

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

ENTRE CONFORMITÉ ET AGENTIVITÉ : LA NÉGOCIATION DES STÉRÉOTYPES DE  
GENRE DANS LES ETHOS CONSTRUITS PAR LA CHANCELIÈRE ALLEMANDE  
ANGELA MERKEL ET ATTRIBUÉS PAR LES MÉDIAS EN CONTEXTE DE CRISE

MÉMOIRE  
PRÉSENTÉ  
COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR  
SABRINA KRAUSE

FÉVRIER 2026

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.12-2023). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## REMERCIEMENTS

Avant tout, je tiens à remercier sincèrement mon directeur de recherche, Olivier Turbide, pour son accompagnement attentif et bienveillant tout au long de mon parcours. Tu m'as pris sous ton aile à la sortie de ma sabbatique scolaire, et après seulement une rencontre, tu as cru en mon potentiel. Ton enthousiasme, ton écoute et ta rigueur ont été des repères essentiels dans l'évolution de mon mémoire. Je te remercie pour les nombreuses opportunités intellectuelles et professionnelles que tu m'as offertes, notamment le séminaire doctoral d'analyse de discours, mon implication au sein du Laboratoire d'analyse de presse et l'organisation du concours Délie ta langue à l'UQAM. Merci d'avoir su me rassurer dans les moments de doute, et surtout pour les conversations stimulantes.

Je remercie les trois chercheuses inspirantes qui ont composé mon jury, Caroline Bouchard, Mélanie Millette et Sabrina Moro, pour leurs précieux commentaires. Vous m'avez aidé à porter un regard neuf sur mon travail. Merci à Marine et à mes collègues d'Affaires mondiales Canada pour l'intérêt porté à ma recherche et pour la flexibilité offerte afin de conjuguer ma carrière et ma maîtrise. Enfin, je souligne la contribution financière du Conseil de recherche en Sciences humaines du Canada, et du Fonds de recherche du Québec<sup>1</sup>, à la réalisation de mon mémoire.

Un merci tout spécial à mes précieuses amies qui ont illuminé mon parcours de maîtrise : Elya et Isabella. Les chalets de rédaction, les diners au labo et les soirées buvette ont rendu cette aventure infiniment plus douce. Merci à mon noyau de cœur : à Isadora pour les séances de rédaction, oui, mais pour tout tout tout ; et à Victoria et à Lysandra pour la complicité éternelle, malgré la distance.

Merci à mes parents pour votre soutien indéfectible, votre amour inconditionnel, et pour tout ce que vous m'avez transmis : votre éthique de travail, votre curiosité, mais surtout votre envie de refaire le monde à coups de conversations enflammées. Merci à ma belle-famille pour les encouragements ainsi que de m'avoir offert un havre paisible où j'ai pu écrire en toute sérénité. Pour finir, un merci infini à mon pilier, mon partenaire de vie, mon cheerleader en chef : Alexis. Sans toi, je ne sais pas si j'aurais trouvé la force d'aller jusqu'au bout. Merci pour tout.

---

<sup>1</sup> Pour consulter les détails du financement reçu : <https://doi.org/10.69777/333811>

## DÉDICACE

« Raconter autrement une histoire qui a déjà été mille fois racontée et toujours de la même façon, à partir de mêmes anecdotes enchaînées à l'aide de mêmes mots-liens. On dirait une ritournelle qui sert à endormir un peuple, à bercer une nation en chantant les louanges de ses héros. Moi, je veux réveiller les mortes. » (Delvaux, 2023, p.71)

À Oma et Opa qui ont inspiré cette quête.

## TABLE DES MATIÈRES

|                                                                                                                                             |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| REMERCIEMENTS .....                                                                                                                         | II   |
| DÉDICACE.....                                                                                                                               | III  |
| LISTE DES FIGURES.....                                                                                                                      | VII  |
| LISTE DES TABLEAUX.....                                                                                                                     | VIII |
| LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES .....                                                                                   | X    |
| RÉSUMÉ.....                                                                                                                                 | XI   |
| INTRODUCTION.....                                                                                                                           | 1    |
| CHAPITRE 1 PROBLÉMATIQUE.....                                                                                                               | 6    |
| 1.1. Médiatisation genrée .....                                                                                                             | 6    |
| 1.1.1. Visibilité médiatique .....                                                                                                          | 8    |
| 1.1.2. Le renvoi au rôle traditionnel de la femme .....                                                                                     | 8    |
| 1.1.3. Le renvoi au corps .....                                                                                                             | 11   |
| 1.1.4. Le problème de la double contrainte .....                                                                                            | 12   |
| 1.1.5. La médiatisation genrée d'Angela Merkel .....                                                                                        | 14   |
| 1.2. Construction des images publiques, des <i>èthè</i> , des politiciennes .....                                                           | 15   |
| 1.2.1. Les effets de la médiatisation genrée sur la construction des images publiques des politiciennes .....                               | 16   |
| 1.2.2. Des <i>èthè</i> féminins et transgressifs .....                                                                                      | 17   |
| 1.2.3. Construction des images publiques d'Angela Merkel.....                                                                               | 19   |
| 1.3. Médiatisation et construction des images publiques des politiciennes en situation de crise.....                                        | 20   |
| 1.3.1. Exemple de médiatisation et construction des images publiques des politiciennes : le cas de la pandémie de la COVID-19 en 2020 ..... | 22   |
| 1.4. Question générale de recherche.....                                                                                                    | 25   |
| CHAPITRE 2 CADRE THÉORIQUE.....                                                                                                             | 27   |
| 2.1. Posture épistémologique .....                                                                                                          | 27   |
| 2.1.1 Approche socioconstructiviste .....                                                                                                   | 27   |
| 2.1.2 Approche féministe .....                                                                                                              | 29   |
| 2.2. Principaux concepts.....                                                                                                               | 30   |
| 2.2.1. Le discours public .....                                                                                                             | 30   |
| 2.2.1.1. Le discours politique .....                                                                                                        | 33   |
| 2.2.1.2. Le discours médiatique.....                                                                                                        | 34   |
| 2.2.1.2.1. Le discours médiatique en contexte international .....                                                                           | 35   |
| 2.2.1.3. Le discours de crise .....                                                                                                         | 37   |
| 2.2.2. La performativité du genre.....                                                                                                      | 39   |
| 2.2.2.1. Les stéréotypes de genre .....                                                                                                     | 41   |
| 2.2.2.1.1. Stéréotypes de genre en politique.....                                                                                           | 42   |
| 2.2.2.2. Agentivité et stratégies discursives de résistance.....                                                                            | 44   |
| 2.2.2.2.1. Transgressions des normes de genre .....                                                                                         | 45   |

|                                                                                                                                                    |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.2.3. L' <i>ethos</i> .....                                                                                                                       | 47  |
| 2.2.3.1. Paramètres contextuels et situationnels de l' <i>ethos</i> .....                                                                          | 50  |
| 2.2.3.1.1. Imaginaires sociodiscursifs .....                                                                                                       | 50  |
| 2.2.3.1.2. Idéologie.....                                                                                                                          | 51  |
| 2.2.3.1.3. Valeurs .....                                                                                                                           | 51  |
| 2.2.3.1.4. Situation de communication.....                                                                                                         | 52  |
| 2.2.3.2. Paramètres individuels .....                                                                                                              | 52  |
| 2.2.3.2.1. Identités .....                                                                                                                         | 52  |
| 2.2.3.2.2. Genre .....                                                                                                                             | 53  |
| 2.3. Questions de recherche spécifiques.....                                                                                                       | 54  |
| CHAPITRE 3 MÉTHODOLOGIE .....                                                                                                                      | 56  |
| 3.1. L'approche méthodologique .....                                                                                                               | 56  |
| 3.2. La méthode d'analyse : l'analyse féministe et critique de discours .....                                                                      | 57  |
| 3.3. Le corpus .....                                                                                                                               | 59  |
| 3.3.1. Le corpus d'allocutions d'Angela Merkel .....                                                                                               | 61  |
| 3.3.1.1. L'analyse de discours de textes traduits .....                                                                                            | 64  |
| 3.3.3. Le corpus médiatique .....                                                                                                                  | 64  |
| 3.4. Les dimensions d'analyse.....                                                                                                                 | 68  |
| 3.4.1. Dimension énonciative.....                                                                                                                  | 69  |
| 3.4.2. Dimension sémantique .....                                                                                                                  | 69  |
| 3.4.3. Dimension rhétorique.....                                                                                                                   | 70  |
| 3.4.4. Dimension pragmatique .....                                                                                                                 | 71  |
| 3.5. Les grilles d'analyse.....                                                                                                                    | 71  |
| 3.5.1. Grille d'analyse 1 – La présentation des <i>èthè</i> d'Angela Merkel dans ses allocutions ..                                                | 72  |
| 3.5.2. Grille d'analyse 2 – Les <i>èthè</i> attribuées à Angela Merkel par les médias<br>internationaux.....                                       | 74  |
| 3.5.3. Grille d'analyse 3 – Les stéréotypes de genre dans les <i>èthè</i> produits et attribués à<br>Angela Merkel.....                            | 76  |
| CHAPITRE 4 PRÉSENTATION DES RÉSULTATS .....                                                                                                        | 79  |
| 4.1. Résultats de la période 1 : le conflit russo-ukrainien de 2014 .....                                                                          | 79  |
| 4.1.1. Brève description du contexte .....                                                                                                         | 79  |
| 4.1.2. <i>Èthè</i> construits autour du discours <i>Policy Statement by Federal Chancellor Angela<br/>Merkel on the Situation in Ukraine</i> ..... | 81  |
| 4.1.2.1. <i>Ethos</i> de cheffe tel que construit par Angela Merkel .....                                                                          | 81  |
| 4.1.2.2. <i>Ethos</i> de cheffe tel qu'attribué dans le corpus médiatique.....                                                                     | 89  |
| 4.1.2.3. <i>Ethos</i> de bonne élève tel que construit par Angela Merkel .....                                                                     | 93  |
| 4.1.2.4. <i>Ethos</i> de gardienne de la mémoire tel que construit par Angela Merkel .....                                                         | 96  |
| 4.1.2.5. <i>Ethos</i> alarmiste, tel qu'attribué dans le corpus médiatique .....                                                                   | 98  |
| 4.2. Résultats de la période 2 : la crise des migrant·e·s de 2015 en Europe .....                                                                  | 100 |
| 4.2.1. Brève description du contexte .....                                                                                                         | 100 |
| 4.2.2. <i>Èthè</i> construits autour de l'allocution du 31 août 2015, au sujet de la crise des<br>migrant·e·s en Europe. ....                      | 102 |
| 4.2.2.1. <i>Ethos</i> de guide tel que construit par Angela Merkel .....                                                                           | 102 |
| 4.2.2.2. <i>Ethos</i> empathique tel que construit par Angela Merkel .....                                                                         | 110 |
| 4.2.2.3. <i>Ethos</i> d'activiste tel qu'attribué dans le corpus médiatique.....                                                                   | 113 |

|               |                                                                                                                  |     |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.2.2.4.      | <i>Ethos</i> de supplication tel qu'attribué dans le corpus médiatique .....                                     | 116 |
| 4.3.          | Résultats de la période 3 : pandémie de la COVID-19 de 2020 .....                                                | 119 |
| 4.3.1.        | Brève description du contexte .....                                                                              | 119 |
| 4.3.2.        | <i>Èthè</i> construits autour de l'allocution <i>An Address to the Nation by Federal Chancellor Merkel</i> ..... | 120 |
| 4.3.2.1.      | <i>Ethos</i> de guide tel que construit par Angela Merkel .....                                                  | 120 |
| 4.3.2.2.      | <i>Ethos</i> de commandante tel que construit par Angela Merkel.....                                             | 127 |
| 4.3.2.3.      | <i>Ethos</i> de commandante, tel qu'attribué dans le corpus médiatique .....                                     | 132 |
| 4.4.          | Analyse des résultats au prisme des stéréotypes de genre .....                                                   | 137 |
| 4.4.1.        | <i>Èthè</i> caractérisés d'une directivité marquée.....                                                          | 144 |
| 4.4.2.        | <i>Èthè</i> combinant une forme de directivité et de sensibilité .....                                           | 145 |
| 4.4.3.        | <i>Èthè</i> caractérisés par une sensibilité marquée .....                                                       | 146 |
| 4.4.4.        | Autres occurrences stéréotypées .....                                                                            | 147 |
| CHAPITRE 5    | DISCUSSION.....                                                                                                  | 149 |
| 5.1.          | Synthèse des résultats .....                                                                                     | 149 |
| 5.2.          | Cheffe d'État d'abord, femme ensuite .....                                                                       | 152 |
| 5.3.          | Crises et leadership féminin : un terrain de négociation des normes genrées .....                                | 156 |
| 5.4.          | Entre institutionnalisation et stéréotypisation des représentations médiatiques .....                            | 161 |
| CONCLUSION    | .....                                                                                                            | 166 |
| ANNEXE A      | .....                                                                                                            | 170 |
| ANNEXE B      | .....                                                                                                            | 175 |
| ANNEXE C      | .....                                                                                                            | 184 |
| ANNEXE D      | .....                                                                                                            | 188 |
| BIBLIOGRAPHIE | .....                                                                                                            | 190 |

## LISTE DES FIGURES

|                                                                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figure 2.1. Schéma de l' <i>ethos</i> en interaction, inspiré du schéma de Maingueneau (2002).....                       | 50  |
| Figure 4.2. Les <i>èthè</i> produits et attribués à Angela Merkel selon leur degré de sensibilité et de directivité..... | 143 |
| Figure 5.3. Schéma de l' <i>ethos</i> de cheffe et de ses figures dérivées produites et attribuées à Angela Merkel.....  | 151 |



