu devant un journaliste. »<sup>2</sup> Les plumes du PS font aussi usage de la tactique de la rafale pour dénoncer leur adversaire de droite, mais ils se font moins insistants ou plus habiles, se restreignant à deux ou trois communiqués reprenant les mêmes attaques, comme au sujet de l'immaturation de N. Sarkozy le 2 avril.

Cette approche répétitive qui est une des règles de la propagande n'est pas utilisée seulement contre les adversaires, elle est aussi mise en application pour valoriser le candidat. Ainsi, le 5 avril à la suite de la conférence de presse de N. Sarkozy dévoilant son programme officiel, les plumes de l'UMP se sont appliquées à vanter les vertus de leur candidat : 5 des 9 communiqués émis ce jour-là répètent les mêmes arguments en faveur de N. Sarkozy et de son programme.

L'analyse thématique assistée par ordinateur permet de préciser et de compléter ces conclusions.

---

<sup>2</sup>Entretien avec J.-M. Apathie RTL 4 avril 2012.

## II. ANALYSE THEMATIQUE DE LA COMMUNICATION DES CANDIDATS

Outre la critique du ou des adversaires et la présentation de soi, quels sont les principaux thèmes développés par les candidats ?

Cette seconde partie répond à cette question en prolongeant l'analyse présentée dans la sixième radioscopie (Labbé & Monière 2012f). Comme dans cette précédente analyse, J.-L. Mélenchon et le Front de Gauche ne peuvent être pris en compte du fait d'une communication trop limitée et trop erratique (annexe 1). L'analyse porte donc sur F. Bayrou, F. Hollande, M. Le Pen et N. Sarkozy.

La plage temporelle est la quinzaine comme pour l'analyse de contenu, car la semaine donne une importance trop grande aux fluctuations conjoncturelles. Les quinzaines examinées sont les suivantes :

- 1 1 - 14 janvier
- 2 15 - 28 janvier
- 3 29 janvier au 11 février
- 4 12 - 25 février
- 5 26 février au 10 mars
- 6 11 - 24 mars
- 7 25 mars au 7 avril

Mais d'abord, il faut revenir sur une idée clef : on ne recherche pas des mots mais des thèmes. Pour le faire comprendre, on prendra d'abord un exemple : la *France*.

### *Une certaine idée de la France*

Si tous les candidats utilisent à peu près les mêmes mots, ils ne leur donnent pas forcément le même sens. Ainsi, chez les 5 principaux candidats, le substantif le plus utilisé est toujours *France*.

Mais quel sens chacun donne-t-il à ce mot ? Quelle idée a-t-il de la France ?

Pour retrouver l'univers lexical d'un mot, l'algorithme isole les passages contenant ce mot, établit le vocabulaire contenu dans ces passages (les mots associés à France) et, en le comparant à l'ensemble du vocabulaire du locuteur, il établit les mots qui sont significativement sur-employés – ils sont associés à France dans l'esprit du locuteur – ou significativement sous-employés (les mots sont antinomiques)<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Pour la méthode, voir *Radioscopie 2* (Labbé & Monière 2012b).

a. *La France chez M. Le Pen*

Le tableau ci-dessous donne le vocabulaire associé au vocable *France* dans la communication de M. Le Pen et de son parti.

**Tableau 3. Les vocables associés à la France chez M. Le Pen et le FN du 1<sup>er</sup> janvier au 7 avril 2012 (classement par catégories grammaticales et indices décroissants).**

<p><b>Noms propres</b> : Gaule (de), Arc</p> <p><b>Verbes</b> : vivre, aimer, connaître, retrouver, descendre, réindustrialiser, arracher, nourrir, plonger, parler, rappeler, aider, diriger, écouter, suffire, souffrir, croire, proposer, rester, défendre, mépriser, devoir, viser, citer, oublier, mettre, venir, exprimer, pouvoir, entendre,</p> <p><b>Substantifs</b> : histoire, terre, puissance, nation, valeur, amour, âme, souveraineté, visage, paysage, cœur, racine, grandeur, sommet, esprit, condition, vent, civilisation, siècle, organisation, patrimoine, fils, talent, dépit, soif, offense, monde, élite, chemin, frontière, nouveau, année, avenir, drapeau, musulman, peuple, destin, paysan, cause, atout, projet, protection, réindustrialisation, ambition, aventure, eau, siège, force, champ, région, idée, fonctionnaire, artisan, démocratie, novembre, bouclier, vérité, mondialisation, restauration, compatriote, traité, village, candidate, ami, association</p> <p><b>Adjectifs</b> : beau, cher, fier, glorieux, grand, oublié, rural, conquérant, malade, abandonné, mondial, contemporain, immense, fondamental, permanent, petit, entier, européen</p> <p><b>Pronoms</b> : je, lui-même, ce, lequel, vous, qui, que, le, un</p> <p><b>Adverbes</b> : oui, pourtant, debout, partout, pleinement, désormais, tout, plus, pourquoi, ici</p> <p><b>Déterminants</b> : son, mon, votre, notre, tout, vingt-et-unième, mille, cinquième, soixante, cinquante</p> <p><b>Conjonctions et prépositions</b> : en, voilà, ni, et, parce que, si, dans</p>
--

Quelques éléments sont anecdotiques comme le verbe *vivre* (*vive la France*) ou la préposition *en* (*en France*).

En négligeant ces liaisons évidentes, les mots les plus fortement associés à la France, dans le discours de M. Le Pen et du FN, sont : *histoire, terre, aimer, beau* et *je*. Il s'agit d'un système : puisque les frontistes pensent spontanément "*aimer*" quand ils parlent de la *France*, on trouve aussi *amour de la France* et l'adjectif *cher*.

Le locuteur (*je* et *mon*) s'identifie fortement à la *France* et il y inclut le destinataire : *vous, votre, compatriote...* mais pas les *Français*. Dans les discours de M. Le Pen, ce vocable couvre un autre champ sémantique, celui de l'électorat. On remarquera aussi que *France* est utilisée de manière valorisante (orientation plus positive que la moyenne) et *Français* surtout pour critiquer (soit les autres candidats, soit des entités hostiles plus ou moins clairement désignées).

M. Le Pen représente la France comme une personne (son *visage*, son *âme*, son *cœur...*). Elle y associe la *grandeur*, la *terre*, la *civilisation*, la *nation* et les verbes : *nourrir, parler, souffrir, mépriser...*



Le tableau apporte une confirmation - *Jeanne d'Arc* est l'emblème de la *France* - et une demi-surprise : la présence du général *de Gaulle* aux côtés de la Pucelle. Pendant longtemps, l'extrême-droite a rejeté de Gaulle à cause notamment de l'épuration (à la Libération) puis de l'indépendance de l'Algérie. Avec M. Le Pen, cette page est-elle tournée ? L'héritage gaulliste est-il revendiqué ? Voici deux des passages caractéristiques :

Lorsqu'on aime son pays, on n'organise pas sa dilution culturelle, à l'inverse on fait tout pour protéger son identité nationale, comme l'on se bat constamment pour sa liberté et son indépendance. De Clovis au général de Gaulle, en passant par Jeanne d'Arc - bien sûr Jeanne d'Arc ! - tous les grands noms de notre histoire ont bâti la France, tous ont donné le meilleur pour participer à cette aventure collective, tous sont sortis d'eux-mêmes pour accéder à une réalité qui les dépassait largement ! (Marine Le Pen, 12 décembre 2011).

Avec lui s'éteint le plus intransigeant des gaullistes : ni de droite ni de gauche, Pierre Lefranc était simplement fidèle aux principes permanents de la politique de la France, selon une tradition multiséculaire qui a pris au XXe siècle le visage du Général de Gaulle et à laquelle aujourd'hui, plus que jamais après cette bouleversante disparition, il nous incombe de donner de nouvelles métamorphoses. (Communiqué de Paul-Marie Couteaux, porte-parole de M. Le Pen, à l'occasion de la mort de P. Lefranc, 8 janvier 2012).

Ce dernier exemple permet de se demander si cette apparition du général dans la communication frontiste n'est pas due principalement à la présence de P.-M. Couteaux dans l'équipe des rédacteurs de textes et de communiqués...

Le sens d'un mot lui vient également de ses contraires : ceux qui ne sont pas ou très peu employés avec lui (tableau 4 ci-dessous).