## LISTE DES TABLEAUX

|                                                                                                                                                                                                                                           |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tableau 3.1 Le corpus d’allocutions d’Angela Merkel.....                                                                                                                                                                                  | 63  |
| Tableau 3.2 Exemples de modes d’énonciation des discours médiatiques.....                                                                                                                                                                 | 66  |
| Tableau 3.3 Le corpus médiatique.....                                                                                                                                                                                                     | 67  |
| Tableau 3.4 La grille 1 – La présentation des <i>èthè</i> d’Angela Merkel dans ses allocutions .....                                                                                                                                      | 72  |
| Tableau 3.5 La grille 2 – Les <i>èthè</i> attribués à Angela Merkel dans les médias internationaux....                                                                                                                                    | 74  |
| Tableau 3.6 La grille 3 – Évaluation des stéréotypes et des attentes genrées dans les <i>èthè</i> produits et attribués à Angela Merkel.....                                                                                              | 77  |
| Tableau 4.1 Formes pronominales dans l’allocution <i>Policy Statement by Federal Chancellor Angela Merkel on the Situation in Ukraine</i> .....                                                                                           | 82  |
| Tableau 4.2 Types de verbes mobilisés par Angela Merkel, associés aux pronoms à la 1 <sup>re</sup> personne du singulier, dans l’allocution <i>Policy Statement by Federal Chancellor Angela Merkel on the Situation in Ukraine</i> ..... | 82  |
| Tableau 4.3 Mises en scène de tiers dans l’allocution <i>Policy Statement by Federal Chancellor Angela Merkel on the Situation in Ukraine</i> .....                                                                                       | 87  |
| Tableau 4.4 Désignations d’Angela Merkel dans le corpus médiatique lié au conflit russo-ukrainien.....                                                                                                                                    | 90  |
| Tableau 4.5 Types de verbes mobilisés en association aux désignations d’Angela Merkel dans le corpus médiatique lié au conflit russo-ukrainien.....                                                                                       | 91  |
| Tableau 4.6 Champs sémantiques mobilisés dans l’allocution <i>Policy Statement by Federal Chancellor Angela Merkel on the Situation in Ukraine</i> .....                                                                                  | 93  |
| Tableau 4.7 Synthèse des rapports d’opposition en présence dans l’allocution <i>Policy Statement by Federal Chancellor Angela Merkel on the Situation in Ukraine</i> .....                                                                | 97  |
| Tableau 4.8 Formes pronominales dans l’allocution du 31 août 2015, au sujet de la crise des migrant·e·s en Europe .....                                                                                                                   | 103 |
| Tableau 4.9 Mises en scène de tiers dans l’allocution du 31 août 2015, au sujet de la crise des migrant·e·s en Europe .....                                                                                                               | 106 |
| Tableau 4.10 Types de verbes mobilisés par Angela Merkel, associés aux pronoms à la 1 <sup>re</sup> personne du pluriel, dans l’allocution du 31 août 2015, au sujet de la crise des migrant·e·s en Europe.....                           | 108 |

|                                                                                                                                                                                                                 |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tableau 4.11 Champs sémantiques mobilisés dans l’allocution du 31 août 2015, au sujet de la crise des migrant·e·s en Europe .....                                                                               | 111 |
| Tableau 4.12 Désignations d’Angela Merkel dans le corpus médiatique lié à la crise des migrant·e·s.....                                                                                                         | 113 |
| Tableau 4.13 Types de verbes mobilisés en association aux désignations d’Angela Merkel dans le corpus médiatique lié à la crise des migrant·e·s.....                                                            | 115 |
| Tableau 4.14 Champs sémantiques mobilisés dans le corpus médiatique lié à la crise des migrant·e·s.....                                                                                                         | 117 |
| Tableau 4.15 Formes pronominales dans l’allocution <i>An Address to the Nation by Federal Chancellor Merkel</i> .....                                                                                           | 121 |
| Tableau 4.16 Mises en scène de soi et de tiers dans l’allocution <i>An Address to the Nation by Federal Chancellor Merkel</i> .....                                                                             | 122 |
| Tableau 4.17 Types de verbes mobilisés par Angela Merkel, associés aux pronoms à la 1 <sup>re</sup> personne du singulier, dans l’allocution <i>An Address to the Nation by Federal Chancellor Merkel</i> ..... | 128 |
| Tableau 4.18 Champs sémantiques mobilisés dans l’allocution <i>An Address to the Nation by Federal Chancellor Merkel</i> .....                                                                                  | 130 |
| Tableau 4.19 Désignations d’Angela Merkel dans le corpus médiatique lié à la pandémie de la COVID-19.....                                                                                                       | 132 |
| Tableau 4.20 Types de verbes mobilisés en association aux désignations d’Angela Merkel dans le corpus médiatique lié à la pandémie de la COVID-19.....                                                          | 133 |
| Tableau 4.21 Champs sémantiques mobilisés dans le corpus médiatique lié à la pandémie de la COVID-19.....                                                                                                       | 136 |
| Tableau 4.22 Évaluation des <i>èthè</i> produits et attribués à Angela Merkel au regard des stéréotypes et des attentes genrées.....                                                                            | 139 |

## LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES

AFCD : Analyse féministe et critique de discours

AM : Angela Merkel

BPK : *Bundespressekonferenz*

CDU : Union chrétienne-démocrate d'Allemagne

DM : Discours mixte

DRD : Discours rapporté de manière directe

DRI : Discours rapporté de manière indirecte

EU : *European Union*

FCDA : *Feminist Critical Discourse Analysis*

GMMP : *Global Media Monitoring Project*

KGB : *Komitet Gossoudarstvennoï Bezopasnosti*

NATO : *North Atlantic Treaty Organization*

ONU : Organisation des Nations Unies

OTAN : Organisation du traité de l'Atlantique Nord

QRS : Question de recherche spécifique

SPD : Parti social-démocrate d'Allemagne

UE : Union européenne

UI : Unité d'information

UN : *United Nations*

WWII : *World War II*

## RÉSUMÉ

Ce mémoire explore la négociation des stéréotypes de genre dans les images publiques, les *èthè*<sup>2</sup>, construits par la chancelière allemande Angela Merkel et attribués à celle-ci par les médias internationaux lors de crises. Notre recherche s'inscrit dans un contexte politico-médiatique en évolution, où plus de femmes occupent l'espace public et des postes de pouvoir, mais où les représentations à leur endroit semblent être en tension. L'objectif principal de ce mémoire est donc de comprendre comment une cheffe d'État peut composer avec les contraintes genrées et les récits androcentrés dans la construction de ses images publiques, particulièrement en situation de crise.

La recherche adopte une approche qualitative, inductive, socioconstructiviste et féministe, mobilisant l'analyse féministe et critique de discours. Le corpus réunit trois allocutions d'Angela Merkel prononcées lors du conflit russo-ukrainien (2014), de la crise des migrant·e·s (2015) et de la pandémie de COVID-19 (2020), ainsi que des articles de médias internationaux. Les résultats révèlent une pluralité d'*èthè* produits et attribués à la chancelière, de la cheffe et ses déclinaisons de guide et de commandante, à des *èthè* plus sensibles comme l'*ethos* empathique. Ces *èthè* oscillent entre autorité et bienveillance, se conforment à certains stéréotypes de genre et aux exigences du poste, mais négocient parfois certaines représentations. La comparaison entre les *èthè* de Merkel et ceux lui étant attribués révèle certains attributs stéréotypés accentués dans les médias.

La recherche conclut que sans subvertir les normes de genre, Angela Merkel a contribué à redéfinir les contours du leadership politique, en montrant que les qualités traditionnellement perçues comme féminines peuvent non seulement coexister avec le leadership, mais parfois en renforcer l'efficacité. Ce mémoire contribue à la réflexion sur les stratégies discursives que les politiciennes peuvent emprunter pour exprimer plus librement leur genre et sur les conditions d'émergence d'un leadership véritablement féminin ou transgressif dans l'espace public, notamment à l'international.

**Mots clés :** images publiques, *ethos*, discours politique, crise, genre, médiatisation genrée, stéréotypes de genre, agentivité, analyse féministe et critique de discours.

---

<sup>2</sup> Tout au long de ce mémoire, nous utiliserons également le terme *èthè*, qui est la formulation plurielle d'*ethos*.

## INTRODUCTION

La médiatisation genrée de la politique marquée par une couverture journalistique évaluant les politicien·ne·s à l'aune de stéréotypes et du binarisme de nos sociétés place les femmes et les personnes de la diversité sexuelle ou de genre devant un dilemme. Iels peuvent se mouler au modèle politique dominant et adopter les codes communicationnels masculins pour se présenter au public (Fernandes, 2012, p. 122). Autrement, iels peuvent rompre avec cette figure imposée et proposer un modèle de leadership féminin, alternatif ou transgressif, dont certaines personnalités politiques comme Jacinda Ardern en Nouvelle-Zélande ou Catherine Fournier au Québec luttent pour sa reconnaissance. Face à cette situation de double contrainte, comment se présenter au public et aux médias à travers des images de soi, des *èthè*, féminins ou brouillant la ligne entre le féminin et le masculin? Être une femme ou une personne de la diversité sexuelle ou de genre dans l'espace public contemporain met donc en tension le genre des personnes politiciennes avec leur rôle professionnel, comme la façon dont iels performent leur genre dans le cadre de cet emploi (Butler, 2016). Comment s'affirmer comme personne dont le genre fut historiquement marginalisé dans l'espace public (Fraser, 1990), tout en tenant compte de l'exigence pragmatique de se faire élire et de gouverner – notamment à travers le prisme médiatique demandant de s'inscrire dans les codes et les récits de style masculin en vigueur – et de répondre aux attentes sociales liées à son genre (Trimble, 2014)?

Le constat de la médiatisation genrée de la politique semble non seulement avoir un impact sur la carrière des politiciennes sur le plan national, mais aussi sur le plan international. En effet, s'il est vrai que les femmes et les personnes de la diversité sexuelle ou de genre vivent l'effet du genre sur leur médiatisation dès l'entrée dans la sphère publique comme candidat·e·s, cela est d'autant plus vrai à la vue du nombre de femmes élues à la tête d'États. Selon le *Pew Research Center*, 59 des 193 États membres de l'ONU ont eu, au cours de leur existence, au moins une femme à leur tête (Austin et Clancy, 2023). Cependant, au cours d'une même année, jamais plus de 18 pays n'ont eu des femmes cheffes d'État en même temps (Austin et Clancy, 2023). En janvier 2024, on comptait 26 pays où 28 femmes sont cheffes d'État et/ou de gouvernement, sur les 193 États membres de l'ONU (ONU femmes, 2025). Ces cheffes d'État semblent rester au pouvoir pour une courte période, à quelques exceptions près : elles occupent leur poste pour une durée moyenne de 2,5 ans

(Austin et Clancy, 2023). Par ailleurs, selon le *Global Media Monitoring Project* (GMMP), 20% des nouvelles à l'international portant sur le thème « politique et gouvernement » concernent les femmes ou ont comme source une femme, une augmentation de 4% depuis 2015 (GMMP, 2020). En ce sens, la politique internationale et sa médiatisation portent encore plus fortement les relents d'une culture androcentrée. Pourtant, très peu d'études sur la couverture médiatique internationale des femmes ont été menées jusqu'à maintenant, et encore moins sur la mise en discours de cette représentation – études réservées davantage au plan national (Banducci et Lühiste, 2016). Quelques recherches ont néanmoins révélé qu'à une échelle régionale, comme à l'échelle de l'Europe, la couverture des politiciennes est quantitativement moins importante que celle des hommes (Banducci et Lühiste, 2016; Van der Pas, 2022). Une première étude d'envergure mondiale fut publiée en 2019 portant sur l'impact de la médiatisation genrée sur la participation des femmes à la vie politique (Haraldsson et Wängnerud, 2019). Mais peu sur la représentation des cheffes d'État à l'international. D'ailleurs, on compte sur les doigts d'une main le nombre de femmes politiciennes à la tête d'un État ayant été largement médiatisée dans un contexte international. C'est donc une piste de recherche que nous souhaitons explorer.

À cet égard, le cas de la première femme chancelière en Allemagne, Angela Merkel, apparaît à première vue riche d'enseignements puisqu'elle aurait négocié avec un certain succès et sur une période de plus de 15 ans, soit de 2005 à 2021, des images publiques qui concilient femme et pouvoir (Sonnevend et Steiert, 2022), tout en prenant en compte les stéréotypes de genre, les figures attribuées et les contraintes posées à son endroit du fait qu'elle soit une femme. Trois raisons principales nous poussent vers cet objet d'étude. Premièrement, Angela Merkel fut nommée de multiples façons au cours de ses mandats : « Dame de fer » en référence à Margaret Thatcher (Lemarié-Saulnier et Lalancette, 2012), « *Pfarrerstochter* » (fille de pasteur) ou « *Helmuts Mädchen* » (la fille d'Helmut) (Van Halsema, 2019, p. 7), jusqu'à une figure qui resta jusqu'à la fin de ses mandats, « *Mutti* » (maman en allemand). Ces appellations ne sont que quelques exemples de la façon dont les images publiques de la chancelière furent négociées à travers le temps, mais aussi à travers divers événements politiques nationaux et internationaux marquants sur le plan de l'*ethos*. Deuxièmement, son style de leadership, sa présentation d'elle-même en discours, et ses attitudes envers les médias ne semblent pas correspondre à la définition binaire du genre, c'est-à-dire que Merkel semble diverger sur plusieurs aspects à un style de leadership totalement

féminin ou masculin. On pense ici à son refus de montrer et de discuter de son espace privé, aspect particulièrement scruté par les médias chez les politiciennes; sa profession de physicienne et son style de discours sans éclat; son sens de l'humour, son esprit de conciliation et sa sensibilité envers les autres (Van Renterghem, 2017). Troisièmement, au regard de la longévité de son règne, la chancelière allemande présente un cas unique de construction de ses images publiques à travers divers événements et crises à dimensions interrégionales et internationales: le conflit russo-ukrainien persistant depuis 2014, la crise des migrant·e·s de 2015, et la pandémie de COVID-19 en 2020, pour ne nommer que ceux-ci (Pazzanese, 2019; Mailliet, 2021).

Alors que nous amorçons ici la formulation de notre objet de recherche, un questionnement émerge à la lecture des dernières pages : quel est l'intérêt d'étudier une politicienne d'origine allemande dans un contexte d'étude médiatique internationale? À ce sujet, une première piste de réponse serait la position dominante de l'Allemagne à l'international. L'Allemagne est la première puissance économique de l'Union européenne, et depuis 2023, la 3<sup>e</sup> puissance économique mondiale (Balmer, 2024). L'Allemagne est l'un des 10 pays du G20 et l'un des 4 pays du G7 à avoir élu une femme à sa tête. Plus encore, l'Allemagne, avec l'Inde, est la seule à avoir mis au pouvoir une cheffe d'État sur une période de plus de 15 ans (Austin et Clancy, 2023). L'Allemagne a aussi eu au cours des dernières décennies un rôle central dans de nombreux dossiers mondiaux : la crise de l'euro en 2009-2010 (Schild, 2019), le conflit russo-ukrainien ayant débuté en 2014 et se poursuivant toujours aujourd'hui (Aggestam et Hyde-Price, 2020), la crise des migrant·e·s de 2015 (Mushaben, 2017a), sans compter le leadership dont fait preuve l'Allemagne au sujet de la santé mondiale (ONUSIDA, 2017) ou encore sur les questions climatiques (Schreurs, 2016). Bref, Angela Merkel serait la seule cheffe d'État ayant exercé une influence sur la politique internationale contemporaine au cours d'une période aussi étendue et sur des dossiers mondiaux aussi variés.

Ainsi, nous pouvons penser qu'Angela Merkel constitue un objet d'étude fort pertinent afin d'explorer la construction des images publiques des politiciennes à l'international, notamment en contexte de crise où le rôle des chef·fe·s d'État est d'autant plus important, tout comme leur représentation médiatique. L'objectif de cette recherche sera de comprendre les défis autour de l'affirmation libre du genre que vivent les politiciennes dans l'espace public, où les représentations sociales sont produites, reproduites et contestées. Plus spécifiquement, nous proposons de décrire finement les modalités de mise en discours des *èthè* produits et attribués à la chancelière allemande

lors de diverses crises internationales, comprendre ce qui les influence, mais surtout analyser les mécanismes de construction de ses *èthè*, comme les stratégies communicationnelles utilisées par la politicienne afin de naviguer à travers les récits androcentrés et gouverner.

### *Pertinence sociale et scientifique*

Les fruits de cette recherche contribueront, nous l’espérons, à éclairer les politiciennes du Québec et d’ailleurs sur les obstacles, mais aussi sur les espaces d’opportunités qui s’ouvrent à l’expression de leur genre dans un environnement médiatique encore largement structuré par des normes masculines, tel qu’évoqué précédemment. La médiatisation genrée des politiciennes constitue en effet un obstacle documenté à leur participation équitable et à leur leadership dans la vie politique et publique, et plus largement, nuisant à la réalisation de l’égalité des genres (Goodyear-Grant, 2013). Cette recherche pourra, par ailleurs, alimenter des réflexions nécessaires sur les pratiques professionnelles des journalistes, qui participent à cette couverture médiatique genrée qui reproduit des récits androcentrés. Sur le plan communicationnel, étudier les *èthè* d’Angela Merkel s’avère pertinent afin d’identifier des stratégies discursives d’agentivité susceptibles d’aider et d’inspirer d’autres femmes en position de pouvoir, en leur offrant des pistes concrètes pour composer avec des représentations médiatiques genrées et souvent contraignantes. Cela constituerait notre contribution sociale.

Sur le plan scientifique, cette recherche répond à un angle mort notable. Si la littérature a beaucoup documenté les stéréotypes de genre apposés aux femmes en politique (Sourd, 2005; Van Zoonen, 2006; Lemarier-Saulnier et Lalancette, 2012; Holtz-Bacha, 2014), et la médiatisation genrée de la sphère politique (Everitt et Gidengil, 1999; Burke et Mazzarella, 2008; Trimble *et al.*, 2010; Aaldering et Van der Pas, 2020; Cummings et Lennox Terrion, 2021), peu de travaux ont proposé de comprendre la négociation entre la présentation de soi en tant que femme et la médiatisation de leurs images publiques (Bonnafoos, 2003; Coulomb-Gully, 2009; Schnoebelen et Winfrey, 2019; Pilote et Montreuil, 2021). Ces études sont d’autant plus éparses sur le plan médiatique international, ainsi qu’en contexte de crise. En analysant le cas unique de la chancelière allemande Angela Merkel, marqué par sa longévité, sa visibilité et son rayonnement international, cette recherche vise à se saisir de cet exemple singulier pour enrichir les travaux sur le genre, la



médiatisation et la construction discursive du pouvoir politique. Cela constituerait notre contribution scientifique, qui sera plus largement développée vers la fin de notre problématique.

\*\*\*\*

Le prochain et premier chapitre vise à faire un état de la littérature scientifique sur les représentations médiatiques et la construction des images publiques des politiciennes, notamment en situation de crises internationales, ainsi que sur les recherches existantes sur la représentation médiatique d'Angela Merkel. Nous formulons ensuite une question générale de recherche portant spécifiquement sur notre objet d'étude, soit les *èthè* de la chancelière allemande Angela Merkel. Le deuxième chapitre traite des éléments théoriques guidant ce mémoire : les notions de discours, de genre, et d'*ethos* seront notamment abordées. Ces éléments nous amènent à proposer des questions spécifiques de recherche. Le troisième chapitre présente la méthodologie adoptée pour répondre à ces questions, en détaillant l'épistémologie qui guide la recherche, la méthode de collecte de données, le corpus ainsi que la grille d'analyse. Dans le quatrième chapitre, nous présenterons nos résultats de recherche, pour finalement en discuter et en proposer une interprétation plus approfondie au chapitre cinq.

# CHAPITRE 1

## PROBLÉMATIQUE

Qu'est-ce que la littérature nous apprend sur les représentations médiatiques des politiciennes à l'international, notamment en contexte de crise? Afin d'apprécier l'étendue de la recherche existante au sujet de la construction des *èthè* d'Angela Merkel, nous devons nous attarder non seulement aux recherches faites à son sujet, mais nous devons également élargir l'objet de cette revue des écrits afin de mieux problématiser la construction des images publiques des politiciennes de manière globale. Évoquons déjà la double dimension de l'image publique qui sera décortiquée dans cette recherche : celle proposée par les politiciennes, et celles construites ou reconstruites par les médias<sup>3</sup>. Ainsi, la prochaine section propose une revue de la littérature divisée en trois thèmes principaux : l'état des représentations médiatiques des politiciennes influencées par la médiatisation genrée; la construction des images publiques des politiciennes telles quelles les performant à travers les contraintes vécues; et pour finir, un portait de la littérature plus spécifique sur l'influence du contexte de crise sur la représentation médiatique et la construction des images publiques des politiciennes.

### 1.1. Médiatisation genrée

La couverture médiatique des femmes<sup>4</sup> en politique est un phénomène somme tout assez récent, en grande partie en raison de leur entrée tardive dans l'espace public. Effectivement, cette exclusion historique s'explique par la manière dont cet espace a été construit : un lieu façonné par et pour les hommes, où les femmes ont été activement tenues à l'écart, tant sur le plan discursif que social (Fraser, 1990; Everitt, et Gidengil, 1999). En fait : « *women were actively excluded from achieving fame not only because of their discursive and social position as private persons, but also because of vigorous restrictions on their speech* » (Van Zoonen, 2006, p. 290). Cet espace public patriarcal,

---

<sup>3</sup> Méthodologiquement, nous considérerons plus loin dans ce mémoire que la prise de parole, c'est-à-dire le discours des politiciennes, précède sa médiatisation. Mais pour le bien de cette problématique, nous débiterons par explorer les facteurs davantage contextuels, avant de se pencher sur le discours émis par les politiciennes.

<sup>4</sup> Puisque notre objet de recherche se centre sur le cas d'une femme politicienne, et afin d'alléger la lecture, les termes « femmes » et « politiciennes » seront utilisés pour la suite de cette recherche. Vu notre posture axiologique intersectionnelle, nous considérons que « femmes », construite par opposition à la masculinité hégémonique, inclut les personnes s'identifiant, s'étant identifiées et qui s'identifieront comme femmes, tout comme les personnes appartenant à la communauté LGBTQIA2+ (Buisson et Wetzels, 2022).

et par extension la politique traditionnellement masculine, prend leurs racines dans une idéologie binaire des genres, concept que Butler (2005) appréhende comme un construit social, politique et historique. Dans ce contexte, les femmes sont confrontées à de nombreuses attentes, comparaisons et figures stéréotypées, qui entretiennent « une vision essentialiste du féminin », une posture qui « disqualifie de facto les femmes de l'univers politique, justifiant que les femmes jouent un rôle limité en politique » (Gingras et Maillé, 2018, p. 329).

Cette idéologie patriarcale est reprise par les médias, tel un miroir social qui reproduit et aide à créer des normes genrées, ou du moins, des attentes et évaluations différenciées des femmes politiciennes (Cummings et Lennox Terrion, 2021, p. 429). Ce qu'on appelle la représentation médiatique genrée des femmes, la médiatisation genrée, ou « l'effet du genre dans la médiatisation » (Trimble *et al.*, 2010), prend ses racines dans l'idée que les médias, par un processus dynamique de sélection et de production de l'information, occupent « une position intermédiaire cruciale entre le message et sa réception par le public » (Trimble *et al.*, 2010, p. 30). Influencées par les théories constructivistes de cadrage développées dans les années 1970-1980 notamment par Gitlin (1980), et Gamson et Modigliani (1989), des chercheuses féministes ont développé le concept de médiatisation genrée afin de comprendre comment les représentations médiatiques genrées se construisent (Burke et Mazzarella, 2008). Ces chercheuses évaluent que la construction de l'information reflète, conforte et reproduit des préconceptions basées sur le genre qui se manifestent par la sélection des informations à présenter, et « par l'ampleur, le ton et le contexte de l'attention médiatique accordée aux hommes et aux femmes politiques » (Trimble *et al.*, 2010, p. 30). De fait, la médiatisation genrée de la politique oriente la couverture médiatique de façon à adopter des récits de style masculins, des récits qui dénaturent les femmes en politique, les montrent similaires entre-elles (Lazar, 2007, p. 153), comme intruses au domaine public, et continuent de reproduire un discours binaire du genre (Trimble, 2014). Ces récits masculins sont d'ailleurs décrits par d'autres auteur·rice·s comme Burke et Mazzarella (2008) qui s'intéressent au langage, aux métaphores, aux statuts et pouvoirs présentés par *CNN*, *Fox News* et le *New York Times* dans leurs textes en ligne. Elles remarquent que le langage utilisé par les médias pour décrire la politique renvoie à une représentation de la politique comme étant masculine, via l'utilisation de métaphores comme « *catch the big fish* » ou « *level the playing field* » (Burke et Mazzarella, 2008,

p. 408-409). Les médias reproduisent donc une image androcentrée de la politique via différents mécanismes, et cela a de multiples impacts sur la représentation des politiciennes.

#### 1.1.1. Visibilité médiatique

La première dimension de la médiatisation genrée des politiciennes serait leur moins grande visibilité dans les médias. Décrite comme une « annihilation symbolique », plusieurs études ont montré que, dans plusieurs cas, les femmes en politique reçoivent moins de couverture médiatique que leurs homologues masculins (Gingras et Maillé, 2018, p. 326). Par exemple, Van der Pas (2022) effectue une analyse de contenu assistée par ordinateur des quotidiens nationaux de six pays européens pendant un cycle législatif complet, entre 2007 et 2015, et révèle que les membres de parlements masculins reçoivent environ le double de l'attention médiatique des parlementaires féminines. Une autre étude de Banducci et Lühiste (2016, p. 16) révèle que le nombre de politiciennes dans l'espace public n'est pas proportionnel à leur visibilité lors de l'élection pour le Parlement européen de 2009 : « *In the majority of countries female candidates gain proportionally much less media attention than we would expect given their share among candidates if there was no gender gap in news coverage* ». Ces études semblent révéler un regain des contraintes de visibilité envers les politiciennes au 21<sup>e</sup> siècle, alors qu'un consensus de la littérature s'était dessiné avec des résultats différents dans les années 1990 : « avec l'arrivée de plus de femmes dans les courses électorales, la visibilité fait moins problème. Elle a même été fortement nuancée dès les années 1990. En effet, étant des nouveautés, les députées d'arrière-ban suscitaient l'attention des médias plus fréquemment que leurs collègues masculins » (Gingras et Maillé, 2018, p. 330). Bref, ces études nous révèlent que l'enjeu de la médiatisation genrée est beaucoup plus complexe que la simple question de la visibilité, elle-même plus complexe qu'un nombre de mentions dans les médias (Aaldering et Van der Pas, 2020), et que d'autres contraintes se dressent devant la juste représentation des politiciennes.

#### 1.1.2. Le renvoi au rôle traditionnel de la femme

La littérature nous apprend que la représentation médiatique genrée des femmes en politique passe par un cadrage posant leur genre devant leur rôle, et par une reproduction de stéréotypes tirés des attentes sociales traditionnelles envers elles. En effet, la couverture médiatique des politiciennes

relaye des figures essentialisantes qui rappellent leur rôle traditionnel : la mère, l'épouse, la fille, la protégée (Sourd, 2005, p. 70-73). Sourd explique en ce sens, dans sa recherche sur les qualifications attribuées aux candidates françaises dans les élections présidentielles et législatives de 2002, que rares sont les « candidates pour lesquelles on ne fait mention ni du mari, ni des enfants » (2005, p. 65 et 70). Et si elles n'ont pas d'enfants, ces dernières sont parfois représentées comme des mères du peuple : « Arlette Laguiller n'a pas été mère dans la sphère privée, elle le sera donc, à travers sa lutte politique, dans la sphère publique. Aussi est-elle décrite comme "la petite mère du peuple", ou encore la "matrone des Komintern" » (Sourd, 2005, p. 71). Les politiciennes semblent devoir répondre d'abord à leur rôle stéréotypé, en étant une épouse ou une mère, et surtout une femme avant tout : « le sexe de la politicienne est systématiquement mis de l'avant, laissant penser que le fait d'être une femme est un élément important dans la construction des représentations » des politiciennes (Lemarié-Saulnier et Lalancette, 2012, p. 468). La couverture médiatique évoque aussi qu'elles sont intruses à la sphère politique. Burke et Mazzarella (2008), dans une recherche sur le cadrage des politicien·ne·s aux États-Unis en 2006-2007, trouvent qu'alors que 96% des politiciens sont identifiés par leur juste titre ou statut, les politiciennes le sont seulement dans 74%, prouvant que les informations essentielles liées au statut et au pouvoir tendent à être omises plus souvent que pour leurs homologues masculins. Plus récemment, la recherche de Johnson-Myers (2021), s'éloignant des cas d'études occidentaux, révèle que contrairement à la couverture médiatique dont bénéficient ses contemporaines, Portia Simpson-Miller, première ministre en Jamaïque, est souvent abordée par les médias sous l'angle de son rôle de politicienne, soit dans 70% des cas, et non selon d'autres rôles sociaux qu'elle occupe comme celui d'épouse. Cela montre une potentielle évolution dans l'institutionnalisation des politiciennes dans l'espace public, mais plus de recherches sont nécessaires afin de confirmer ou réfuter cette tendance.

Au-delà de la nomination des politiciennes par des rôles sociaux ne relevant pas de leur titre ou de leur statut politique, il est aussi intéressant de se pencher sur d'autres figures stéréotypées relayées par les médias qui reposent sur une attente de respect de leur rôle social à travers leurs attitudes. Par exemple, le cadrage des « bonnes mères » renvoie à des politiciennes qui réussissent à gouverner par consensus et assurer leur autorité, les « stars » obtiennent une attention médiatique soutenue de leur vie privée, mais sont décrites comme impulsives ou « divas », alors que les « pionnières » sont perçues comme des exceptions à la règle, faisant preuve notamment

d'intelligence (Lemarier-Saulnier et Lalancette, 2012). Ces figures décrites par Lemarier-Saulnier et Lalancette regroupent en fait des attentes, mais aussi des vulnérabilités attendues des politiciennes dans l'espace public. Ces caractéristiques sont encore mieux décrites par Sourd (2005, p. 73) qui explique que la douceur, la sensibilité, l'écoute, et la sincérité sont des qualités essentielles à incarner en tant que politicienne, qualités considérées comme « typiquement féminines » (2005, p. 73). Les représentations stéréotypées des politiciennes se perçoivent aussi dans les dossiers pour lesquels on reconnaît leur compétence. Par exemple, Holtz-Bacha (2014) remarque que les domaines traditionnellement attribués aux femmes, dont la jeunesse, la famille, l'éducation et la santé, sont des domaines tirés de métiers du *care* et correspondent à des présuppositions selon lesquelles les qualités féminines comme la sensibilité sont mieux adaptées à ces dossiers qu'à ceux typiquement masculins comme l'économie ou la défense. Pareillement, Fridkin et Kittilson (2008, p. 386) expliquent : « *Similarly, due to the relatively stronger focus on social issues when covering women candidates, women do not have the luxury of demonstrating their competence to deal with "male" issues* ».

Une dernière variable de la représentation médiatique des politiciennes sous le prisme de leur rôle social renvoie à l'attention particulièrement marquée envers leur espace privé. En effet, la littérature a largement détaillé comment, historiquement, le discours des femmes et leur présence publique furent exclus de l'espace public et politique (Van Zoonen, 2006). Cette dissociation historique entre femme et pouvoir amène les médias à examiner davantage la vie privée des politiciennes que celle de leurs homologues masculins : une couverture de leurs enfants, de leur statut marital, etc. (Aaldering et Van der Pas, 2020). En ce sens, Trimble (2007, p. 986) nous apprend que les politiciennes ayant une vie privée dite non traditionnelle reçoivent un examen plus sévère : « *Like her competitors, Stronach has young children, but the fact that she is twice divorced set her apart and was discussed more frequently than was the case for Kim Campbell* »<sup>5</sup>. Par ailleurs, les politiciennes semblant unir vie politique et vie familiale reçoivent à la fois une évaluation accrue de leur capacité à combiner les deux sphères, tout en étant érigées en idéal féministe libéral. Ce fut le cas de la première ministre Jacinda Ardern en Nouvelle-Zélande qui annonça publiquement sa grossesse en plein mandat en 2018 : « *In addition to enthusiastic articles,*

---

<sup>5</sup> En 1993, Kim Campbell fut la première femme à accéder au poste de première ministre du Canada. Éluë sous la bannière conservatrice, elle remplace Brian Mulroney quelques mois avant de subir une défaite aux élections fédérales la même année (Parlement du Canada, 2026).

*New Zealand data also included a more traditionally gendered form of coverage which scrutinized the evolution of Ardern's pregnancy (especially close to her due date) and included uncertainties about her ability to combine motherhood and her official duties as Prime Minister »* (Galy-Badenas et Sommier, 2022, p. 2063-2064).