**Tableau 4. Vocables significativement sous-employés dans l'univers du mot France chez M. Le Pen et le FN du 1<sup>er</sup> janvier au 7 avril, (classement par catégories grammaticales et indices décroissants)**

**Noms propres** : François, Le Pen, Marine

**Verbes** : falloir, empêcher, constituer, chercher, être, avoir, sembler, refuser, demander, prendre, payer, faire, utiliser, poser, laisser

**Substantifs** : argent, peur, droite, système, gauche, homme, débat, société, entreprise, mois, structure, proposition, action, front, fonction, logement, élu, choix, objectif

**Adjectifs** : politique, public, véritable, populaire, seul, électoral, vrai, social, démocratique

**Pronoms** : lui, celui-ci, on, ils, y, en, nous, autre, rien, leur, chacun

**Adverbes** : beaucoup, mieux, très, aussi, pas, bien, ainsi

**Déterminants** : trois, deux, leur, un, ce, sept, quelque, un, dix

**Conjonctions et prépositions** : mais, que, par, sur, donc, ou, entre, contre, avec

Chez M. Le Pen, les deux vocables les plus significativement sous-employés avec *France* sont... *l'argent* et l'adjectif *politique* ! En se reportant à l'univers lexical de *l'argent* on constate qu'il est associé à *banque, budget, déficit, financier*, etc.

La présence de M. Le Pen dans cette liste s'explique par le fait que la candidate dit *je* dans ses discours et qu'elle est citée par son nom seulement dans les communiqués du FN où il est moins question de la *France*.

Pour donner de la chair à ces listes, l'algorithme recherche des citations illustratives. Ces phrases sont celles qui contiennent le plus de vocables significativement sur-employés (S+) et le moins de vocables sous-employés (S-) dans l'univers considéré. Voici les trois phrases les plus caractéristiques de la conception de la *France* dans le discours de M. Le Pen et de son parti.

La terre de France, ses produits et ses savoirs : cet extraordinaire héritage, nous en sommes fiers, mes chers compatriotes, nous en sommes fiers et nous entendons bien continuer à pétrir sa vieille pâte, le travailler et le faire fructifier en dépit des stigmatisations de ceux qui parlent avec dédain de nos campagnes, le mépris des petits sires qui ne savent tout simplement pas l'infini valeur de ce patrimoine ; cet héritage, nous le défendrons en dépit des injonctions haineuses des petits modernistes du quartier latin (tel Bernard Henri Lévy stigmatisant dans un livre immonde "l'idéologie de la France ", "cet indécrottable ( je cite), cet indécrottable peuple français attaché à ses lopins de boue" sic ! ) ; nous le défendrons en dépit des intellos de pacotille qui daubent sur les paysans, en dépit des connivences mondialistes ligués de l'OMC et de la prétendue "Union Européenne", en dépit de la grande ligue des technocrates qui désertifient le territoire, condamnent nos terres à la jachère, généralisent le Round-Up comme autant de napalm, finalement épuisent d'efforts les derniers paysans, les artisans, les ruraux - privant de vie les plus belles terres du monde (M. Le Pen, discours du 26 février 2012).

Cette phrase compte 192 mots. Le solde entre les vocables S+ et S- est de 34, ce qui est considérable. Cela permet de considérer cette phrase comme la meilleure synthèse possible de la conception de la *France* chez M. Le Pen et ses collaborateurs. Voici la seconde :

Voilà pourquoi, mes chers compatriotes, je n'ai pas peur de parler de la ruralité et même, tant pis si l'on m'accuse d'essentialisme, de mettre la nature française au cœur de l'avenir de la France : je le fais non pas seulement pour nos campagnes, nos provinces et ceux qui y vivent, et que le petit monde politico-médiatique oublie et méprise ; je le fais non pas seulement parce que je ne veux pas voir le visage de la France réduit à une sorte de terrain vague allant du Rhin à l'Atlantique ; je le fais aussi parce qu'ils sont, parce que vous êtes le cœur de la France, sa nourriture, sa substance, parce que vous êtes son tabernacle, sa sève et sa vie. (M. Le Pen, 26 février 2012)

b. *La France chez les autres candidats*

Chez Bayrou, le "portrait" de la France est bien différent (annexe 2). Les syntagmes les plus caractéristiques de la *France* chez Bayrou sont : *produire, fabriquer, acheter en France*. Il s'agit du slogan que F. Bayrou et ses partisans ont répété inlassablement au long de la campagne. Les autres syntagmes caractéristiques sont : *grand pays, France solidaire, redressement* et *destin* de la *France* ainsi que le pronom *nous*.

Les mots les plus éloignés de *France* sont : *je, vous, on*, puis tous les hommes politiques (y compris F. Bayrou) et les *Français*. Il ne faut donc pas interpréter la première personne du pluriel (*nous*) comme la simple addition de l'orateur (*je*) et de ceux auxquels il s'adresse (*vous*) mais comme l'expression d'une communauté partageant notamment une *culture, une langue* et un *destin*. En revanche, on ne trouve pas des mots comme "histoire" ou "nation" dans l'univers de *France* chez F. Bayrou. Les mots sous-employés dessinent en creux tout ce qui n'est pas la France dans son esprit. Outre *je, vous* et *on*, on trouve dans ces mots "oubliés", tout le vocabulaire électoral et politique (*vote, présidentielle, suffrage, gauche, droite, citoyen...*)

F. Bayrou partage donc au moins une formule avec M. Le Pen : "*La France n'est ni de droite ni de gauche*". Il est vrai que cette formule n'est pas d'eux mais du général de Gaulle !

On trouve également dans ces mots contraires à la *France*, la plupart des autres thèmes de la *campagne* de F. Bayrou que nous examinons plus loin. Autrement dit, il existe dans l'esprit de ce candidat, une dichotomie entre la *France* et son *économie* – qui sont de l'ordre du long terme - et le conjoncturel (*l'élection, la politique* et les *politiques*).

Voici la phrase la plus caractéristique de l'idée de la France chez F. Bayrou :

Plus j'ai avancé dans cette réflexion, plus j'ai regardé les raisons qui depuis des années ont fait que la France peu à peu a descendu la pente, et que ses emplois peu à peu se sont raréfiés et ses ressources peu à peu sont devenues plus faibles, plus je mesure que nous avons manqué dans notre pays de quelque chose qui est essentiel, qui est une stratégie pour la nation tout entière pour faire travailler les entreprises et les pouvoirs publics ensemble pour se défendre dans tous les secteurs de production. (François Bayrou, discours du 5 avril 2012).

Deux autres exemples sont donnés en annexe 2.

F. Hollande partage apparemment certaines formules avec F. Bayrou comme "grand et beau pays" ou l'association avec l'*Allemagne* (Annexe 3). Au-delà de ces formules assez convenues, les conceptions des deux hommes apparaissent éloignées. Quand Hollande dit *France*, il pense "*nous, les Français, ensemble, République, nation, élection* (et *Mitterrand*). Il *veut présider, redresser, changer la France*. Il apporte à *vous les Français, confiance, espérance, fraternité...* On notera au passage, la dimension militaire et notamment la présence de la *dissuasion nucléaire*.

Étant donnée la conception très politique de la France chez F. Hollande, les mots les plus antinomiques de France sont : *N. Sarkozy* et *bilan du quinquennat, du sortant* (*également parlement, gouvernement, ministre*).

Voici la phrase la plus caractéristique de cet univers, celle qui synthétise le mieux cette conception où la *France* et les *Français* sont étroitement associés grâce au *je* introductif :

Je veux redonner confiance aux Français dans leur vie : la France a traversé dans son histoire bien des épreuves, bien des crises, des guerres, des révolutions, elle les a toujours surmontées, toujours en refusant l'abaissement, la résignation, le repli, jamais en succombant au conformisme, à la peur, à la loi du plus fort, mais en restant fidèle aux valeurs de la république, en allant puiser en elle-même le courage pour accomplir les efforts, pour défendre son modèle social, pour garder sa fierté en redressant la tête, en regardant lucidement le défi à affronter, en débattant librement et en faisant les choix qui s'imposent. (F. Hollande, discours du Bourget, 22 janvier 2012)

Quant au président sortant et à ses partisans, ils ne surprendront sans doute pas ceux qui les ont lus (ou écoutés) avec attention : les quatre vocables les plus fortement associés à France sont : *moi*, *Nicolas Sarkozy* et *Français* (annexe 4). Rien de neuf : l'identification de la nation à son chef est une tradition ancienne, reprise par la Ve République<sup>4</sup>.

Cette association structure les discours de N. Sarkozy, mais elle est aussi omniprésente dans les communiqués du candidat et de ses partisans, comme le montre la phrase la plus significative parmi ces communiqués :

Pour parler de la France de demain, Nicolas Sarkozy est revenu sur son action à la tête du pays ces cinq dernières années : "pendant les 5 dernières années, je n'ai eu qu'une seule préoccupation : protéger la France de 4 années crise parmi les plus violentes que le monde ait jamais connues depuis un siècle : crise financière, crise de la dette, crise de la dette privée et publique, crise économique, crise de l'euro, crise de l'Europe" (communiqué mis en ligne sur le site internet du candidat Sarkozy le 15 mars 2012).