### 1.1.3. Le renvoi au corps

Par ailleurs, des recherches révèlent que l'attention médiatique portée sur le physique est amplifiée dans le cas des femmes politiciennes, et décèlent que les médias ont tendance à personnaliser la couverture médiatique des politiciennes (Sourd, 2005, p. 67; Bouchard *et al.*, 2020, p. 38-40; Trimble *et al.*, 2010, p. 474). Des éléments comme l'interprétation médiatique des expressions faciales et de la gestuelle seraient à l'origine de certaines représentations stéréotypées de femmes en politique, comme celle d'Hilary Clinton, ancienne secrétaire d'État et candidate démocrate à la présidence américaine en 2016. De ce fait, cette dernière n'aurait pas su performer des traits sympathiques et chaleureux, ou du moins, pas à la hauteur des attentes sociales envers les femmes, menant à une représentation médiatique stéréotypée : « *she was not considered likeable and her credibility was negatively impacted* » (Cummings et Lennox Terrion, 2021, p. 433). De manière similaire, Kamala Harris, vice-présidente des États-Unis de 2021 à 2025, fut particulièrement scrutée par les médias pour son rire, dépeint presque comme malveillant, et ayant mené à des représentations médiatiques de la vice-présidente comme « sorcière » ou « folle » (Bhargava *et al.*, 2025, p. 9). Au-delà des expressions corporelles et faciales des politiciennes, leur habillement est scruté à la loupe et commenté par les médias. Avec l'apparition de plus en plus fréquente des politiciennes non seulement dans des entrevues à saveur politique, mais aussi dans des contextes télévisuels plus informels, l'habillement et l'apparence de celles-ci sont des critères clés de leur réussite (Van Zoonen, 2006). Devant jongler entre les standards de beauté dominants et la nécessité de mettre de l'avant leurs dossiers politiques, les politiciennes peuvent même tenter de diminuer l'attention portée à leur apparence afin d'augmenter leur crédibilité aux yeux des médias et du public : « *Halonen's case shows how discourses of femininity can be both an asset and a threat to female leaders. Maybe this two-sided articulation of gender is the reason why female leaders often opt for a low-key performance of femininity* » (Van Zoonen, 2006, p. 293-294). Le problème du renvoi au corps mène aussi à une objectification ou à une sexualisation des politiciennes, décrites par des auteur·rice·s comme des « violences sémantiques », via des images, des métaphores et des

discours reflétant une internalisation du *male gaze* et contribuant à la perpétuation d'un environnement hostile qui favorise l'exclusion des femmes de l'espace public (Coker et Funk, 2016; Krook, 2021).

#### 1.1.4. Le problème de la double contrainte

Les derniers paragraphes nous ont montré comment les politiciennes sont représentées selon des attributs traditionnellement féminins, que ce soit, par exemple, à travers des figures issues de représentations de la maternité, ou par une sexualisation de leurs corps. Mais dans leur rôle politique traditionnellement masculin, nous comprenons que les femmes font face à une double contrainte : deux injonctions opposées, soit de respecter leur rôle social de femme dans les attitudes qu'elles adoptent, menant à une image d'incompétence dans un poste de pouvoir, tout en devant composer avec les codes masculins de l'espace public et politique afin d'atteindre lesdits postes de pouvoir (Bourdieu, 1998, p. 67-68). En ce sens, « le double standard — juger la même caractéristique différemment — et la double contrainte — le cul-de-sac consistant à n'être « ni trop ni suffisamment » affirmative, féminine, expérimentée, ou comme les hommes — constituent aussi des obstacles présents dans l'univers politique qu'on retrouve aussi dans la couverture médiatique » (Gingras et Maillé, 2018, p.327). Cette double contrainte tend à faire émaner des représentations de femmes dévalorisantes, ou encore discordantes, dans le cadre de leur poste.

Plusieurs travaux se sont penchés sur ce phénomène, et ce, tant en Amérique qu'en Europe. Nous pensons ici aux travaux de Trimble dont l'un sur l'effet du genre dans la médiatisation de Kim Campbell durant la campagne électorale canadienne de 1993. Une analyse de contenu combinée à une analyse critique de discours permet de dégager « les preuves d'un cadrage et d'une évaluation différentiels des deux chefs de parti en fonction de leur sexe », qui révéla que Kim Campbell, cheffe du parti conservateur à l'époque, fut placée sous un cadrage de la « virilité guerrière héroïque » notamment lors de la couverture du débat des chefs, tout comme son opposant libéral Jean Chrétien (Trimble *et al.*, 2010, p. 40-45). Mais contrairement à son homologue masculin, une attention disproportionnée était portée à sa combativité qui est jugée négativement par les médias qui accentuaient son caractère agressif :



Au contraire, jamais les mots de Kim Campbell ne sont décrits comme dignes de [la fonction de première ministre]. [...] Les descriptions de ses prestations discursives en campagne sont abondantes, diverses et très peu flatteuses. Elles portent sur son incapacité littérale de parler (« voix cassée par un rhume »), critiquent son ton (« a brutalement répondu », « s'est moquée », « a haussé la voix ») et jugent son style (« parle avec élégance », « fait la leçon », « prêche » [...]). L'auteur d'un article d'opinion n'hésite pas à déployer l'arsenal des stéréotypes, prédisant que Kim Campbell ne va pas manquer de « retrouver sa voix stridente » [...], de crier, voire réprimander (Trimble *et al.*, 2010, p. 42).

Dans le même ordre d'idées, d'autres recherches abordent la présentation de l'agressivité des politiciennes comme étant démesurée et négative dans la presse écrite lorsque les comportements de la politicienne sont contre-stéréotypiques ou associés à des qualités masculines, notamment lors de débats politiques (Everitt et Gidengil, 1999, p. 58; Holland et Wright, 2014, p. 1050).

La représentation des politiciennes dans un rôle traditionnellement masculin fait émerger dans les médias des figures permettant de mettre en scène ces attributs dits masculins dans un cadre adapté au genre féminin en politique. Par exemple, Golder (2020) révèle dans une recherche sur les représentations parodiques de Margaret Thatcher, première ministre du Royaume-Uni de 1979 à 1990, qu'elle a souvent été à la fois comparée à une femme au foyer ennuyeuse, qu'à une « Dame de fer », vu ses qualités dites masculines dépeintes comme « cruelles » (Golder, 2020, p. 3-4). Cette figure de la dame de fer fut également étudiée par Lemarier-Saulnier et Lalancette (2012, p. 470), qui décrivent cette représentation comme « utilisant des traits fortement masculins, tels que la dureté et l'entêtement ». Les politiciennes étant représentées ainsi utiliseraient un « vocabulaire militaire, privilégiant la victoire et la force », et se consacreraient en priorité aux dossiers économiques (Lemarier-Saulnier et Lalancette, 2012, p. 470). Cette même étude présente une autre figure mettant de l'avant des qualités dites masculines chez des politiciennes, soit la figure de la battante : « [elle] regroupe les énoncés où le cadrage est principalement axé sur la justification et la légitimation de la présence des femmes en politique », où des traits associés à la lutte comme la détermination et la force sont présentés (Lemarier-Saulnier et Lalancette, 2012, p. 474). L'une des retombées de ces recherches qui nous intéressent particulièrement est que ces représentations sont souvent campées dans l'une ou l'autre des catégories de genre. Que ce soit par une accentuation excessive des attributs masculins, tant à travers un ton positif que négatif, ou, comme nous l'avons vu plus tôt, par une mise de l'avant du rôle traditionnel féminin et de ses attributs, ces

représentations accentuent une idéologie binaire du genre dans les médias, rappelant l'aberrance de la présence des femmes en politique.

Néanmoins, d'autres exemples d'images plus transgressives montrent que des politiciennes tentent de contourner ces représentations contradictoires des différents attributs qui sont attendus d'elles. C'est le cas de l'image de la madone de Ségolène Royal, candidate à l'élection présidentielle de 2007 en France. Dans l'article d'Olivesi (2009, p. 143), la chercheuse trouve que cette figure permet aux médias « de mettre en scène, par le recours à l'identité catholique, l'image d'une femme combative qui n'est pas l'image d'une femme masculinisée », ni celle d'une femme sexualisée. Cette image permet donc de combiner une représentation du pouvoir masculine avec les stéréotypes du genre féminin sans faire ressortir le caractère contradictoire des attributs des deux genres (Olivesi, 2009, p. 147).

#### 1.1.5. La médiatisation genrée d'Angela Merkel

Qu'est-ce que la littérature nous apprend au sujet de la médiatisation genrée de la chancelière allemande Angela Merkel? Premièrement, la visibilité de Merkel dans les médias ne semble pas être un enjeu majeur à sa représentation adéquate. De fait, Van der Pas (2022) remarque que le pourcentage de visibilité par politicienne en Allemagne semble plus élevé que dans le reste de l'Europe, ce qui est expliqué par la bonne visibilité médiatique de la chancelière allemande. Holtz-Bacha (2014, p. 70) explique cette visibilité importante par un certain « effet chancelière » : « Les titulaires de la fonction en bénéficient, profitant ainsi d'un « bonus du chancelier », même si la visibilité ne va pas nécessairement de pair avec des appréciations positives ».

Les diverses manières dont les stéréotypes de genre interviennent dans la couverture médiatique des politiciennes ont aussi été étudiées à travers le cas d'Angela Merkel, notamment aux suites des élections de 2005, 2009 et 2013. Dans la recherche de Holtz-Bacha (2014), on identifie un intérêt plus grand des médias pour son espace privé, son origine, et son apparence que pour son opposant masculin. Aussi, la critique de la froideur et du manque d'émotions fut mentionnée plus souvent dans les médias à l'endroit de Merkel. La mise à l'avant-plan du rôle social traditionnel de la femme dans la couverture de politiciennes fut également relevée par Boomgaarden et Semetko (2007). Ils observent que lors de l'élection opposant Merkel et Schröder en Allemagne, la couverture du genre

apparaissait exclusivement dans des d'articles mettant de l'avant Merkel : « *the gender frame was applied in stories featuring Merkel exclusively or in stories featuring Merkel and Schröder* » (Boomgaarden et Semetko, 2007, p. 165). L'attribution par les médias de figures stéréotypées comme celle bien connue de la mère, « *Mutti* » en allemand, présente la chancelière comme ayant des qualités typiquement féminines « d'attention et d'équilibre » (Holtz-Bacha, 2014, p. 68). D'autres figures stéréotypées lui furent attribuées au cours de son parcours politique, certaines montrant sa dépendance aux hommes de son milieu « *Kohl's girl* » (la fille d'[Helmut] Kohl), et d'autres mettant de l'avant des attributs masculins, comme lorsque des parallèles furent dressés entre deux « dames de fer », Merkel et Thatcher (Van Zoonen, 2006, p. 295).

## 1.2. Construction des images publiques, des *èthè*, des politiciennes

Parallèlement à la couverture médiatique des politiciennes et leur médiatisation genrée, ces dernières construisent des images publiques, c'est-à-dire des images d'elles-mêmes qu'elles revendiquent à travers leurs discours. Plusieurs travaux se sont penchés sur les tensions inhérentes à la posture de femme dans un métier dit d'homme. Bien que plusieurs aspects complexes exacerbent ces difficultés, nous allons nous concentrer sur les travaux explorant l'*ethos* discursif *féminin*, ou transgressif, c'est-à-dire une image mobilisant des qualificatifs stéréotypiques féminins, ou brouillant les limites du féminin et du masculin. Comment les politiciennes revendiquent-elles leurs propres images publiques?

Les représentations de la masculinité et de la féminité, notamment à travers les médias, contribuent à attribuer des rôles sociaux aux hommes et aux femmes. Ces dernière·s les intériorisent et les reproduisent, en réponse aux attentes sociales amplifiées par les médias. Et, lorsqu'une poignée de femmes réussissent à être élues comme députées ou cheffes d'État, elles font face à une double contrainte non seulement dans l'évaluation des médias de leur performance politique, mais aussi dans les choix discursifs et politiques qu'elles font (Bourdieu, 1998) : les femmes s'efforcent d'adopter des attitudes plus masculines afin d'atteindre des positions de pouvoir, tout en conservant une part de leur féminité, attributs qui en contrepartie peuvent projeter des apparences d'incompétence pour ledit poste de pouvoir (Bourdieu, 1998), comme nous l'avons mentionné précédemment. Cette tension entre le genre de la politicienne et les attributs masculins attendus dans son rôle professionnel peut poser un problème lorsque la politicienne se présente au public.

Dans ses performances discursives, elle doit faire plusieurs choix qui laissent « transparaître » une image de soi, un *ethos* : le choix du ton, des mots, de l'enchaînement, des thèmes abordés et de leur angle, des arguments et des figures utilisés, et des personnes ou des groupes interpellés (Charaudeau, 2005, p. 90), mais aussi d'autres choix liés à leur image<sup>6</sup> comme leur habillement. Ces choix sont plus ou moins conscients, et s'inscrivent également dans une performance de genre (Butler, 2016) : « L'*ethos* est affaire de croisement de regards : regard de l'autre sur celui qui parle, regard de celui qui parle sur la façon dont il pense que l'autre le voit » (Charaudeau, 2005, p. 88). Ces choix servent à « montrer » l'énonciateur·trice comme digne de foi, honnête ou compétent·e, pour ne nommer que ces *èthè* (Maingueneau, 2000, p. 266; Bonnaïfous, 2003, p. 124). Ce besoin de montrer un *ethos* approprié lors de la prise de parole serait donc amplifié dans le cas des politiciennes. Ainsi, selon comment la politicienne perçoit les attentes liées à son genre, à sa position professionnelle, et à l'image qu'elle se fait des attentes des publics face à sa position de femme en politique, ses propositions discursives et la manière dont elle se présente peuvent varier. Boudillon (2005, p. 80) l'exprime de façon similaire : « l'*ethos* se trouve en tension entre des schémas de pensée collectifs et une stratégie individuelle. » Un ensemble de dimensions tendent donc à influencer la présentation de soi des politiciennes plus largement que sur le plan médiatique, comme les discours privés, les phénomènes de socialisation professionnelle, ou encore des paramètres idéologiques ou d'identités, qui seront davantage discutés dans notre cadre théorique. Bref, l'*ethos* est la construction discursive et sociale de l'image des politiciennes, à la fois outil de persuasion pour ces dernières, que reflet identitaire, dialogique, réflexif et émergent, au cœur de l'espace public<sup>7</sup>.

### 1.2.1. Les effets de la médiatisation genrée sur la construction des images publiques des politiciennes

Ainsi, quelles sont ces stratégies de construction d'image et comment celles-ci sont influencées par le contexte genré de la couverture médiatique des politiciennes, s'inscrivant d'ailleurs dans un ensemble de cadres d'influence sociohistoriques? Bauer et Carpinella (2021) analysent le contenu visuel et verbal des campagnes promotionnelles de candidat·e·s présidentiel·le·s et découvrent que

---

<sup>6</sup> Ici, nous entendons image non pas comme un synonyme d'*ethos*, mais plutôt comme synonyme de la représentation visuelle que la politicienne souhaite projeter, par exemple à l'aide de ses vêtements, de sa coiffure, ou bien de son maquillage.

<sup>7</sup> Nous développerons davantage sur le concept d'*ethos* dans le cadre théorique, à la section 2.2.3.

les candidates utilisent plus souvent des visuels dits féminins lorsque du contenu dit masculin est abordé, montrant une logique de compensation qui confirme la prise en compte de la double contrainte dans leurs communications. De façon similaire, Coulomb-Gully (2009, p. 26) montre l'adaptation de divers paramètres du « corps » qui contribuent à la présentation de soi ou « l'incarnation » des images des politicien·ne·s français·es, Ségolène Royal et Nicolas Sarkozy, soit leurs choix vestimentaires, leurs expressions faciales, ou encore leurs aspects vocaux pour comprendre certaines figures qui leur sont attribuées. Dans le cas de Ségolène Royal, l'analyse révèle que les choix de son équipe politique participent à lui conserver une image de « légitimité iconique » et distante, par exemple en n'étant jamais prises en photo par les médias dans des contextes plus informels comme les bains de foule et les repas (Coulomb-Gully, 2009, p. 31). Cette adaptation des comportements des politiciennes se voit également dans leurs discours, où elles incarnent à la fois des traits masculins et féminins en tentant de les agencer afin de capitaliser sur leurs forces stéréotypées et compenser leurs « faiblesses stéréotypées » (Schnoebelen et Winfrey, 2019, p. 123). C'est ce que plusieurs auteur·rice·s appellent le « *gender adaptiveness* », qui décrit les effets de la scrutation sociale exacerbée, accentuée notamment par les médias tel que montré plus tôt dans cette section (Schnoebelen et Winfrey, 2019, p. 123).