Les autres formules les plus significatives de N. Sarkozy sont : "*une France forte dans le monde*", "*un pays fier, grand, beau, uni*", "*la France et l'Allemagne*", etc.

La liste des vocables antonymiques révèle qui n'est pas la *France*, dans l'esprit du président : l'*UMP*, le *PS*, *Hollande*, *Valls* mais aussi *Fillon*, le *gouvernement* et les principales institutions. Il est surtout remarquable que les principaux pronoms personnels se trouvent tous dans ces associations négatives (*il*, *je*, *nous*, *on*) : l'univers de la France est dépersonnalisé.

Les autres phrases les plus caractéristiques sont présentées à la fin de l'annexe 4.

En conclusion de cette première section, l'analyse thématique procède en deux temps. Tout d'abord, en considérant l'ensemble des textes émis par un candidat et ses partisans, elle établit les principaux univers lexicaux présents dans ce sous-corpus, comme on vient de le faire pour la *France*. Puis elle recherche, dans chaque période ou chez chacun des locuteurs, la présence et le poids de ces différents thèmes. Autrement dit,

---

<sup>4</sup> Voir notamment : Labbé 1990 & 1998 ; Labbé & Labbé 2011. "Existe-t-il un langage propre à la politique ?". *Communication aux XIe Journées de l'ERLA*. Brest : novembre 2011. Ces deux documents sont consultables en ligne sur le site *Archives ouvertes* (HAL-SHS).

l'analyse thématique recherche non pas les occurrences plus ou moins occasionnelles du mot *France*, mais la présence dans un discours de l'univers de pensée correspondant à son auteur. De telle sorte que le logiciel peut écarter certaines phrases contenant le vocable mais pas l'univers. Par exemple, une phrase sur "le chômage en France" où l'on parle du *chômage* mais où il n'est question que de ce thème et où aucun autre mot n'appartient à l'univers de *France* que l'on vient de décrire. A l'inverse, l'algorithme peut retenir une phrase de M. Le Pen - qui ne contient pas le mot *France* mais qui en parle manifestement, du fait de la présence, dans cette phrase, d'une proportion anormalement élevée de mots associés – comme *histoire, terre, grandeur, souveraineté, indépendance*, etc. – et d'un nombre anormalement faible de mots contraires.

La liste des thèmes et leur contenu sont établis en considérant l'ensemble de la communication d'un candidat depuis son entrée en campagne. Tant que la campagne n'est pas achevée, cette liste et les contenus sont donc susceptibles d'évoluer. Pour cette note, la liste et le contenu de chaque thème ont été arrêtés en considérant tous les textes émis par chacun des candidats jusqu'au 7 avril.

Ces thèmes peuvent être divisés en deux groupes (thèmes transversaux et thèmes spécifiques).

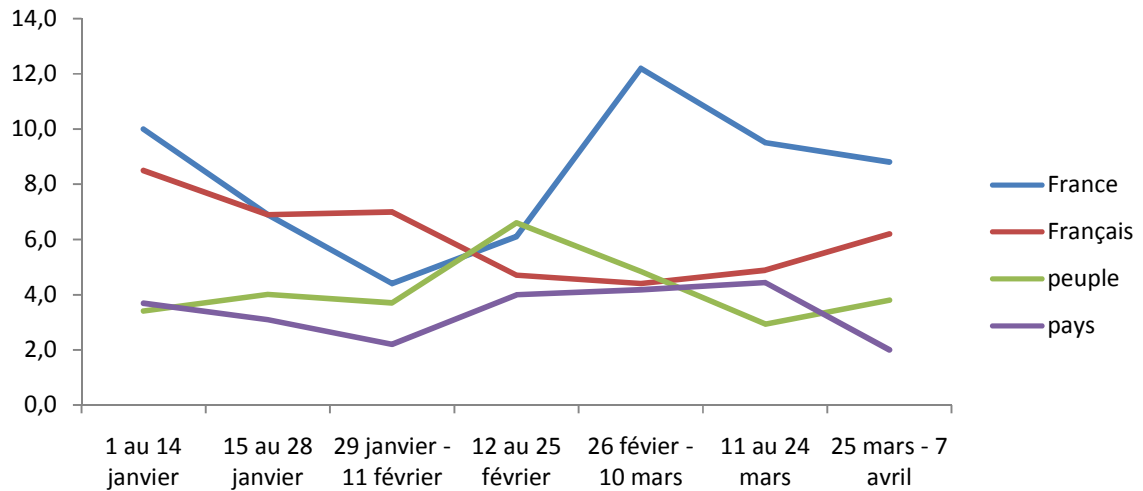
### ***Les thèmes "transversaux"***

Apparemment tous les candidats parlent beaucoup de la *France*, des *Français*, du *pays* et du *peuple*. De plus, ils les évoquent à propos de très nombreux sujets différents, ce sont donc des thèmes, "transversaux".

**Tableau 5. Poids des quatre thèmes "transversaux" dans le discours de M. Le Pen et du FN classés par quinzaine (en pourcentage du nombre total de mots)**

Quinzaines Thèmes	1	2	3	4	5	6	7	Moyenne
France	10,0	6,9	4,4	6,1	12,2	9,5	8,8	8,3
Français	8,5	6,9	7,0	4,7	4,4	4,9	6,2	6,1
peuple	3,4	4,0	3,7	6,6	4,8	2,9	1,0	3,8
pays	3,7	3,1	2,2	4,0	4,2	4,4	2,0	3,4

**Graphique 10. Evolution de la densité des quatre principaux thèmes transversaux dans le discours de M. Le Pen et du FN (1<sup>er</sup> janvier -7 avril)**



Chez M. Le Pen et le FN, *France* et *pays* sont assez nettement corrélés. A partir de la mi-mars, ils reculent au profit de *Français* et de *peuple* qui sont des notions plus politiques.

Pour les autres candidats, ces tableaux sont reproduits dans les annexes 5 à 7.

### ***Les thèmes spécifiques***

On entend par là que, lorsqu'une phrase aborde ce thème, elle n'en comporte habituellement pas d'autres (contrairement à *France*, *Français* ou *pays* qui sont utilisés à de nombreux propos). Naturellement, tous les candidats traitent à peu près les mêmes thèmes mais ils leur donnent des poids et des contenus différents.

#### ***a. Les thèmes privilégiés par M. Le Pen***

Dans le tableau ci-dessous, les principaux thèmes caractéristiques de M. Le Pen, c'est-à-dire les thèmes apparaissant dans la liste des 10 premiers, au moins lors d'une quinzaine.

**Tableau 6. Les principaux thèmes de M. Le Pen et du FN (par quinzaines depuis le 1<sup>er</sup> janvier, en pourcentage du nombre total de mots)**

Quinzaines Thèmes	1	2	3	4	5	6	7	moyenne
économie	9,0	5,7	5,5	4,6	4,4	3,3	5,6	5,4
Europe	4,6	4,4	2,9	3,3	7,9	4,8	4,5	4,6
immigration	5,6	4,9	1,9	3,3	3,6	2,5	1,8	3,4
nation	4,4	5,5	2,6	1,8	2,9	2,1	2,8	3,2
argent	4,3	4,3	4,2	3,9	2,6	2,4	-	3,2
sécurité	2,1	1,7	3,1	1,7	2,5	3,3	3,8	2,6
mondialisation	4,2	3,7	-	2,2	2,8	1,7	-	2,6
classe moyenne	2,7	3,0	1,6	-	2,9	-	1,9	2,4
famille	2,6	-	2,3	-	-	-	3,2	2,4
éducation	-	-	1,7	-	2,8	-	1,4	2,2
culture	-	-	-	1,4	-	3,1	-	2,2
chômage	3,4	2,1	1,5	1,6	-	-	1,8	2,1
défense	-	2,0	-	1,7	1,8	3,3	1,3	2,0
salaire	-	-	-	1,6	-	-	-	1,6
jeunesse	-	-	-	-	-	1,4	-	1,4

- : non présent dans les dix premiers lors de la quinzaine considérée.

Seuls cinq thèmes apparaissent constamment, de manière significative, dans le discours de M. Le Pen et du FN. Outre la *situation économique*, il s'agit, dans l'ordre, de la critique de l'*Europe*, de l'*immigration*, de la *nation* et de la *sécurité*. A part le premier, les autres sont singuliers au FN et à sa candidate, à la fois par son poids et la permanence qui lui est donné dans le discours.