Finalement, certaines façons de s'adapter à la médiatisation genrée peuvent être vues d'un œil plus positif, puisqu'elles semblent démontrer une forme de transgression des normes, voire d'agentivité. Pilote et Montreuil (2021), à travers une analyse de la presse écrite en amont de la campagne électorale québécoise de 2018, relèvent l'utilisation de l'argument du genre chez les politiciennes afin de se différencier de la « vieille politique » et montrer comment on peut faire autrement, ouvrant la porte à des images d'elles plus transgressives. Ainsi, on voit que les politiciennes ne font pas que subir leur genre : elles peuvent aussi l'utiliser comme identité stratégique lorsque le contexte le permet. Néanmoins, nous retenons que cette stratégie utilisée par les politiciennes les cantonne à leur identité de genre, ce qui invisibilise certaines qualités dites masculines et renforce un discours binaire du genre notamment dans les médias.

### 1.2.2. Des *èthè* féminins et transgressifs

Par ailleurs, notons quelques travaux s'étant attardés spécifiquement à la construction discursive d'*ethos* de politiciennes dans un contexte de médiatisation genrée. Certains comme Boudillon

(2005), Vassy (2005) et Bonnafoous (2003) définissent un *ethos* de femme, c'est-à-dire une image de politicienne qui mobilise et renvoie à certaines propositions, qualités ou stéréotypes dits féminins. Cette conception s'inscrit dans une logique de « retournement de stigmat », où l'*ethos* féminin pourrait être considéré adéquat en politique, dans une perspective similaire à Pilote et Montreuil (2021) discutée plus tôt. Il est intéressant de voir dans ces recherches les nuances dans la présentation de soi des politiciennes, qui mobilisent à la fois des propositions discursives dites féminines, et d'autres plus masculines. Par exemple, dans sa recherche, Boudillon (2005) analyse un *ethos* de femme très stéréotypé chez la cheffe du Front national français Marine Le Pen, soit l'image de la fille de Jean-Marie Le Pen, fondateur du même parti. Cette image est utilisée dans les médias, mais également revendiquée par la politicienne en mobilisant l'héritage paternel comme un vecteur de valeurs positives et légitimant sa présence sur la scène politique. Mais, Marine Le Pen semble utiliser en parallèle un *ethos* dit de « féminité masculine », qui lui permet de s'approprier la « virilité » de son père, bien que cet *ethos* soit perçu négativement par les médias, parlant d'une vision vulgaire de sa féminité. Dans d'autres études comme celle de Bonnafoous (2003), la définition de l'*ethos* de femme est plus nuancée, et ouvre même à un *ethos* de femme plus transgressif. En effet, la chercheuse propose trois modèles pour « dire la politique et se mettre en scène » comme homme ou femme politique : le modèle polémique, le modèle équilibré et pondéré, et le modèle pragmatique et empathique. C'est le dernier modèle qui est le plus intéressant pour notre recherche, puisque c'est le seul qui a réuni dans la recherche de Bonnafoous (2003) uniquement des femmes, et à travers des partis aux idéologies très différentes. De ce fait, le modèle pragmatique et empathique s'exprime en cinq traits : le refus explicite du manichéisme et de la simplification au profit d'une insistance sur les nuances; une expression discursive très concrète et peu métaphorique, qui se veut ancrée dans le quotidien et la « vraie vie »; un usage limité de l'ironie et de l'agressivité à l'égard de ses adversaires; la manifestation fréquente de bienveillance et de solidarité, qui se traduit par un lexique de l'amour, de l'affection et de la compassion; et le recours à des dialogues plus ou moins fictifs qui contribuent à rendre plus concrètes les situations évoquées (Bonnafoous, 2003). Finalement, Vassy (2005) reprend de son côté l'*ethos* discursif féminin en politique à partir des travaux de Bonnafoous afin d'y retrouver des indices quantifiables de la « sexuation » discursive (Vassy, 2005, p. 107). Bien que les résultats de son analyse lexicométrique ne soient pas très concluants, ils révèlent tout de même une tendance d'adaptation du discours au genre féminin à travers : l'emploi moyen-faible du nom commun *femme(s)*; l'implication forte par

l'utilisation du *je*; le nombre élevé de substitutions *on/nous*; et le suremploi du verbe déclaratif *croire*, qui pourrait indiquer une prudence argumentative et une approche moins conflictuelle (Vassy, 2005). Bref, bien que ces trois études n'arrivent pas tout à fait aux mêmes conclusions, nous retenons que l'adaptation des politiciennes au milieu politique masculin et à leur médiatisation genrée les amène à se présenter avec un agencement plus ou moins conflictuel d'attributs dits masculins ou féminins afin d'incarner un modèle communicationnel adéquat aux yeux du public et des médias. Et parfois, lorsque le climat politico-médiatique le permet, elles arrivent même à présenter un modèle d'*ethos* féminin transgressif comme dans l'étude de Bonnafoous (2003).

### 1.2.3. Construction des images publiques d'Angela Merkel

De manière similaire aux stratégies d'*ethos* menées par d'autres politiciennes décrites précédemment, Angela Merkel aurait également ajusté ses approches communicationnelles, parfois de manière transgressive. Mentionnons ici les quelques recherches abordant cet axe d'analyse chez Merkel, quoique peu nombreuses. Van Zoonen (2006) souligne que malgré une attention particulièrement aiguë de la part des médias envers son espace privé, la chancelière allemande a fait un effort soutenu, tout au long de ses mandats, afin de garder cet aspect de sa vie dans l'ombre : « *For Merkel, the invisibility of her private persona and private life was such that it became an issue in the election campaign* » (Van Zoonen, 2006, p. 295). Néanmoins, elle semble avoir cédé sur d'autres aspects de son image afin de mieux refléter les attentes genrées des médias envers son apparence et présenter un *ethos* adapté à son poste de cheffe de l'Union chrétienne-démocrate d'Allemagne (CDU) : « *Her pudding-basin haircut was transformed into a Hillary Clinton-like soft wave, and [...] she also began to wear softer orange-shaded jackets (also a CDU colour), complete with matching make-up and jewellery* » (Van Zoonen, 2006, p. 295-296).

Terminons cette section de notre revue de la littérature en mentionnant une recherche que nous ne pouvons pas omettre, vu sa proximité avec notre objet de recherche. Amossy et Siess (2022) publient en 2022 une analyse de discours sur l'allocution à la nation d'Angela Merkel dans le contexte de la crise de la COVID-19. Leur objectif est de déceler les marqueurs discursifs de légitimité et d'autorité de la chancelière, alors que les restrictions sanitaires qu'elle met en place sont hors du commun. Bien que cette recherche s'attarde davantage à la dimension argumentative, elle soulève aussi plusieurs marqueurs d'un *ethos* féminin :

Il s'agit d'un appel prononcé à l'affect qui vise à susciter l'émotion et à en faire un levier d'adhésion et d'action, en même temps qu'il projette une image de dirigeante qui accorde une grande valeur aux sentiments. Ces références visent donc à la fois à persuader l'auditoire de suivre les instructions (c'est l'effet du pathos), et à présenter la dirigeante (souvent critiquée pour son manque d'empathie voire sa froideur) en femme sensible (Amossy et Siess, 2022, p. 13).

Nous estimons que les résultats d'Amossy et Siess ouvrent la voie à une analyse plus pointue de l'*ethos* de la chancelière allemande, puisque les pistes avancées sont intéressantes, mais découlent d'une approche argumentative visant à comprendre la légitimation, et non pas d'affirmation de genre, de Merkel à travers ses discours, notamment pour asseoir son autorité en temps de crise.

### 1.3. Médiatisation et construction des images publiques des politiciennes en situation de crise

Intéressons-nous maintenant à la médiatisation et à la construction des images publiques des politiciennes en situation de crise, en tenant compte que celles-ci s'inscrivent plus que jamais dans un contexte politique et médiatique internationalisé. De ce fait, la médiatisation de la politique à l'échelle internationale est l'un des effets de la mondialisation, où les activités politiques et économiques dépassent plus que jamais la limite des États, de manière à ce que les événements et les décisions prises à un endroit dans le monde puissent avoir un effet mondial (Haas et Hird, 2013; James, 2021). En ce sens, des enjeux comme les flux migratoires, les guerres ou les crises économiques ont plus que jamais une portée globale. Cette transcendance des enjeux maintenant mondiaux a un impact sur l'économie, les décisions politiques, mais aussi sur les représentations sociales véhiculées notamment par les médias : « *To the extent that globalization is constituted in and through networks and the resulting circulation of symbols rather than things, then the immateriality of media products are emblematic of the process of globalization* » (Sparks, 2007, p. 133). Dans ce contexte, il semble que le clivage national-international de l'actualité tend à s'estomper, notamment en situation de crise ou de conflits armés internationaux, permettant à certains médias de s'instituer en « médiateurs des interactions » (Arquembourg, 2006, p. 18). Cette évolution complexifie la prise de parole des politicien·ne·s qui doivent déjà répondre en situation de crise à plusieurs exigences communicationnelles afin de s'assurer de guider les citoyen·ne·s à travers la crise en cadrant et en donnant du sens de la situation imprévue et souvent négative, afin de mobiliser les citoyen·ne·s vers un but commun en passant à l'action (Brooke Fisher, Herovic et



Iles, 2020)<sup>8</sup>. Dans un contexte mondialisé, ces dernier·ère·s doivent jongler avec plus d'acteur·ice·s sociaux·ales et politiques qu'avant (Haas et Hird, 2013, p. 6) et avec une « double ou triple énonciation en s'adressant simultanément à plusieurs destinataires » (Arquembourg, 2006, p. 18). En effet, iels « dépendent de l'image qui est forgée dans la presse internationale » de leurs actions de communication pour représenter leurs politiques et s'assurer d'une communication de crise efficace auprès de leurs citoyen·ne·s et collaborateur·ice·s politiques et économiques principaux·ales (Marthoz, 2018, p. 8). Cette brève présentation de l'impact de la mondialisation sur les crises, sur la médiatisation de celles-ci et sur les représentations médiatiques qui s'en suivent pose la question de l'effet du genre dans ce contexte.

Autrefois négligée, la littérature au sujet de l'effet du genre dans les communications de crise des leaders politiques a foisonné à la suite de la pandémie de la COVID-19, littérature dont nous discuterons dans la prochaine section de ce chapitre. Néanmoins, quelques auteur·rice·s ont étudié·e·s plus largement le lien entre genre et gestion de crise dans d'autres contextes. En ce sens, Davidson-Schmich et ses collaborateur·ice·s (2023) se demandent si les diverses crises contemporaines comme les changements climatiques, les instabilités économiques et les pandémies offrent aux leaders féminines l'occasion d'être perçues comme des dirigeantes compétentes et de transgresser les stéréotypes de genre, ou bien renforcent la perception d'un leadership masculin plus compétent. Cette question est importante considérant que les contextes de crise accentuent le rôle des chefs d'État et les rendent particulièrement visibles médiatiquement. Davidson-Schmich et ses collaborateur·ice·s (2023) identifient trois composantes où le genre joue un rôle tant dans la médiatisation de la crise que dans la construction du message politique : le type de secteur ou le dossier touché, c'est-à-dire l'environnement, la santé, la sécurité, etc.; la nature de la crise, c'est-à-dire le niveau d'urgence perçu; et le style de communication, c'est-à-dire le recours à des communications directives, empathiques, ou engageantes. Ils évaluent que selon l'agencement de ces trois composantes, les hommes et les femmes à la tête d'États seraient exposés à différentes vulnérabilités et opportunités : « *When these three factors come together to produce gender role congruency for women leaders, their leadership is likely to be evaluated positively, enhancing their hold on political power* » (Davidson-Schmich *et al.*, 2023, p. 905). Par exemple, émettre des

---

<sup>8</sup> La notion de discours de crise sera davantage élaborée dans notre cadre théorique, à la section 2.2.1.3. de ce mémoire.

communications directives irait à l'encontre du rôle de genre des politiciennes, mais est nécessaire dans plusieurs contextes de crise (Davidson-Schmich *et al.*, 2023). À l'instar des auteur·rice·s précédents, O'Brien et Piscopo (2023) nomment la nature de la crise comme facteur pour expliquer ce qui façonne les images de leaders féminines en situation de crise, mais ils y ajoutent le type d'acteur<sup>9</sup> impliqué dans la crise et les conséquences de la crise, notamment pour expliquer comment ces situations peuvent avoir un impact sur les représentations des politiciennes au-delà de la période crise. Entre autres choses, leur recherche conclut que l'agencement de ces composantes permet à des politiciennes de valoriser un leadership féminin en situation de crise, constat qui prend appui sur la théorie de la congruité avec le rôle de genre (« *role congruity theory* »), ou de valoriser un leadership transgressif dans certains contextes spécifiques (O'Brien et Piscopo, 2023, p. 897). Finalement, ils concluent que les études en gestion de crise politique offrent un terrain fertile à l'analyse de la dimension genrée : « *Together, the contributors urge scholars to “think crisis, think gender” far beyond the supply of and demand for women leaders* » (O'Brien et Piscopo, 2023, p. 891). Nous tenterons de documenter ces contributions grâce à l'exemple de la pandémie de la COVID-19 à la section suivante.

### 1.3.1. Exemple de médiatisation et construction des images publiques des politiciennes : le cas de la pandémie de la COVID-19 en 2020

Comme nous l'avons souligné, la littérature entourant les autres crises analysées dans ce mémoire, déjà peu foisonnante, ne tenait pas compte de la dimension genrée dans la communication de crise. À la lumière de nos recherches, ce n'est qu'à partir de 2020, dans le sillage de la pandémie de COVID-19, que les travaux ont établi plus systématiquement le lien entre genre, communication de crise, et représentations médiatiques. Ainsi, cette section porte sur cet exemple bien documenté.

Parmi ces études, nous notons la recherche de Windsor et ses collaborateur·ice·s (2020) qui rappelle quatre raisons qui expliquent le succès perçu, notamment par les médias, des politiciennes dans la gestion de pandémies : les caractéristiques stéréotypées des femmes comme la sollicitude

---

<sup>9</sup> Les acteurs de la crise correspondent, par exemple, aux personnes victimes de la crise, et à celles contribuant à combattre cette crise. Ainsi les politicien·ne·s s'adressent à plusieurs acteurs et ces derniers ont différents types de caractéristiques qui appellent plus ou moins un leadership féminin ou masculin. Nous pensons par exemple à des victimes de genre féminin ayant subi des violences à caractère sexuel, ou encore des acteurs de l'armée contribuant à stabiliser un conflit armé.

et l'idée qu'elles soient plus portées à s'occuper de dossiers liés à la santé vue son lien avec les métiers du *care*; les priorités des femmes seraient décrites comme communautaires et axées sur la prévention; le leadership des femmes serait davantage basé sur la résilience; et finalement, les pandémies offriraient des opportunités sans précédent pour les politiciennes afin de composer avec la double contrainte de leur image publique en compatissant avec leurs citoyens, tout en implantant des réglementations et des politiques sévères comme la fermeture de frontières ou des couvre-feux. Mais cette perception de succès dans la gestion de la pandémie de 2020 par les médias est aussi le produit de biais genrés de la presse occidentale.