Ils représentent la "marque de fabrique" de l'extrême-droite. La permanence est un élément important. Par exemple, le thème de la *sécurité* a pris de l'importance dans le discours de N. Sarkozy et de F. Hollande lors des événements de Toulouse (radioscopie 7) mais seul le FN en a fait un thème de premier plan dès le début. C'est maintenant le troisième par ordre d'importance derrière le rejet de l'*Europe*.

La critique de l'*argent* – les banques, la finance, les déficits – est présente 6 quinzaines sur 7 dans les thèmes phares et peut se rattacher aux thèmes permanents.

Viennent ensuite quatre thèmes – présents 5 fois et aussi très caractéristiques du discours frontiste. Par ordre d'importance :

- la mondialisation : moyenne 2,6 %
- les *classes moyennes* (et *populaires*) : 2,4%
- le *chômage* : 2,1%

- la *défense nationale (armée)* : 2,0%

Trois choses peuvent être retenues : la montée de l'*Europe* (critique de) qui est devenue le premier thème de la communication frontiste depuis la fin février, au détriment de la situation économique. La relative permanence de la *nation*, de la *sécurité* et de l'*immigration*.

*b. Les thèmes privilégiés par les autres candidats*

F. Bayrou a placé la situation économique au cœur de sa campagne (annexe 5). Mais depuis la mi-février son thème favori est l'*éducation* – il rappelle volontiers qu'il a été ministre de l'éducation nationale. En augmentation également le thème du *déficit* (en troisième place sur l'ensemble de la période). Puis la comparaison avec l'*Allemagne* (à propos du thème "produire en France"). Enfin, cinquième thème : l'*emploi et le chômage* (également en augmentation depuis 6 semaines). En dernière quinzaine, la *moralisation de la vie publique* passe en quatrième position devant l'*Europe*, l'*emploi et le chômage*. Avec l'insistance sur le déficit, la *moralisation de la vie politique* est le thème le plus spécifique de F. Bayrou. En voici la phrase la plus significative :

Tous ces principes-là, je propose qu'on les règle une bonne fois pour toutes par un référendum libre et volontaire des citoyens français que je propose d'organiser en un seul jour : le jour du premier tour des élections législatives : élu le 6 mai, référendum le 10 juin, tous les problèmes de moralisation de la vie publique de notre pays seront traités alors qu'il y a des décennies qu'on les invoque sans rien faire ! (F. Bayrou, 10 mars 2012).

F. Hollande a lui aussi placé la *situation économique* et l'*éducation* au cœur de sa campagne (annexe 6). L'*éducation* est même le premier thème durant la quinzaine 6 (début mars) – puis l'*emploi* et le *chômage* qui est même le deuxième thème par ordre hiérarchique durant 3 quinzaines sur 7. C'est le thème spécifique de F. Hollande par rapport aux autres candidats. Puis viennent l'*Europe* (qui est en troisième position les quinzaines 5 et 6), le *déficit*, la *fiscalité* (et notamment la proposition d'une super-tranche pour l'impôt sur les plus hauts revenus), la *jeunesse* – qui progresse à la 4<sup>e</sup> place en fin de campagne, qui coïncide avec plusieurs enquêtes indiquant le recul des intentions de vote des jeunes en faveur de F. Hollande – la *justice*, la *culture* et les *entreprises* (petites et moyennes). On note également comme thèmes constamment traités : les *quartiers* (c'est-à-dire les banlieues et la situation des jeunes de ces banlieues), l'*immigration* (fortement lié au précédent), l'*environnement* et la *sécurité* qui connaît une forte progression en semaine 11 (avec les événements de Montauban et de Toulouse<sup>5</sup>).

Par rapport aux autres candidats, l'*emploi* et le *chômage* forment le thème le plus caractéristique de F. Hollande et du PS. Ce thème leur sert plus à faire le procès de N. Sarkozy qu'à mettre en valeur leur propre programme. En voici la phrase la plus caractéristique :

---

<sup>5</sup> Voir Radioscopie 7 (Labbé & Monière 2012g)



Depuis que le candidat sortant est au pouvoir, leur nombre a augmenté de plus 1047100 alors que, pour le seul mois de février, le nombre de demandeurs d'emploi tenus à des recherches actives d'emploi augmente de plus 20400, Nicolas Sarkozy a osé voir dans ces chiffres une décélération de l'augmentation du chômage. (Communiqué d'Alain Vidalies, secrétaire national du pôle emploi au Parti socialiste, 26 mars 2012).

La communication de N. Sarkozy et de l'UMP est beaucoup plus erratique (annexe 7). A chaque quinzaine, et même parfois à quelques jours d'intervalle, les thèmes vedettes changent. Le mois de janvier est dominé par la polémique contre les propositions budgétaires de F. Hollande, notamment la création de 60 000 postes dans l'éducation nationale. La fin janvier et le début février sont dominés par la *crise* (de l'euro et de l'Europe). L'entrée en campagne de N. Sarkozy ne stabilise rien. Le début de cette campagne (4<sup>e</sup> quinzaine) est dominé par la question du *chômage* et du *travail*. La fin février et le début mars (5<sup>e</sup> quinzaine) voient la mise en avant des propositions sur l'*éducation* et les *entreprises* (il s'agit de l'aide aux petites et moyennes entreprises). Le mois de mars est dominé par les attaques contre l'*Europe* à propos de l'*immigration* et de la protection des marchés européens. Enfin, les *entreprises* et la *crise* reviennent au premier plan durant la dernière semaine de mars et la première semaine d'avril avec une montée remarquable du thème de la *jeunesse* au même moment que chez F. Hollande et probablement pour les mêmes raisons (intentions de vote peu favorables chez les jeunes).

On remarque également que N. Sarkozy et l'UMP sont ceux qui donnent le plus d'importance à l'*environnement*, à l'*agriculture*, à la *sécurité* ou à l'*immigration* (derrière M. Le Pen). La plupart de ces thèmes sont traités de manière négative. Par exemple, l'UMP parle peu de *lutte contre le chômage* mais surtout des pertes d'emplois que ne manquerait pas d'occasionner, selon elle, la mise en œuvre du programme socialiste.

## Conclusions

Du point de vue de la communication, quatre des principaux candidats ont décidé de "faire campagne contre" (F. Hollande, M. Le Pen, J.-L. Mélenchon et N. Sarkozy). En conséquence, depuis le début de l'année, les Français – du moins ceux qui suivent la campagne électorale – ont été soumis à un véritable feu roulant de critiques mutuelles qui risque d'avoir rendu difficilement audibles les programmes et les projets de ces candidats.

Quant au thème principal choisi par chaque candidat, on peut le résumer ainsi :

François Bayrou : *Produire et acheter en France* ;

F. Hollande : *La France et les Français ont besoin de changer* (de président) ;

M. Le Pen : *Défendre la France contre l'Europe, l'insécurité et l'immigration* ;

N. Sarkozy : *Moi, je protège la France et les Français contre la crise*.

## Remerciements

Denis Monière a effectué cette étude grâce à l'invitation de l'Institut d'Etudes Politiques de Grenoble et du laboratoire PACTE.

Les programmes informatiques utilisés pour ces analyses ont été réalisés avec l'aide de Cyril Labbé (Laboratoire d'Informatique de Grenoble – Université Joseph Fourier). Bernard Denni (PACTE) a relu ces notes et nous a fait de très utiles commentaires de forme et de fond. La mise en ligne a été assurée par Annie Salomon (PACTE).

## Bibliographie

Labbé Cyril & Labbé Dominique (2005). "How to measure the meanings of words ? Amour in Corneille's work". *Language Resources Evaluation*. 39, p. 335-351.

Labbé Cyril & Labbé Dominique (2011). "Existe-t-il un langage propre à la politique ?". *Communication aux XIe Journées de l'ERLA*. Brest : novembre 2011.

Labbé Dominique (1990). *Le vocabulaire de F. Mitterrand*. Paris : Presses de la FNSP.

Labbé Dominique (1998). "La France chez de Gaulle et Mitterrand". In Pierre Fiala et Pierre Lafon (dir). *Des mots en liberté. Mélanges Maurice Tournier*. Fontenay-aux-Roses : ENS Editions, p. 183-193.

Labbé Dominique & Monière Denis (2012a). *Radioscopies de la campagne présidentielle. 1. La pré-campagne (1er janvier - 4 février)*. Note de recherche publiée sur le site [www.trielec2012.fr](http://www.trielec2012.fr).

Labbé Dominique & Monière Denis (2012b). *Radioscopies de la campagne présidentielle. 2. Les mots et les thèmes de la pré-campagne (1e janvier -11 février 2012)*. Note de recherche publiée sur le site [www.trielec2012.fr](http://www.trielec2012.fr).