De fait, Piscopo (2020) montre dans sa recherche que le succès réel des cheffes d'État féminines à mettre en place des mesures sanitaires et à les faire adopter n'est pas corrélé avec leur genre, mais plutôt avec le fait qu'elles soient à la tête de démocraties avec une économie relativement stable : « *This initial analysis highlights women chief executives' current concentration in the global North, the exact kinds of countries theoretically well-positioned to mount effective pandemic responses* » (Piscopo, 2020, p. 957). Néanmoins, leur succès semble attirer davantage l'attention des médias occidentaux, malgré que d'autres pays, dirigés par des hommes, aient géré avec un succès similaire la pandémie de la COVID-19 : « *Few news outlets have covered Vietnam's successes, notably zero Covid-19 fatalities as a result of swift, comprehensive action* » (Windsor et al., 2020, p. 22). Ainsi, ces politiciennes sont décrites par les médias internationaux comme gentilles, sincères, bienveillantes et réfléchies dans le cadre de la gestion de la pandémie de 2020 (Johnson et Williams, 2020). Au-delà des qualités stéréotypées leur étant attribuées, Johnson et Williams (2020) confirment que le cadrage de la mère fut utilisé à plusieurs reprises afin de louer les actions posées, par exemple par Jacinda Ardern et Angela Merkel, au cours de la pandémie de la COVID-19 : « *Now the media uses this gendered trope to depict a maternal form of protective femininity; they are mothers of the nation protecting their "children"* » (Johnson et Williams, 2020, p. 947). Ainsi, alors que la littérature sur l'impact du genre dans les communications de crise suggère que les femmes auraient parfois l'opportunité de puiser à la fois dans leur rôle de genre traditionnel et dans une rhétorique plus masculine, il semble que dans le cas de la pandémie de 2020, les médias auraient valorisé des caractéristiques en congruité avec leur rôle de genre, n'eut égard à comment ces politiciennes ont emprunté des caractéristiques masculines ou féminines dans leurs discours.

Ces dernières lignes nous amènent à la question suivante : comment les politiciennes ont, en fait, performé leur genre au cours de la pandémie de la COVID-19 en 2020? La recherche de Crosthwaite et Power (2022) est, à ce titre, assez révélatrice. En analysant le « style discursif » ou les « identités sémiotiques » du premier ministre australien et de la première ministre néo-zélandaise, l'étude ne trouve pas de discours prouvant une performance de genre tant chez le politicien que la politicienne: « *Viewed across 2020, Ardern and Morrison's crisis response communication shows little evidence of either leader's style (at the lexical level) being chiefly attributable to, or constitutive of, gender* » (Crosthwaite et Power, 2022, p. 422). En effet, la première ministre néo-zélandaise Jacinda Ardern aurait utilisé plusieurs unités lexicales comme : « *alert level* » qui montrent des communications pragmatiques axées sur la clarté et les instructions à suivre; les pronoms « *you* » et « *your* » visant à ajouter un peu d'empathie à des communications directives; et le pronom « *we* », dans son sens patriotique, qui invoque la responsabilité collective, tant des citoyens que du gouvernement, d'appliquer les mesures sanitaires (Crosthwaite et Power, 2022, p. 422). Bref, leur étude ne permet pas de confirmer l'utilisation d'un discours plus féminin ou masculin chez Ardern, mais soulève tout de même des interprétations qui vont dans le sens d'une réponse à la double contrainte en politique : « *Jacinda Ardern was arguably more nuanced in her gender performance, coupling displays of motherhood with a 'steeliness' or strength typically associated with masculinity* » (Crosthwaite et Power, 2022, p. 431). Cette interprétation des résultats de Crosthwaite et Power résonne avec ceux de Hershman-Shitrit et Yarchi (2023). Ces derniers se penchent sur l'*ethos* construit par 10 leaders internationaux pendant la première vague de la pandémie de la COVID-19 en 2020. Leurs résultats révèlent que : les cheffes d'État ont moins tendance à faire de l'autopromotion que leurs homologues masculins, caractéristique en congruence avec leur rôle de genre; elles ont plus tendance à mettre de l'avant leurs expériences professionnelles, peut-être dans une optique de justification de leur leadership; de manière intéressante, tant les hommes que les femmes étudié·e·s utilisent des émotions (*pathos*) comme stratégie rhétorique, mais les femmes ont un peu plus tendance à utiliser des émotions positives; les politiciennes s'excusent moins que leurs homologues masculins; dans 80% des cas, en comparaison à 47% chez les hommes, les cheffes d'État basent leurs discours sur une argumentation logique (*logos*); les femmes utilisent moins de métaphores, mais lorsqu'elles le font, elles utilisent des métaphores plus positives; et pour finir, aucune politicienne n'a utilisé un langage tiré du renforcement négatif pour encourager les citoyens à adopter les mesures sanitaires, alors

que 33% de leurs homologues masculins l'ont fait (Hershman-Shitrit et Yarchi, 2023). Ces résultats montrent une réelle mixité dans la performance de genre des politicien·ne·s dans leurs discours de crise, et permettent de questionner les assises des représentations médiatiques stéréotypées des femmes à la tête d'États :

*Our results suggest that during a crisis, leaders used a double-voice gender rhetoric. Some of the findings fit our stereotypical gender expectations. [...] It appears that female leaders have adopted parts of the male discourse and rhetoric, while communicating with their public during the COVID-19 crisis, but did so with empathy and a positive attitude, all of which appear to have helped them manage the crisis better than male leaders (Hershman-Shitrit et Yarchi, 2023, p. 13-14).*

#### 1.4. Question générale de recherche

Nous avons montré dans cette revue de la littérature que si la médiatisation genrée des politiciennes est assez bien documentée, les contraintes associées à la construction de leur image publique le sont moins, et cela est d'autant plus vrai, tant pour la médiatisation genrée que pour la construction d'un *ethos*, en contexte de crise. Tel que nous venons de l'évoquer, il semble que les propositions discursives des politiciennes, marquées par une distinction de plus en plus floue entre le féminin et le masculin, ne corrélaient pas avec une représentation médiatique transgressive. En fait, les médias continuent de véhiculer des représentations stéréotypées comme l'*ethos* de la mère, même lorsque les discours des politiciennes ne puisent pas uniquement dans des caractéristiques liées à leur rôle de genre. Alors qu'un nombre grandissant de femmes font leur place sur l'échiquier politique international, elles sont de plus en plus responsables des réponses gouvernementales à diverses crises, où la tête dirigeante est davantage visible médiatiquement. Pourtant, nous n'avons trouvé aucune étude s'étant intéressée à la double dimension de la construction de leur image, c'est-à-dire la dimension de la construction médiatique et discursive, et encore moins en contexte de crise.

Eu égard à la présentation de la littérature portant sur notre objet de recherche, il appert que la chancelière allemande Angela Merkel serait un cas d'étude intéressant, comme nous l'évoquions en introduction, pour comprendre les rouages de la construction des *èthè* d'une femme en politique, qui mobiliserait, d'après la littérature, des éléments tirés d'*ethos* typiquement masculins, et d'autres dits féminins, les deux informés par des stéréotypes de genre. Plus encore, cette dernière fut au cœur de diverses crises environnementales, politiques, migratoires et sanitaires au cours de son

règne politique de 16 ans. Néanmoins, il semble que la représentation médiatique de Merkel ne fut pas autant étudiée en contexte de crise, ni sous l'angle international ou européen, et se concentre davantage sur ses premières années au pouvoir à travers des analyses de contenu. Il y aurait donc un terrain fertile pour l'analyse de discours des *èthè* de la chancelière en situation de crise, afin de déceler les marques parfois subtiles dans le langage qui orientent, au regard de la médiatisation genrée, la construction d'images et de figures parfois stéréotypées. De plus, peu de travaux portent sur les *èthè* de la chancelière, et aucun, à notre connaissance, ne propose une analyse de discours intégrant un corpus mixte de discours prononcés et d'articles médiatiques.

Ainsi, notre question générale de recherche ira comme suit : comment les *èthè* d'Angela Merkel se construisent dans ses discours prononcés et ceux des médias internationaux au regard des attentes et des stéréotypes de genre à son endroit, et ce, en contexte de crise internationale ou régionale?

## CHAPITRE 2

### CADRE THÉORIQUE

Dans cette seconde partie de notre mémoire, nous présentons les éléments théoriques et conceptuels de cette recherche en deux temps, afin de prendre du recul sur notre objet de recherche et voir ce qui régit globalement les images publiques des politiciennes. C'est l'occasion, dans un premier temps, de poser les bases épistémologiques qui guident notre recherche, soit une posture socioconstructiviste et féministe. Puis dans un deuxième temps, nous articulons quelques concepts qui éclairent la suite de ce travail et nous aideront à répondre à notre question générale de recherche. Les concepts de discours, de genre et d'*ethos* sont notamment abordés.

#### 2.1. Posture épistémologique

##### 2.1.1 Approche socioconstructiviste

L'approche socioconstructiviste prend racine dans l'épistémologie constructiviste, affirmant que l'humain s'adapte à son environnement grâce à une interrelation historique (Berger et Luckmann, 1986). Cela implique que la conduite humaine, façonnée par divers contextes socioculturels, résulte de typifications habituelles issues d'interactions répétées qui établissent des modèles de comportement, qui constituent la réalité sociale (Michel, 2018). Cependant, cette typification ne doit pas être considérée comme naturalisée dans cette approche. En effet, Berger et Luckmann (1986) reconnaissent également une dimension subjective et située des conduites humaines, liée à l'interprétation (extériorisation) et à l'intériorisation des normes et modèles ancrés socioculturellement. En ce sens, « alors qu'il est possible de dire que l'[humain] possède une nature, il est plus significatif de dire que l'[humain] construit sa propre nature, ou plus simplement, que l'[humain] se produit lui-même » (Berger et Luckmann, 1986, p. 104).

Dès lors, l'approche socioconstructiviste prend en compte le caractère social de la construction du sens, affirmant que l'expérience et les interactions sociales façonnent et redéfinissent les normes, symboles et cultures au sein de la société, tout en étant façonnées par elles : « *[M]eaning and understanding have their beginnings in social interaction, in shared agreements as to what these*

*symbolic forms are to be taken to be* » (Lock et Strong, 2010, p. 7). Ainsi, la construction de la réalité sociale s'effectue entre autres à travers la parole, c'est-à-dire en discours. Celui-ci se forme en tenant compte du contexte d'énonciation, du genre discursif et des autres types de normes discursives, des interactant·e·s présents dans la situation de communication, et des discours préexistant à la situation de communication, c'est-à-dire des interdiscours (Maingueneau, 2021)<sup>10</sup>. Le discours répond à ces éléments en reproduisant, en se conformant, en jouant ou en déjouant, voire en transgressant, les normes, symboles et cultures. On peut donc affirmer, grâce à cette approche, que le discours est fondamentalement social (Bakhtine, 1929/1977, dans Auriel *et al.*, 2016).

Cette approche socioconstructiviste permet d'analyser les dimensions intersubjectives, dialogiques, interactionnelles et sociohistoriques qui interviennent dans la construction des images publiques des politiciennes, notamment celles d'Angela Merkel (Auriel *et al.*, 2016). Par leur parole, les politiciennes agissent sur ce qu'elles sont, se définissent, en même temps que les contraintes contextuelles, interdiscursives et normatives affectent cette définition de soi : « Pour l'interactionnisme, l'individu est un acteur interagissant avec les éléments sociaux et non un agent passif subissant de plein fouet les structures sociales à cause de son habitus ou de la 'force' du système ou de sa culture d'appartenance » (Le Breton, 2012, p.46). La négociation des images publiques des politiciennes et des politiciens a été abordée dans la littérature sous un cadre socioconstructiviste, qui situe « la construction des images publiques dans une approche interactionniste qui articule les médiations sociales des comportements des politiciens avec les processus situés de coconstruction de l'échange » (Turbide, 2015, p. 6). Précisons ici que cette recherche se concentre principalement sur les rapports de coconstruction entre les allocutions d'Angela Merkel et les réponses médiatiques à ses prises de parole.

De manière plus concrète, en nous intéressant au processus de construction et même de négociation des images publiques de la chancelière, nous mettons en lumière son expérience discursive en tant que première femme à la tête de l'Allemagne, en relevant les stratégies discursives qu'elle adopte, dans un dialogue entre la manière traditionnelle dont le rôle de chancelier est performé et sa propre

---

<sup>10</sup> Nous nous penchons sur le concept de discours, et sur ses caractéristiques décrites ici, plus en profondeur dans les prochaines pages.



interprétation, notamment comme femme, tout en tenant compte des éléments contextuels de ses interventions, comme du contexte de crise.

### 2.1.2 Approche féministe

Ainsi, si l'approche socioconstructiviste nous permet d'explorer la négociation qui intervient dans la construction des images publiques d'Angela Merkel, l'approche féministe nous fournit des outils d'analyse essentiels pour comprendre la composante du genre au cœur de cette construction. En nous intéressant aux images publiques d'une politicienne, nous prenons en compte les attentes, représentations, figures, ou encore stéréotypes genrés, et nous mettons en lumière comment les politiciennes contribuent à produire, reproduire ou contester ces stéréotypes qu'on leur appose à travers la performance de leur genre, participant ainsi à la coconstruction de leurs images publiques.

Entre schémas de pensée collectifs androcentrés et stratégies personnelles, il existe une tension entre les structures idéologiques et la liberté relative des politiciennes par rapport à ces contraintes (Martel, 2008). Les études féministes, notamment à travers le prisme de Butler (2005), nous incitent à remettre en question les normes de genre, les considérant comme des constructions sociales. Dans cette approche poststructuraliste du féminisme, certaines autrices interrogent la naturalisation des normes de genre, « pour donner à voir les jeux de pouvoir et les forces en présence au sein du discours qui participent de l'organisation et du maintien d'un certain ordre social » (Le Gallo et Lomazzi, 2022, p. 260). Cet ordre peut être compris comme l'espace public patriarcal, structuré par des codes et des normes masculines : « *In this way, masculinist gender constructs were built into the very conception of the republican public sphere, as was a logic that led, at the height of Jacobin rule, to the formal exclusion from political life of women* » (Fraser, 1990, p. 59).

L'approche féministe poststructuraliste remet également en question la vision binaire du genre, en étudiant sa construction « dans et par le discours » (Cervulle, 2016, p. 308). En effet,

[L]e sexe est une construction qui se manifeste dans des actes discursifs se déployant dans le langage, mais aussi dans le corps. Ces actes discursifs citent les idéaux normatifs de la masculinité et de la féminité, notamment au travers de la répétition de gestes et d'attitudes stylisés. Ils composent une performance improvisée qui se déploie toutefois sur une scène de contraintes, celle des normes de genre. (Cervulle, 2016, p. 308)

Ainsi, le genre se performerait comme une imitation n'ayant pas de référence naturelle, prenant en compte les attentes perçues du rôle occupé et les normes de genre (Butler, 2005). Nous l'aborderons plus en profondeur dans ce chapitre.

De plus, à l'instar d'autres recherches féministes poststructuralistes (Coulomb-Gully, 2009; Trimble *et al.*, 2010; Pilote et Montreuil, 2021), notre recherche examine les mécanismes qui excluent et précarisent les femmes dans la sphère publique et politique, afin de penser une forme d'émancipation et de mettre en avant l'agentivité des politiciennes à travers la déconstruction des normes de genre dans leurs discours, ouvrant la voie à des identités mouvantes, instables, provisoires et contingentes (Le Gallo et Lomazzi, 2022). Cette démarche s'inscrit dans une réflexion critique visant à envisager un espace public plus démocratique, où les femmes peuvent reprendre le contrôle de leurs propres images publiques en évaluant les conditions d'émergence de figures de politiciennes transgressives ou alternatives, et ultimement, en subvertissant les catégories binaires traditionnelles du genre.