Labbé Dominique & Monière Denis (2012c). *Radioscopies de la campagne présidentielle. 3. L'entrée en scène du Président sortant (5-18 février)*. (1e janvier - 11 février 2012). Note de recherche publiée sur le site [www.trielec2012.fr](http://www.trielec2012.fr).

Labbé Dominique & Monière Denis (2012d). *Radioscopies de la campagne présidentielle. 4. Sale mec ou gentil garçon ? Portraits croisés des principaux candidats (1er janvier-25 février 2012)*. Note de recherche publiée sur le site [www.trielec2012.fr](http://www.trielec2012.fr).

Labbé Dominique & Monière Denis (2012e). *Radioscopies de la campagne présidentielle. 5. Faire campagne contre les autres ? (19 février-3 mars)*. Note de recherche publiée sur le site [www.trielec2012.fr](http://www.trielec2012.fr).

Labbé Dominique & Monière Denis (2012f). *Radioscopies de la campagne présidentielle. 6. L'effet Villepinte (4-17 mars)*. Note de recherche publiée sur le site [www.trielec2012.fr](http://www.trielec2012.fr).

Labbé Dominique & Monière Denis (2012g). *Radioscopies de la campagne présidentielle. 7. Les attentats de Montauban et de Toulouse : un tournant dans la campagne électorale ? (18-24 mars 2012)*. Note de recherche publiée sur le site [www.trielec2012.fr](http://www.trielec2012.fr).

Monière Denis (2012). La spirale de la négativité dans les campagnes électorales canadiennes de 2008 et de 2011. *Journée d'étude : Comment convaincre ? Analyse scientifique de la campagne électorale 2012*. Grenoble : Institut d'études politiques de Grenoble, 9 Mars 2012.

**Annexe 1**  
**Le corpus et les principaux sous-corpus**  
 (au 7 avril 2012)

		Nombres textes	Nombres mots	Vocabulaire
<b>Bayrou</b>	Communiqués Bayrou	108	61 049	4 737
	Communiqués Modem	101	43 041	3 778
	Discours et entretiens	46	181 589	6 508
<b>Total Bayrou</b>		<b>255</b>	<b>285 679</b>	<b>8 704</b>
<b>Hollande</b>	Communiqués Hollande	93	30 745	3 448
	Communiqués PS	343	114 384	7 072
	Discours et entretiens	74	312 308	7 090
<b>Total Hollande</b>		<b>510</b>	<b>457 437</b>	<b>10 208</b>
<b>Le Pen</b>	Communiqués Le Pen	56	10 852	2 245
	Communiqués FN	146	34 396	4 590
	Discours et entretiens	21	82 035	6 091
<b>Total Le Pen</b>		<b>223</b>	<b>127 283</b>	<b>8 134</b>
<b>Mélenchon</b>	Communiqués Mélenchon	30	3 042	958
	Communiqués Front Gauche	89	23 285	3 459
	Discours et entretiens	2	14 244	1896
<b>Total Mélenchon</b>		<b>121</b>	<b>40 571</b>	<b>4 485</b>
<b>Sarkozy</b>	Communiqués Sarkozy	121	27 869	3 144
	Communiqués UMP	599	155 885	7 047
	Discours et entretiens	54	220 333	7 405
<b>Total Sarkozy</b>		<b>714</b>	<b>404 087</b>	<b>10 333</b>
<b>Total</b>		<b>1 823</b>	<b>1 315 057</b>	<b>17 662</b>

## Annexe 2

### L'univers de France chez F. Bayrou et le Modem (du 1<sup>er</sup> janvier au 7 avril)

Vocables significativement sur-employés dans l'univers de France chez F. Bayrou et le Modem (seuil : 5, classement par catégories grammaticales et spécificité décroissante)

Noms propres : Allemagne, Renault, Volkswagen, Alsace, Etats-Unis, The Economist, A, Sorbonne

Verbes : produire, acheter, fabriquer, reconstruire, retrouver, perdre, gouverner, rebâtir, ressaisir, formuler, partir, recréer, redresser, quitter, sortir, rappeler, oublier, développer, effondrer, remettre, porter, saluer, souffrir, faire, traiter, regarder, gagner, décrire, entourer, laisser, accepter, naître, mettre, venir, mériter, réussir, mobiliser, viser, relever, vivre, tourner, connaître

Substantifs : pays, monde, entreprise, produit, destin, situation, redressement, emploi, production, avenir, éducation, million, modèle, calcul, consommateur, image, langue, voiture, marque, planète, climat, moralisation, peine, réussite, nouveau, rang, défense, avant, classement, fierté, véhicule, label, norme, capital, promotion, adhérent, fleuron, trésorier, commerce, affaiblissement, caisse, besoin, village, association, tourisme, charge, riche, chiffre, salaire, tradition, forêt, perte, inégalité, hasard, investisseur, nombre, écrit, fin, tête, train, sénateur, travail, appareil, madame, culture, déficit, slogan, compréhension, voisin, arbre, effondrement, ressource, carte, créateur, évolution, cas, jeudi, effort, actionnaire, commune, coût, coeur, siècle, déplacement, garantie, santé, affaire, mois, soir, réalité, défi, richesse, origine, chance, force, millier, sorte, invité, contraire, baisse, confiance, nation, euro, page, chef

Adjectifs : grand, solidaire, fabriqué, entier, gratuit, produit, producteur, industriel, international, régional, public, meilleur, laïc, extérieur, seul, excédentaire, triple, allemand, obligatoire, capable, égal, incapable, mondial, rond, européen, beau, jeune, social, immense, étranger

Pronoms : nous, qui, celui, sien, il, se, dont, celui-ci, lequel, y, celui-là, en, quoi

Adverbes : plus, peu, presque, légèrement, profondément, longtemps, bien, mieux, tant, aujourd'hui, où, actuellement, très, aussi, hier, quelquefois, autour

Déterminants : notre, son, cent, mille, cinq, vingt, trente, quatrième, cinquième, cinquante, soixante, trois, tout, neuf, quelque, un, même, quatre, quarante,

Conjonctions et prépositions : en, depuis, parmi, pour, hors, si, car, parce que, malgré, entre

Vocables significativement sous-employés dans l'univers de France chez F. Bayrou et le Modem (du 1<sup>er</sup> janvier au 7<sup>e</sup> avril, seuil : 5, classement par catégories grammaticales et spécificité décroissante)

Noms propres : Union Européenne, Français, François, Marielle, Pierre, Sarnez, Pyrénées Atlantiques, TVA, Jean, UMP, Nicolas, Sarkozy, Hollande, Bayrou

Verbes : falloir, demander, servir, voter, augmenter, devoir, penser, protéger, expliquer, arriver, garder, exister, pouvoir, obtenir, maîtriser, trancher, refuser, écrire, passer, croire, garantir, répondre, rendre, souhaiter, suivre, excuser, tenir, annoncer, voir, entendre, donner, parler, aborder

Substantifs : vote, présidentielle, droite, personnalité, gauche, citoyen, élève, homme, suffrage, génération, engagement, droit, enseignant, création, milliard, sens, formation, responsabilité, compte, médecin, justice, gouvernement, changement, méthode, établissement, classe, écran, retour, gens, forme, égard, bois, sentiment, réponse, logement, réforme, déclaration, article, rôle, personne, loi, centaine, argent, ensemble, plan, budget, parlement, fonction, soutien, légitimité, chômeur, heure, sondage, filière, campagne, centre, pouvoir, salarié, opinion, opposition, meeting, responsable, débat, service, contrat, chose, sujet, média, intérêt, candidat, chômage

Adjectifs : nouveau, bon, actuel, libre, socialiste, privé, électoral, véritable, citoyen, politique, raisonnable, favorable, personnel, présent, blanc

Pronoms : vous, je, ils, on, ça, leur, rien, tout, autre, chacun, mien, tu, un, lui, moi

Adverbes : ne, comment, non, pas, puis, souvent

Déterminants : second, deuxième, plusieurs, mon, ce, leur, un, autre, votre, zéro,

Conjonctions et prépositions : sans, avant, par, mais, ni, à, de, chez, lorsque, sur, donc, contre, avec, ou, sous, puisque, quand, dès

### Trois phrases les plus caractéristiques de la France chez F. Bayrou

Et je voudrais là aussi que l'on se mette en tête l'évolution de la production de ces voitures, il y a un chiffre très simple : en 2005, il y a sept ans ... - vous voyez que tout part d'il y a huit, neuf ans et, en tout cas, tout a divergé en 2005, pourquoi ? parce que l'Allemagne a fait les efforts qu'il fallait faire, je dis cela au passage - en 2005, il y a sept ans, Renault et Volkswagen, les deux grandes marques emblématiques - toutes les deux avaient des Etats actionnaires, la république française est actionnaire de Renault et, comme vous le savez, dans l'actionnariat de Volkswagen, il y a des états appartenant à l'Allemagne - Volkswagen et Renault fabriquaient en 2005 exactement le même nombre de voitures, l'un sur le sol allemand et l'autre sur le sol français : Volkswagen 1200000 voitures en Allemagne en 2005 Renault 1200000 voitures en France en 2005. (F. Bayrou, discours du 2 avril 2012).