## 2.2. Principaux concepts

### 2.2.1. Le discours public

Étudier les images publiques d'une femme en position de pouvoir, lesquelles s'articulent notamment à travers le discours, exige inévitablement de s'attarder au concept même de discours. Le discours engage simultanément multiples usages et notions, développées tant dans le champ des sciences sociales qu'en sciences du langage. Nous comprenons ce concept comme l'usage concret de la langue qui se construit et se déploie en contexte : « *Discourse is not a product; it is a process. To analyse it we need to look at both the text itself and the interaction and context that the text is embedded in. A text is part of the process of discourse and it is pointless to study it in isolation* » (Talbot, 2007, p. 10). Ce processus peut se décortiquer en plusieurs éléments qui sont pris en compte lors de l'énonciation.

D'abord, le discours est régi par des formes d'organisation qui vont au-delà du texte, comme celui du genre communicationnel en vigueur dans un groupe social donné (Maingueneau, 2021). Dans une culture donnée, la capacité que nous avons de nous comporter conformément aux attentes, en

sachant à qui s'adresser lors d'une conférence de presse, ou en utilisant le niveau de langue adéquat dans un colloque scientifique, en sont des exemples (Charaudeau et Maingueneau, 2002). Maingueneau (2021) nous apprend aussi que des règles transversales au genre communicationnel s'imposent : des règles qui gouvernent les récits, les dialogues ou encore l'argumentation. Toute forme d'énonciation est, dans la même mesure, régie par des normes liées au système de communication, comme savoir quand parler et quand se taire, le faire d'une manière intelligible, ou discuter de ce qui est approprié dans la situation (Maingueneau, 2021). Les normes auxquelles répondre dans une situation donnée se définissent par ailleurs par le contexte, qui est un élément central au discours puisqu'il n'agit pas comme cadre du discours, mais bien à travers lui, car « il n'y a de discours que contextualisé » (Charaudeau et Maingueneau, 2002, p. 189). Finalement, répondre adéquatement à ces normes dans la construction d'un discours participe non seulement à les actualiser, mais ultimement à les légitimer (Maingueneau, 2021). Cette dynamique met en lumière la dimension agissante du discours que nous définirons au prochain paragraphe.

En effet, dans une perspective pragmatique, nous pouvons considérer le discours comme performatif, c'est-à-dire que sa production constitue une forme d'action. C'est ce qu'Austin, puis Searle, conceptualisent comme les actions pouvant être accomplies par la langue sur un continuum de valeur actionnelle, allant d'une valeur simplement constative à une valeur davantage performative (Krieg-Planque, 2012, p. 55). Ainsi, le discours peut être perçu comme vecteur de changement, ou du moins, ayant une forme de pouvoir par la simple utilisation de mots. Cela s'explique par l'effet perlocutoire qu'a le discours sur l'auditoire par une « transformation de la réalité effectuée par la parole » (Krieg-Planque, 2012, p. 67). Cette transformation de la réalité par le discours s'opère, pour Van Dijk, sur la base de l'interprétation par l'énonciateur·ice de la situation sociale, afin de définir et faire évoluer le contexte de la communication, notamment par des actes illocutoires (2004, dans Micheli, 2006). Ainsi, un discours peut autant « promettre, suggérer, affirmer [ou] interroger » (Maingueneau, 2021, p. 14). Ces actes illocutoires émergent de stratégies discursives déterminées par l'énonciateur·ice en prenant en compte les « contraintes posées par les cadres situationnels et les buts d'action » (Charaudeau et Maingueneau, 2002, p. 24) afin de construire dans le discours une action déterminée.

Si le discours est action, il est aussi inter-action. La dimension interactionnelle du discours s'observe facilement dans le cadre d'une conversation, mais elle a également lieu de manière plus subtile dans les allocutions ou les discours écrits (Kerbrat-Orecchioni, 2005). Pour Maingueneau, « toute énonciation, même produite sans la présence d'un destinataire ou en présence d'un destinataire qui semble passif, est prise dans une interactivité constitutive » (2021, p. 15), puisque l'énonciateur·ice anticipe le discours de ce destinataire dans la construction même de son discours. Mais lorsque les interactants ne sont pas en présence mutuelle, pouvons-nous appliquer une lentille interactionnelle au discours? À cet effet, Kerbrat-Orecchioni affirme que oui, « l'activité de parole implique toujours la prise en compte d'un destinataire » (2005, p. 16), mais qu'il importe de distinguer les phénomènes de dialogue au sein du discours, comme le discours rapporté, les proverbes et l'ironie, d'un discours monologal, ainsi que de distinguer le caractère interactif du non interactif. En ce sens, les phénomènes de dialogue dans le discours s'expliquent par la rencontre du discours avec « le discours d'autrui sur tous les chemins qui mènent vers son objet » (Bakhtine, dans Charaudeau et Maingueneau, 2002, p. 175).

Nous l'avons introduit dans les lignes précédentes, le discours d'un acteur·rice est en dialogue avec les discours ambiants. Ici, nous entendons *discours* en tant qu'événements de parole. Ainsi, un discours doit être compris en relation avec les discours coprésents et les discours antérieurs (Maingueneau, 2021). Ces discours, leurs références et leurs réactions s'entrelacent dans un interdiscours qui regroupe la « sédimentation collective des significations inscrites dans les usages de la langue » (Maingueneau, 2021, p. 17). Ainsi, au sein de cet espace interdiscursif se construisent des imaginaires sociodiscursifs qui, dans une mécanique d'accumulation et de réunion d'éléments interdiscursifs similaires, créent des ensembles de représentations sociales, des univers de pensée qui jouent un rôle de filtre axiologique (Charaudeau, 2023). En ce sens, les interdiscours ont un impact sur les normes en « construisant des savoirs de connaissances et de croyances, à l'intérieur desquelles viennent prendre forme les différentes figures de pensée » (Charaudeau, 2023, p. 245).

En outre, le concept de discours permet de saisir les grands principes qui influencent la parole, tant médiatique que politique. Plonger dans ce concept nous montre les cadres qui guident, influencent, engendrent et traversent la prise de parole.

### 2.2.1.1. Le discours politique

Quelle place prend le discours en politique? Est-ce un « simple artifice » (Turbide, 2018, p. 195) dans la pratique politique, ou bien est-ce un élément essentiel à la création d'une pensée politique, à la constitution d'identités, et à la mobilisation des citoyens? À cet effet, Charaudeau nous explique que « [l]e discours politique n'est pas le tout du politique, mais il n'est pas de politique sans discours politique. Celui-ci est constitutif de celui-là » (2005, p. 29). En ce sens, le discours politique s'inscrit dans une pratique sociale visant à influencer ou à établir des rapports de pouvoir et des idées circulant dans l'espace public (Charaudeau, 2005). Cette influence peut être décrite comme « l'action politique », qui participe à une échelle plus large à organiser la vie sociale autour de valeurs permettant de « prendre des décisions collectives » (Charaudeau, 2005, p. 12) dans un « vouloir de vivre ensemble » (Arendt, dans Charaudeau, 2005, p. 13). Mais le champ politique est aussi un lieu de lutte, comprenant la lutte pour le pouvoir politique, voire pour la « force symbolique » (Charaudeau, 2005, p. 60). Cette lutte aurait lieu dans le cadre de deux types d'activités : « celle du débat d'idées dans le vaste champ de l'espace public, lieu où s'échangent des opinions; [et] celle du faire politique, dans le champ plus restreint de l'espace politique, lieu où se prennent les décisions » (Charaudeau, 2005, p. 17). Le discours politique est aussi grandement lié à des stratégies de persuasion et d'adhésion afin de légitimer l'action politique. Cette légitimation passe entre autres par des stratégies de présentation de soi (*ethos*) qui seront abordées plus en profondeur dans la troisième section de ce chapitre. Ainsi, le discours politique serait une forme d'action politique, qui permet de motiver l'action de ses concitoyen·ne·s, de justifier, d'expliquer ou de donner un sens au faire politique : « Bref, les mots ne sont pas que des mots, mais ils ont le pouvoir de faire et de faire faire » (Turbide, 2018, p. 195).

Le discours politique est aussi en constante évolution. En effet, autrefois davantage monologal, impersonnel et statique, le discours politique a subi la transformation de ses pratiques communicationnelles due à la prégnance des médias traditionnels et socionumériques en politique, amenant le discours politique à être plus que jamais coconstruit dans une interaction avec un public, présent ou absent (Turbide, 2017). Cette coconstruction s'observe notamment dans les « dynamiques d'adaptation des comportements discursifs, vocaux et mimogestuels des [politicien·ne·s] » (Turbide, 2017, p. 20), sur une scène politico-médiatique où la concision, la simplification et la saillance sont maintenant des conditions de sa visibilité (Turbide, 2018).

Dans le cadre de cette recherche, nous nous penchons plus spécifiquement sur des discours politiques d'Angela Merkel sous la forme d'allocutions. L'allocution, issue de la tradition rhétorique, peut être conçue comme une activité de communication formelle à visée persuasive, s'adressant à un auditoire plus ou moins large ou précis, tant en présence de celui-ci qu'en son absence, et peut être livrée à l'occasion d'un événement, ou constituer un événement en lui-même (Turbide, 2018, p. 197). L'objectif de l'allocution peut être d'offrir une décision, une orientation ou une action face à un enjeu, ou encore de rassembler l'auditoire autour de valeurs communes (Turbide, 2018). Finalement, l'allocution devient une pratique quotidienne des politicien·ne·s, puisqu'elle est maintenant intégrée au circuit médiatique des personnes oratrices; ces dernières faisant ainsi face à des auditoires de plus en plus hétérogènes tant par leurs affiliations politiques que par leurs valeurs, leurs intérêts ou même leur nationalité (Turbide, 2018).

#### 2.2.1.2. Le discours médiatique

Le discours médiatique occupe une place importante dans notre recherche, puisqu'il permet de comprendre comment les images publiques produites lors des allocutions de Merkel circulent, se transforment et se stabilisent dans l'espace public. L'influence du discours médiatique réside dans sa circulation à l'intérieur et à travers les institutions, et dans son importance comme activité culturelle dans le quotidien de bien des citoyens qui écoutent le téléjournal ou la radio, ou lisent le journal ou des publications sur les médias sociaux afin de s'informer (Talbot, 2007). Le discours médiatique surplombe donc un ensemble large et hétérogène de dispositifs de communication, comme les médias dits traditionnels (presse écrite, radio, télévision) et les plateformes numériques (médias sociaux). Ce discours est caractérisé par sa puissance symbolique, grâce à sa capacité à « transformer le “monde à signifier” en “monde signifié” » (Charaudeau, 2011, p. 30), en nommant, qualifiant, narrant, modalisant, racontant ou expliquant les actualités sélectionnées. Au regard du discours politique, le discours médiatique permet de médiatiser les informations produites dans l'espace politique afin de rejoindre les publics, mais rapporte ces discours politiques en diffusant des extraits, favorisant une saillance symbolique propre au discours médiatique et menant à une fragmentation du discours politique (Turbide, 2018).

Nous avons évoqué au paragraphe précédent que des discours plus spécifiques circulent dans l'écosystème du discours médiatique. C'est le cas du discours journalistique qui nous intéresse

principalement dans ce mémoire, c'est-à-dire la part du discours médiatique émise à travers la pratique professionnelle du journalisme. On peut décrire le discours journalistique comme un ensemble d'énoncés relevant de la même formation discursive (Foucault, 1969 dans Charaudeau et Maingueneau, 2002) qui consiste ici « à rapporter des événements et à en proposer des explications » (Charaudeau, 2010, p. 10). En diffusant des nouvelles, les journalistes visent à servir la « démocratie citoyenne » (Charaudeau, 2011, p. 9) et à participer à construire l'opinion publique, alors que pour l'organe d'information, soumise à des logiques commerciales, l'objectif est de capter l'attention de son public plus longtemps et en plus grand nombre. Le discours journalistique est donc au centre de l'interaction qui a lieu entre les images produites lors des allocutions d'Angela Merkel et celles reprises par les médias.

Au-delà des distinctions entre divers dispositifs de communication (médias traditionnels, médias sociaux) et émetteurs (discours journalistique, éditorial) qui influencent la mise en discours médiatique, il est important dans le cadre de ce mémoire d'offrir une plus grande conceptualisation du discours médiatique en contexte international.

#### 2.2.1.2.1. Le discours médiatique en contexte international

Nous l'avons évoqué dans notre problématique : la médiatisation de la politique à l'international s'explique par un volume grandissant et sans précédent d'échanges commerciaux et financiers, de flux migratoires, et de technologies de l'information (Haas et Hird, 2013). Les technologies numériques et Internet étendent donc dès la fin du 20<sup>e</sup> siècle la portée du discours médiatique. Van Leuven et Berglez expliquent en ce sens que la distinction entre une information ou une nouvelle purement nationale, régionale ou internationale est de plus en plus imprécise : « *The boundary between domestic and foreign coverage is increasingly permeable, and news reporting should reflect these interconnections and the complexity of our current society* » (2015, p. 668). Les médias internationaux, principaux diffuseurs de l'actualité internationale, sont « des agences de presse des chaînes de télévision, des radios, des organes de presse écrite et des sites Internet d'information » (Fougier, 2010, p. 67). Leur particularité est de traiter de l'actualité internationale, tant de manière générale que spécialisée, et de diffuser généralement l'information en plusieurs langues. En somme, le discours médiatique se déploie dans un environnement où les frontières nationales de l'information sont de plus en plus poreuses et où de grands joueurs s'imposent.

En effet, le paysage médiatique international est grandement influencé par une hégémonie anglo-américaine, mais aussi occidentale. Ces hégémonies se perçoivent dans la langue principale utilisée afin de traiter de l'actualité internationale, c'est-à-dire l'anglais, et dans la possession majoritairement américaine et britannique des médias internationaux (Fougier, 2010, p. 68). Parmi ceux-ci, on compte les agences *Associated Press* et *Reuters*, les chaînes d'informations internationales *CNN International* et *BBC World News* et les journaux écrits *International Herald Tribune*, *Washington Post*, *The Financial Times*, *The Wall Street Journal*, *The New-York Times* et *The Guardian* (Fougier, 2010, p. 68; Marthoz, 2018, p. 65-66). Mentionnons tout de même l'émergence grandissante de médias non occidentaux comme *Al Jazeera*, bien que la chaîne soit toujours marquée de l'image d'un média régional traitant du monde arabe (Figenschou, 2013), ou de médias internationaux non-anglophones comme l'Agence *France-Presse*, *Le Monde*, *Courrier international*, *Euronews*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Deutsche Welle*, *El Pais* et *Africa 24*, qui demeurent néanmoins majoritairement occidentaux (Marthoz, 2018). Les médias d'actualité internationale sont non seulement largement consultés, mais ils sont aussi les plus cités en matière d'actualité internationale : l'information internationale provient « très largement des dépêches offertes par *Reuters* et *Associated Press*, mais aussi des nouvelles proposées par la *BBC*, dont le verbatim est largement reproduit en ligne » (Paterson, 2007, p. 63). Ainsi, quelle importance accorder à la domination de l'actualité internationale décrite ci-haut? Devant une poignée de magnats de la nouvelle qui contrôlent l'actualité internationale, et considérant leur importance dans l'écosystème international pour la juste représentation des politicien·ne·s, comment influencent-ils le discours médiatique?