Cette année, sept ans après, Volkswagen va produire en Allemagne 2200000 véhicules, presque le double, et chez nous Renault va produire en France 440000 véhicules, trois fois moins que ce qu'il produisait en 2005. (François Bayrou, discours du 29 mars 2012)

Annexe 3  
L' univers de France chez F. Hollande et le PS

Vocables significativement sur-employés dans l'univers de France chez F. Hollande et le PS (du 1<sup>er</sup> janvier au 7 avril, seuil : 5%, classement par catégories grammaticales et indices décroissants)

Noms propres : Français, Allemagne, Europe, Mitterrand, OCDE

Verbes : vouloir, venir, présider, redresser, changer, vivre, porter, aimer, gagner, servir, retrouver, affaiblir, diriger, réunir, avancer, dégrader, importer, traverser, surmonter, rayonner, donner, réconcilier, lever, écrire, placer, mourir, désirer, réussir, souffrir, attendre, élever, sentir, conduire, déplacer, apporter, faire, ouvrir, espérer, relever, rassembler, délocaliser, rêver, unir, redonner, mener, séparer, construire, permettre, animer, parler, participer, diviser, mobiliser, accomplir, inventer

Substantifs : république, pays, jeunesse, nation, élection, confiance, besoin, espérance, espoir, avenir, alternance, monde, force, valeur, redressement, changement, victoire, histoire, fraternité, destin, atout, enjeu, capacité, dissuasion, vision, conception, nom, fierté, étranger, chemin, modèle, révolution, récession, défiance, relance, veille, rayonnement, fondation, discorde, banquier, amoureux, harki, repli, couleur, affaiblissement, ambassadeur, département, épreuve, religion, homme, notation, terre, enfant, talent, engagement, origine, civilisation, rang, choix, image, record, tête, production, continent, fois, sport, ambition, agence, usine, région, culture, environnement, trimestre, page, mai, perte, acteur, rêve, amour, industrie, légitimité, énergie, cinéma, privilège, instituteur, innovation, justice, diversité, défi, solidarité, activité, tâche, politique, moment, place, langue, conquête, construction, ville, intérêt, amitié, honneur, échéance, égard, progrès, grâce, étude, cap, humanité, hauteur, différence, rendez-vous, janvier, guerre, niveau, coeur, crise, parcours, chance, artiste, centrale, marche, emploi, dette, message, situation

Adjectifs : grand, beau, fort, international, présidentiel, nucléaire, entier, fier, triple, réconcilié, fidèle, établi, offensif, présent, capable, étranger, politique, installé, provisoire, mondial, arabe, extérieur, laïc, stratégique, numérique, conservateur, majeur, meilleur, important, véritable, public, productif, énergétique, culturel, heureux, décisif, sportif, industriel, français, même, considérable

Pronoms : nous, vous, qui, que, quel, lui-même, nôtre, chacun, celui, se, dont

Adverbes : ici, ensemble, mieux, partout, demain, autour, ardemment, tout, si, d'abord, plus, jamais, tant, ainsi, seulement, au-delà, comment, massivement, aussi, bientôt, où, non, hélas, suffisamment, simplement

Déterminants : son, huitième, tout, notre, six, tel

Conjonctions et prépositions : et, en, parce que, pour, dans, entre, depuis, avec

Vocables significativement sous-employés dans l'univers de France chez F. Hollande et le PS (du 1<sup>er</sup> janvier au 7 avril, seuil : 5%, classement par catégories grammaticales et indices décroissants)

Noms propres : Nicolas, Sarkozy, UMP, TVA

Verbes : exister, engager, croire, prendre, terminer, répondre, agir, prévoir, dire, falloir, comprendre, savoir, demander, commencer, penser, reconnaître, rester, partir, échapper, bénéficier, pouvoir, assurer, essayer, voir, fixer, appliquer, veiller, intervenir, mettre, recevoir, convaincre, entendre, présenter, prétendre, réaliser, lutter, inscrire, toucher, partager, proposer, devenir, augmenter, garantir, considérer, respecter, fermer

Substantifs : parlement, bilan, promesse, quinquennat, échec, cours, gouvernement, cas, ministre, smic, référendum, acte, collectivité, règle, sommet, cadre, sécurité, euro, classe, éducation, cotisation, enseignant, revenu, retraite, impôt, chef, démocratie, proposition, réforme, contrat, violence, état, loi, bout, poste, vérité, fin, objectif, ménage, accompagnement, recette, concertation, travail, merci, stabilité, prélèvement, employeur, terme, jour, traité, métier, urgence, avantage, peuple, majorité, annonce, senior, partie, suffrage, démarche, vie, personnel, élève, parti, zone, circonstance, prix, risque, limite, famille, fonds, rémunération, matin, particulier, forme, effort, réponse, salarié, puissance, carburant, question, taux, madame, juge, présence, critère, taxe, fait, financement, école, nombre, accès

Adjectifs : favorisé, social, possible, privé, sortant, familial, scolaire, supérieur, propre, vrai, nouveau, fiscal, modeste, moyen, définitif, prioritaire, personnel, financier, indéterminé, exceptionnel, supplémentaire, territorial, dernier, socialiste

Pronoms : cela, on, en, ils, y, il, ça, autre, tout, rien, quoi, eux-mêmes,

Adverbes : même, davantage, là, pas, ne, encore, toujours, finalement, souvent, oui, très, combien,

Déterminants : cent, mon, cinq, zéro, premier, un, un, leur, ce, certain, quarante, vingt, mille, chaque, même, deuxième,

Conjonctions et prépositions : sans, près, que, mais, quand, par, contre, si, donc, à, sur, ou, sous, voilà, dès, lorsque, jusque, ni, pendant

Phrases les plus caractéristiques en valeur absolue

Une France de la diversité où chacun apportera sa différence, mais dans l'unité de la république, où les outremer nous ouvrent à tous les horizons du monde et où les enfants d'immigrés doivent être fiers, fiers d'être Français, Français, parce que c'est le plus beau nom qu'on puisse donner à un citoyen du monde, à une France de l'exemple, où le pays se retrouve dans ce qui l'élève, dans ce qui le réunit, le dépasse, une France de la confiance où toutes les forces qui la constituent se mobilisent pour l'avenir ! (F. Hollande, discours du 22 janvier 2012).

Nous devons changer de président, changer d'avenir, changer de politique pour une cause qui nous dépasse tous et qui nous élève, chacune et chacun d'entre nous, celle que je porte depuis le début de cette campagne : la jeunesse de France qui espère, qui attend, qui veut sa place, qui veut sa reconnaissance, qui veut ses droits, qui veut retrouver confiance dans l'avenir à travers une formation de qualité et, surtout, la perspective d'un emploi. (F. Hollande, discours du 6 avril 2012).

C'est une grande et belle réunion parce que nous sommes en Bretagne, la région de toutes les conquêtes, la région de toutes les cultures, de toutes les histoires, la région capable de tant



d'invention, la région qui donne à la France ses usines, ses terres et aussi sa surface maritime, la mer grâce à laquelle la France est une puissance. (F. Hollande, 4 avril 2012)

Il n'y a pas plusieurs France dans le pays de France, il y a des Françaises et des Français qui veulent vivre ensemble et qui n'ont pas besoin de s'opposer entre les jeunes et les plus anciens, entre les fonctionnaires et les salariés du privé, entre les chômeurs et les travailleurs, entre les Français de souche et ceux qui sont venus depuis plus récemment, entre les Français et les étrangers qui sont là avec des droits qui sont ceux de l'accueil dès lors qu'ils sont en situation régulière. (F. Hollande, 13 mars 2012).

#### Annexe 4

L'univers de France chez N. Sarkozy et l'UMP (du 1<sup>er</sup> janvier au 7 avril pour l'UMP et depuis la déclaration de candidature pour les discours de N. Sarkozy).

Vocables significativement sur-employés dans l'univers de *France* chez N. Sarkozy et l'UMP (seuil : 5%, classement par catégories grammaticales et indices décroissants)

Noms propres : Sarkozy, Nicolas, Français, Allemagne, A, Moody's, Fitch, Schengen, Géorgie, Libye, Gaulle, Jeanne, Arc, Europe, Benghazi

Verbes : vouloir, protéger, vivre, diriger, aimer, défendre, aider, construire, porter, entendre, oublier, battre, garder, maintenir, mériter, produire, réclamer, sacrifier, présider, fabriquer, unir, meurtrir, dessiner, triompher, parcourir, voler, dégrader, incarner, gouverner, semer, réconcilier, transiger, travailler, installer, relever, rester, briser, tenir, bâtir, préserver, affronter, donner, venir, affaiblir, traverser, coûter, appartenir, continuer, contribuer, aboutir, oeuvrer, résister, savoir, refuser, naître, rassembler, envoyer, sortir, mourir, peser, placer, cotiser, parler, demeurer, confirmer, démontrer, prôner, tourner, menacer, connaître, adresser, apparaître, emporter, entrer, retrouver, tomber, poursuivre, remettre, espérer, instrumentaliser, sauver, représenter, accueillir

Substantifs : pays, monde, crise, peuple, besoin, valeur, avenir, histoire, ami, engagement, jeunesse, étranger, parole, déficit, nation, agence, destin, siècle, soldat, nom, équilibre, ambition, note, général, notation, honneur, mandat, scène, épreuve, amour, cap, rang, fierté, transaction, patrie, visage, signature, concert, avion, marche, cran, charte, page, ouverture, voix, ruine, coeur, droite, exilé, malheur, pilier, vision, accueil, force, crédibilité, diversité, partenaire, idéal, terre, destinée, plainte, renoncement, moment, atout, nationalité, rendez-vous, zone, dégradation, défi, partenariat, allié, extérieur, grandeur, profondeur, rayonnement, capacité, grâce, continuité, dette, indépendance, mort, haine, image, politique, retour, intérêt, enjeu, choix, puissance, solidarité, endroit, chemin, nécessité, dynamisme, rassemblement, présidence, désir, talent, précédent, compatriote, corps, message, différence, déclin, génie, côté, racine, sang-froid, frontière, projet, baisse, agriculteur, taux, espoir, énergie, taxe, prospérité, humanité, siège, économie, confiance, espérance, mérite, négociation, sang, maîtrise, opération, responsabilité, miracle, signal, retard, an, tâche, travers, année, unité, héritage, nouveau, alliance, instauration, devoir, région, rencontre, régime, succès, homme, centaine, redressement, tête, croissance, territoire, combat, soutien, travail, effort, intérieur, adulte, nouvelle, réciprocité, filière, jour, traité, famille, face, coût, étudiant, analyse, préoccupation, enfant, délocalisation, candidature

Adjectifs : fort, international, mondial, fier, beau, grand, uni, financier, faible, étranger, ouvert, énergétique, plein, triple, solidaire, protégé, chrétien, démographique, blanc, rassemblé, seul, cher, endetté, généreux, industriel, inférieur, protecteur, vieux, entier, meilleur, solide, extérieur, capable, nucléaire, pauvre, profond, européen, propre, financé, français, menacé, déterminé, nouveau, silencieux, politicien, courageux

Pronoms : moi, qui, que, celui, lequel, se, un, lui, lui-même, celui-là

Adverbes : tant, fort, combien, partout, mieux, unilatéralement, demain, alors, jamais, trop, où, plus, seulement, ainsi, ici, autour, aujourd'hui

Déterminants : son, unième, mon, seize, chaque

Conjonctions et prépositions : à, et, en, pour, hors, dans, pendant, quand, vers, entre, si, parce que, lorsque

Vocables significativement sous-employés dans l'univers de *France* chez N. Sarkozy et l'UMP (seuil : 5%, classement par catégories grammaticales et indices décroissants)

Noms propres : UMP, PS, François, Hollande, Fillon, Florange, RAID, Meurthe-et-Moselle, HADOPI, Manuel, Valls, Elysée, Beschizza, PME, France 2, Pierre, Bruno, Toulouse, Moscovici, Rosso-Debord, Valérie

Verbes : valoir, dénoncer, critiquer, proposer, réfléchir, passer, croire, créer, suivre, commencer, poser, estimer, faire, mettre, voter, assurer, supprimer, aller, souhaiter, falloir, traiter, utiliser, constater, parvenir, financer, tromper, fonctionner, penser, garantir, pouvoir, demander, répondre, tenter, dire, négocier, occuper, rendre, servir, permettre, accéder, accuser, fermer, bénéficier, rappeler, remercier, traduire, regretter, recruter, nommer, doubler, discuter, attendre, préférer, trouver, affirmer, revaloriser, sembler, révéler, atteindre, souffrir, expliquer, arriver

Substantifs : qualité, collectivité, monsieur, université, étude, prison, allocation, poste, manque, délit, contrat, texte, sujet, directeur, janvier, milliard, système, rue, opinion, crédit, collègue, propos, mesure, résultat, revenu, fait, équipe, société, gouvernement, hôpital, métier, égalité, entreprise, dispositif, proposition, emploi, sécurité, justice, établissement, formation, professeur, école, question, peine, enseignant, éducation, loi, élève, santé, norme, personne, chef, pension, députée, cotisation, faveur, police, durée, ambiguïté, méthode, développement, augmentation, chômeur, effet, livre, commission, parti, délinquance, autonomie, savoir, ministre, maladie, enseignement, niveau, état, plancher, lycée, âge, policier, quotient, conception, salarié, matin, gens, offre, internet, hausse, règle, mot, erreur, jeune, assemblée, parent, secrétaire, lettre, avis, nombre, produit, classe, chance, quartier, transparence, invective, incohérence, exécution, déclaration, démagogie, administration, population, responsable, volonté, proximité, professionnel, centrale, problème, recherche, forme, réalité, autorité, exonération, investissement, député, sens, violence, campagne, charge, flou, dialogue, coup, recette, possibilité, raison, contraire, organisation, producteur

Adjectifs : supplémentaire, éducatif, primaire, permanent, normal, nécessaire, bon, inacceptable, national, vrai, social, socialiste, important, handicapé, difficile, haut, constitutionnel, supérieur, public, efficace, prioritaire, incapable, local, nombreux, structurel, humain, mené, familial, légitime, injuste, adjoint, politique, unique, agricole, légal, raisonnable, collectif, total, petit, général

Pronoms : y, il, je, nous, on, cela, ils, en, le, certain, tout, leur, aucun

Adverbes : puis, moins, encore, notamment, également, hier, déjà, finalement, d'accord, très, pourtant, naturellement, pourquoi, ailleurs, vite, peu, tard

Déterminants : même, quelque, un, notre, vingt, dix, deux, votre, sept, trois, cent, certain, leur, trente, mille, quel, neuf, tout, autre, six, quarante, premier, troisième, huit

Conjonctions et prépositions : contre, avant, puisque, mais, que, donc, sur, ou, par, selon, après, comme, or, sans

## Phrases les plus caractéristiques de l'univers de *France* chez N. Sarkozy et l'UMP

Dans ce monde nouveau, si la France ne veut pas subir, la France doit être forte : forte pour garder la maîtrise de son destin, forte pour agir et pour peser, forte pour donner sa chance à sa jeunesse, forte pour permettre à chacun de vous de garder la maîtrise de sa vie (N. Sarkozy, 5 avril 2012).

Notre alliance est stratégique, et, à un moment où le monde connaît tant de bouleversements, tant de difficultés, tant de changements, à un moment où l'Europe s'est trouvée confrontée à tant de crises financières et économiques, l'alliance sans faille déterminée entre l'Allemagne et la France a permis d'éviter que l'Europe en général, et l'euro en particulier, tombe dans le gouffre de la crise financière (N. Sarkozy 6 février 2012).

### Annexe 5

Thèmes de F. Bayrou et du Modem (classement par quinzaine, en pourcentage du nombre total de mots).

Poids des quatre thèmes "transversaux" dans la communication de F. Bayrou et du Modem classée par quinzaine (en pourcentage du nombre total de mots)

Quinzaines Thèmes	1	2	3	4	5	6	7	Moyenne
France	6,27	7,61	5,49	6,45	5,99	6,03	5,74	6,23
Français	8,09	4,57	4,64	3,66	3,85	3,60	3,53	4,56
pays	4,25	3,25	3,59	3,09	4,52	5,58	5,21	4,21
peuple	1,79	3,28	1,94	1,12	2,09	1,53	1,69	1,92

Les thèmes spécifiques dans la communication de F. Bayrou et du Modem classée par quinzaine (en pourcentage du nombre total de mots, classement par ordre hiérarchique)

	1	2	3	4	5	6	7	Moyenne
économie	6,18	6,03	6,78	7,95	5,36	5,20	5,35	6,12
éducation	5,07	6,14	8,09	4,65	5,85	5,40	6,32	5,93
déficit	4,69	5,30	5,00	6,24	4,12	4,56	4,33	4,89
Allemagne	3,63	4,60	4,49	3,24	4,16	3,79	4,39	4,04
Europe	4,30	4,21	2,35	4,12	5,64	3,57	3,59	3,97
fiscalité	3,80	3,44	4,53	4,85	2,95	3,05	3,10	3,67
emploi-chômage	2,93	4,30	3,64	3,78	3,30	3,62	3,62	3,60
moralisation	3,12	2,99	2,40	3,49	3,02	3,51	3,62	3,17
entreprise	3,22	2,56	3,10	2,66	3,01	4,22	2,95	3,10
Grèce	2,48	2,16	1,90	5,32	2,41	2,67	2,60	2,79
famille	2,83	2,52	2,64	2,10	2,83	2,80	2,61	2,62
industrie	2,72	2,17	2,01	1,77	2,41	2,87	2,43	2,34
solidarité	2,55	1,97	1,97	2,50	2,32	2,64	2,30	2,32
classe	1,64	1,94	2,24	2,42	2,66	2,45	2,78	2,30
culture	3,26	1,89	2,29	2,12	2,31	2,01	2,08	2,28
travail	1,98	2,34	2,82	2,21	2,28	2,00	2,08	2,24
revenu	2,09	1,93	2,21	2,08	2,66	2,34	2,27	2,22
santé	2,35	1,77	1,58	2,41	2,26	2,31	2,42	2,16
territoire	1,61	1,79	2,04	2,11	2,53	2,01	2,65	2,11
femme	1,99	1,66	2,22	2,15	2,56	1,80	2,20	2,08
retraite	1,65	1,94	2,22	1,64	2,07	2,10	2,13	1,96
jeunesse	1,47	1,78	1,43	1,63	1,78	2,06	1,96	1,73
ville	1,67	2,18	1,42	1,41	1,76	1,60	1,73	1,68
société	1,19	2,01	0,99	1,75	1,29	3,19	1,07	1,64
logement	1,13	1,22	1,80	1,49	1,55	1,14	1,39	1,39
immigration	0,92	1,56	1,19	0,65	1,44	1,82	1,57	1,31
justice	1,32	0,77	0,95	0,80	1,22	0,86	1,47	1,05
formation	0,57	0,41	1,47	1,60	0,96	0,54	0,64	0,89
banque	0,46	1,46	0,71	0,64	0,92	0,70	0,85	0,82
agriculture	0,35	0,53	0,67	0,23	0,50	0,42	0,43	0,45

### Annexe 6

Thèmes de F. Hollande et du PS (classement par quinzaine, en pourcentage du nombre total de mots)

Poids des quatre thèmes "transversaux" dans la communication de F. Hollande et du PS classée par quinzaine (en pourcentage du nombre total de mots)

Quinzaines Thèmes	1	2	3	4	5	6	7	Moyenne
France	6,94	6,80	6,42	6,21	6,74	8,24	7,05	6,92
Français	4,49	4,28	4,51	5,80	4,88	4,57	4,72	4,75
pays	3,25	3,51	3,15	3,45	4,24	4,88	3,27	3,68
peuple	1,10	0,85	0,91	1,83	1,69	1,44	1,20	1,29

Les thèmes spécifiques dans la communication de F. Hollande et du PS classés par quinzaine (en pourcentage du nombre total de mots, classement par ordre hiérarchique)

Quinzaines Thèmes	1	2	3	4	5	6	7	Moyenne
économie	6,90	6,35	6,43	6,77	6,51	4,79	6,12	6,27
éducation	4,96	5,10	5,81	4,55	5,30	7,62	4,87	5,46
emploi-chômage	4,09	5,67	3,44	5,64	3,73	3,61	5,75	4,56
Europe	3,32	5,03	4,09	3,78	4,48	5,58	3,36	4,24
déficit	4,18	4,16	3,54	3,36	3,63	3,25	3,90	3,72
fiscalité	4,79	3,97	3,40	3,60	3,83	2,51	3,73	3,69
jeunesse	3,52	3,17	3,36	3,40	3,38	3,93	4,40	3,59
justice	2,92	3,33	4,92	3,27	2,91	3,37	3,10	3,40
culture	2,69	5,07	2,66	2,20	2,64	4,39	2,52	3,17
entreprise	2,84	3,36	3,21	2,52	3,22	2,42	3,81	3,05
quartier	3,18	3,13	2,51	2,92	2,50	3,03	2,62	2,84
environnement	3,24	2,51	2,65	2,27	3,01	2,63	2,70	2,72
immigration	2,52	2,60	1,90	2,36	3,44	2,93	2,12	2,55
industrie	2,12	2,44	2,89	2,40	2,21	2,19	2,07	2,33
sécurité	1,82	2,08	1,63	2,51	2,03	2,60	1,87	2,08
collectivité	1,92	1,78	2,01	1,57	2,15	2,22	2,14	1,97
retraite	1,99	2,33	1,52	2,35	1,73	1,28	1,65	1,84
travail	1,74	0,96	3,43	2,58	1,05	1,07	1,95	1,82
femme	1,65	1,42	1,61	1,85	2,91	1,53	1,79	1,82
formation	2,09	1,61	2,47	1,95	1,33	1,70	1,55	1,82
sport	1,23	1,32	4,65	1,01	1,20	1,50	1,76	1,81
banque	1,32	2,10	2,46	1,18	1,31	1,24	1,96	1,65
logement	1,74	1,54	2,63	1,36	1,57	1,22	1,47	1,65
revenu	1,57	1,99	1,15	1,49	1,77	1,23	1,39	1,51
société	1,27	2,17	1,95	1,26	1,43	1,23	1,12	1,49
famille	1,75	1,27	1,11	2,06	1,58	1,11	1,30	1,45
classe	1,81	1,49	1,20	1,29	1,47	1,09	1,40	1,39
agriculture	1,32	1,03	1,12	1,71	1,29	1,32	1,42	1,32

Annexe 7

Thèmes de N. Sarkozy et de l'UMP (classement par quinzaine, en pourcentage du nombre total de mots)

Poids des quatre thèmes "transversaux" dans la communication de N. Sarkozy et de l'UMP classée par quinzaine (en pourcentage du nombre total de mots)

Quinzaines Thèmes	1	2	3	4	5	6	7	Moyenne
France	9,18	8,71	9,02	10,50	8,66	10,83	9,73	9,52
Français	6,66	7,20	6,62	8,70	5,79	8,26	5,37	6,94
pays	3,91	3,77	4,36	3,93	3,44	4,33	4,39	4,02
peuple	1,33	1,59	2,46	4,20	2,81	4,04	3,57	2,86

Les thèmes spécifiques dans la communication de N. Sarkozy et de l'UMP classés par quinzaine, en pourcentage du nombre total de mots, classement par ordre hiérarchique (sur la moyenne). En gras le premier thème de la quinzaine.

Quinzaines Thèmes	1	2	3	4	5	6	7	Moyenne
éducation	<b>12,68</b>	<b>8,78</b>	4,93	2,63	<b>19,13</b>	3,88	5,61	8,23
crise	6,29	7,84	<b>9,14</b>	6,37	5,14	5,56	6,02	6,62
entreprise	4,71	5,88	6,45	6,98	6,19	7,06	<b>7,85</b>	6,45
chômage	4,14	8,30	7,34	<b>7,78</b>	5,12	5,22	5,07	6,14
Europe	4,97	3,93	6,59	5,13	4,03	<b>9,11</b>	4,82	5,51
finance	4,97	4,98	4,08	4,64	3,74	4,28	4,06	4,39
travail	2,95	2,82	3,13	7,05	3,50	2,75	3,40	3,66
jeunesse	2,48	3,63	3,48	3,08	3,36	3,34	5,74	3,59
sécurité	1,46	5,07	5,46	1,85	1,87	4,15	4,28	3,45
fiscalité	6,20	3,59	3,72	1,89	3,17	2,60	2,54	3,39
famille	5,55	2,09	2,77	3,37	2,64	3,40	3,59	3,34
agriculture	1,85	2,42	2,56	3,89	2,78	3,04	2,89	2,77
logement	1,95	3,10	3,75	2,15	2,20	2,54	2,50	2,60
immigration	1,58	1,49	1,65	2,23	2,90	2,61	2,93	2,20
femme	0,99	0,98	1,71	2,14	2,11	2,40	2,45	1,82
retraite	2,04	1,68	1,04	1,58	1,25	1,32	2,36	1,61
justice	0,84	2,08	2,45	1,18	1,06	1,60	1,42	1,52
revenu	0,67	1,06	0,87	0,97	0,75	1,15	0,86	0,91