Une piste de conceptualisation de cette question réside dans la dimension idéologique et culturelle des médias (Hall, 2009). En effet, l'occidentalisation des réseaux de communication internationaux impose un cadre culturel et idéologique dominant qui homogénéise les représentations du monde. Ces cadres de compréhension reproduisent, mais légitiment aussi des structures de pouvoir existantes grâce à la puissance symbolique du discours médiatique. Comme le soulignent Jinxin et Yicheng (2006), cette idéologie dominante est intégrée à multiples enjeux internationaux, dont « la représentation médiatique des conflits » (p. 5), et reproduit des structures de pouvoir basées sur l'intérêt national et l'opinion des élites. La diffusion de schèmes de valeurs uniques oriente la manière dont les événements sont interprétés et relayés à l'échelle globale, instaurant une certaine



homogénéité de l'information et consolidant une vision du monde largement façonnée par les centres de pouvoir médiatique occidentaux (Granjon, 2020, p. 352-353). Aborder l'hégémonie, notamment anglo-saxonne des médias ainsi que leur domination idéologique et culturelle, demande toutefois de mentionner brièvement l'existence de discours contre-hégémoniques, des discours en marge qui s'opposent aux idéologies portées par les hégémons, se positionnant donc en résistance au discours dominant (Hussein, 2025). Ces discours sont notamment féministes et anticoloniaux (Paveau, 2023).

#### 2.2.1.3. Le discours de crise

Dans l'espace public au sein duquel les discours politiques et médiatiques dialoguent, des contextes particuliers engendrent des discours spécifiques. C'est le cas de contextes de crises internationales comme des guerres, des flux migratoires ou des pandémies, qui engendrent des discours de crise produits par des cheffe-s d'État. Comment définir ces discours de crise? D'abord, les crises peuvent être décrites comme des événements perturbateurs qui peuvent avoir des conséquences sur des individus, des organisations ou des sociétés. Elles peuvent se développer lentement comme dans le cas de la crise environnementale ou d'un conflit armé, ou encore se manifester en chocs soudains comme dans le cas d'une catastrophe financière ou naturelle (Matthews, 2023). Les perturbations causées par les crises sont souvent surprenantes, bien que le dénouement de certaines crises de plus longue haleine soit prédictible, mais surtout, elles entraînent de l'instabilité et de l'incertitude au sein de la population, voire de la détresse (Giasson et Prince, 2019). Dans l'espace politico-médiatique, on peut également concevoir des crises politiques, qui surviennent « lorsqu'un enjeu touche l'intégrité d'un gouvernement ou d'un élu » (Giasson et Prince, 2019, p. 62), ou des crises médiatiques, qui résultent d'un « enjeu d'actualité qui s'amplifie et qui perdure dans le temps » (Giasson et Prince, 2019, p. 62), au point où le gouvernement doit se prononcer ou intervenir.

L'incertitude créée par la crise est ce qui engendre la communication de crise ou le discours de crise. En effet, la nature surprenante, dévastatrice ou insécurisante de la crise crée chez les citoyens un besoin d'information afin de comprendre ce qui s'est produit, recevoir des directives et donner un sens à l'événement (Sellnow, 2015). Elle amène dans un second temps l'organisation ou le gouvernement responsable de la gestion de crise à protéger sa réputation et ses intérêts financiers.

Coombs (2009) nous explique par ailleurs que dans le processus de gestion de la crise, les responsables sont appelés à anticiper la perception des acteurs impliqués, afin de répondre adéquatement à leurs attentes, que les effets de la crise soient atténués et que leur image soit protégée.

Le discours de crise peut prendre plusieurs formes. Mais malgré la présence grandissante des médias socionumériques dans la communication politique, les médias traditionnels demeurent au centre des communications de crise, où la conférence de presse, composée d'une courte allocution et suivie d'une période de questions, est privilégiée (Giasson et Prince, 2019). Le discours de crise dans l'espace politique, parfois improvisé, d'autres fois scripté quelques heures avant d'être prononcé, place les leaders politiques dans un rôle clé où ils doivent montrer au public qu'ils sont responsables de la situation : « *When this crisis situation persists for weeks, months or even years [...], it becomes even more imperative for the decision-makers to be seen as 'in charge' and as actively engaged in communication about the situation* » (Diamantaki et Mourka, 2023, p. 118). Pour réussir son discours de crise, le ou la leader politique doit faire preuve d'un ensemble de compétences, comme la résilience, la transparence, le leadership et une certaine fermeté, et communiquer avec confiance, clarté, exactitude, positivité et empathie (Diamantaki et Mourka, 2023). Exprimer une forme de solidarité avec les émotions de son public ou celles des victimes de la crise semble être au cœur du rôle du ou de la leader politique responsable du discours de crise. En effet, montrer son humanité et son authenticité par l'expression d'émotions et d'empathie serait un élément central au succès d'un discours de crise, en comblant à la fois un rôle de consolateur·ice et de conseiller·ère, et en élaborant un narratif qui rassure et qui pose la crise comme une préoccupation commune (Diamantaki et Mourka, 2023).

En somme, si le discours dans l'espace public est à la fois régi par des normes, traversé par des interdiscours, et qu'il peut être porteur d'action, voire de pouvoir, comment envisager le genre comme influence du discours politico-médiatique en contexte de crise – qu'il s'agisse des contraintes qu'il impose, des influences qu'il exerce ou des opportunités qu'il présente?

### 2.2.2. La performativité du genre

Alors qu'au chapitre premier nous brossons un portrait de la littérature sur la médiatisation genrée, nous prenons ici un pas de recul afin de définir ce concept de genre et la façon dont il se produit et reproduit en discours.

À la base d'un code fondamental selon lequel se construisent les interactions et les structures sociales, le « sexe » oriente les conceptions que les individus ont de la nature humaine (Goffman, 1977). Le couple conceptuel « sexe » / genre, abondamment critiqué dans la littérature féministe, permet tout de même de distinguer la notion biologique de la notion sociale (Baril, 2007). Le « sexe » commence à être conçu dans les années 1970' comme un construit social (Baril, 2007), mais son impact social demeure important, malgré la prégnance contemporaine du concept de genre :

*From the start, persons who are sorted into the male class and persons who are sorted into the other are given different treatment, acquire different experience, enjoy and suffer different expectations. In response there is objectively overlayed on a biological grid - extending it, neglecting it, countering it - a sex-class-specific way of appearing, acting, feeling. (Goffman, 1977, p. 303)*

Ainsi, être biologiquement identifiée comme femme à la naissance induit un ensemble d'attentes et d'expériences qui engendrent une socialisation dans le genre féminin (Goffman, 1977). En ce sens, le genre a un impact central sur l'identité des personnes qui, « sans s'en rendre compte, se conformeraient aux prescriptions comme si elles allaient de soi, comme si elles étaient naturelles » (Thériault, 2022, p. 246). Cette idée que le genre féminin est acquis et non naturel constitue l'une des contributions centrales de De Beauvoir, qui identifie un ensemble de « croyances, de traditions, de présupposés et de comportements qui sont associés à la féminité » (Thériault, 2022, p. 245) qui, lorsqu'on les dévoilent, peuvent être rejetés, questionnés ou acceptés. Quelques exemples de supposés comportements naturellement féminins seraient la passivité, l'attrait pour le beau, l'instinct maternel ou encore la capacité de prendre soin des autres.

Des féministes de troisième vague ont succédé aux féministes de la deuxième vague, qui remettent non seulement en question la soi-disant essence féminine, mais aussi la binarité du genre tel que défini dans *Le Deuxième Sexe* de Beauvoir. L'une des autrices centrales à cette vague est

Butler qui, dans *Trouble dans le genre* (2005), propose une réflexion discursive sur le genre, et le théorise comme étant performatif. Au début de son ouvrage, Butler demande : « Si le genre est construit, pourrait-il être construit autrement, ou son caractère construit implique-t-il une forme de déterminisme social qui exclut la capacité d'agir et la capacité de toute transformation? » (p. 70) En faisant écho à des auteur·rice·s comme Wittig, Kristeva et Foucault, Butler nous explique que le « sexe », à la fois discursif et prescriptif, est un « régime épistémique historiquement contingent, un langage qui façonne la perception en imposant les relations à travers lesquelles les corps physiques sont perçus » (Butler, 2005, p. 227). Le genre ainsi que le sexe deviendraient donc une réalité à travers le langage, puisque la langue ne fait pas que nommer les choses, elle les fabrique (Thériault, 2022, p. 252). Le discours est donc central à la construction du genre. En ce sens, l'identité, déterminée par des concepts régulateurs comme le sexe, le genre, l'orientation sexuelle (entendu ici l'hétérosexualité) offrent une matrice de normes cohérentes, qui invisibilise ou rend inenvisageable des identités dites inintelligibles, comme l'identité lesbienne (Butler, 2005, p. 84-85). C'est ainsi dans la performance de cette matrice de normes que le genre se stabilise, et donc se perpétue : « le genre n'est pas un nom, pas plus qu'il est un ensemble d'attributs flottants, car nous avons vu que dans le cas du genre l'effet de substance est produit par la force performative des pratiques régulant la cohérence du genre. [...] Ainsi, le genre est toujours un faire, mais non le fait d'un sujet qui précéderait ce faire », et se reproduit grâce à sa « répétition parodique sans « original », c'est-à-dire que « l'identité originale à partir de laquelle le genre se construit est une imitation sans original » ou origine (Butler, 2005, p. 96, 107 et 261).

Voir le genre comme performatif ouvre la porte à une possible performance subversive de ce genre, et donc à une forme d'émancipation ou d'agentivité dans la manière qu'une femme peut être femme. Butler propose à la fin de son ouvrage des performances subversives subtiles du genre, comme les « clivages, les parodies de soi, l'autocritique et des représentations hyperboliques du « naturel » qui, dans leur exagération même, en révèlent le statut fondamentalement fantasmique » (Butler, 2005, p. 273).

Le genre tel que décrit notamment par Butler est non sans rappeler les négociations qui s'opèrent dans le discours et dans la langue, tant avec le contexte, les interactant·e·s ou les interdiscours en place. De cette façon, les constructions du genre féminin se déposent dans les normes et dans les

imaginaires à force de répétitions et de performances plus ou moins collées à une construction sans original. Il semble donc tout à fait pertinent d'étudier l'évolution des constructions du genre en discours. Nous avons aussi établi qu'il est possible de subvertir le genre par des performances parodiques ou encore hors norme. Mais les pistes de subversion explorées restent limitées vu les cadres de contraintes dans lesquels elles s'inscrivent. Ainsi, dans les deux prochaines sections, nous allons tenter de définir un concept associé au genre, soit le concept de stéréotype, et de mieux établir la question de la subversion avec les concepts d'agentivité et de transgression.

#### 2.2.2.1. Les stéréotypes de genre

Introduite par Lippman en 1922, le concept de stéréotype a évolué depuis sa première définition « [d']images dans notre tête qui médiatisent notre rapport au réel » (Pilcher et Whelehan, 2017). Néanmoins, cette définition est une bonne porte d'entrée à l'exploration du concept. Centraux à l'étude des dynamiques sociales, les stéréotypes sont souvent communément conçus comme des clichés ou des idées reçues qui façonnent notre perception des groupes sociaux. « Ainsi le stéréotype apparaît comme une croyance, une opinion, une représentation concernant un groupe et ses membres » (Amossy et Herschberg Pierrot, 2021, p. 42), et opère en généralisant et en simplifiant ladite représentation. Le stéréotype de genre peut donc être décrit comme des idées préconçues basées sur le sexe et le genre assigné, dans lesquelles les individus se voient attribuer des caractéristiques, des différences et des rôles supposément communs aux hommes ou aux femmes (Chang'orok et Kiprotich, 2015).

Le stéréotypage est souvent considéré comme un processus cognitif, mais selon Augustinos et Walker (1998), il est plus adéquatement décrit comme une pratique discursive située. Cela signifie que les stéréotypes ne sont pas figés ni immuables; ils varient en fonction des contextes et sont influencés par l'enlacement d'interdiscours sur le sujet. Cette fluidité des stéréotypes souligne leur caractère social et construit, remettant en question l'idée qu'ils seraient ancrés dans une réalité objective (Amossy et Herschberg Pierrot, 2021, p. 40). En outre, les stéréotypes jouent donc un rôle crucial dans la formation de l'identité sociale de l'individu en suggérant ou en dictant un naturel qui n'existe pas (Amossy et Herschberg Pierrot, 2021, p. 38).

L'effet identitaire et d'identification créé par les stéréotypes de divers groupes socioéconomiques, ethniques, de genre, d'orientation sexuelle ou encore d'appartenance professionnelle entraîne des représentations collectives médiatisées, qui ont un impact puissant sur la manière dont les individus se perçoivent et interagissent les uns avec les autres (Amossy et Herschberg Pierrot, 2021, p. 46). Mais cet effet n'est pas tout puissant et ne s'impose pas que dans l'inconscient des individus. Effectivement, le stéréotype peut faire l'objet de négociations dans le discours :

En effet, la présentation de soi conforme, qui confère une autorité au locuteur, lui permet aussi de nouer des liens étroits avec ses semblables et de s'assimiler à un groupe de pairs – servant par là même de signe distinctif qui le sépare des autres, des membres des groupes concurrents auxquels il n'appartient pas et dont il ne se réclame pas. [...] Le stéréotypage qui y préside peut être involontaire comme il peut être délibéré ; il peut être réfléchi comme il peut rester un point aveugle. Dans tous les cas, il a des effets sociaux et politiques qui se traduisent souvent par des jeux de pouvoir et des enjeux de domination. (Amossy, 2010, p. 63)

Ainsi, loin d'être un simple reflet passif de l'inconscient collectif, les stéréotypes s'inscrivent dans une dynamique discursive où ils sont mobilisés, négociés, contestés ou réappropriés, révélant les tensions et les rapports de pouvoir qui traversent les interactions dans l'espace public et politique.

#### 2.2.2.1.1. Stéréotypes de genre en politique

Dans cette perspective, que savons-nous des stéréotypes de genre qui traversent l'espace public au sujet des politiciennes? Nous avons déjà évoqué certains stéréotypes envers les politiciennes dans notre problématique, puisque la médiatisation genrée des politiciennes est grandement influencée par les stéréotypes qui leur sont attribués. En outre, une grande part des stéréotypes visant les politiciennes reposent sur l'idée qu'elles seraient inadaptées au monde politique, en raison d'une perception historique qui associe la politique au masculin et valorise des caractéristiques dites masculines comme celles d'être franc, autonome, confiant, décisif et combatif (Bauer, 2015; Rohrbach, 2024). À l'opposé, les femmes sont perçues selon des caractéristiques typiquement féminines liées à leur genre : « *Feminine stereotypes characterize women as warm, nurturing, and sensitive, and these qualities contrast with the expectation [of] political candidates [...]. The alignment between communality with women and agency with men creates the perception of women as unfit for roles requiring agentic traits* » (Bauer, 2015, p. 691-692). Ce stéréotype d'inadaptation, voire d'incompétence des femmes en politique se décline en divers stéréotypes liés à leurs attributs

attendus, comme la sensibilité, l'écoute, la douceur, la gentillesse, la coopération, la serviabilité et la sincérité (Sourd, 2005; Bauer, 2015; Schnoebelen et Winfrey, 2019; Rohrbach, 2024) et à leurs compétences perçues, comme dans les dossiers liés au *care*, dont la jeunesse, la famille, l'éducation et la santé, et à l'opposé, leur incompétence perçue dans les dossiers comme la défense et l'économie (Fridkin et Kittilson, 2008; Holtz-Bacha, 2014). En adéquation avec une compétence perçue dans la gestion de dossiers liés au *care*, les politiciennes sont aussi perçues comme étant plus à gauche sur le spectre politique que leurs homologues masculins : « Alors que ce stéréotype est particulièrement nuisible aux candidates de gauche qui apparaissent alors comme « trop libérales », cela peut s'avérer être un avantage pour celles dites de droite » (Gingras, 2014, p. 120).

Par ailleurs, soulignons que ces stéréotypes activent, notamment dans les médias, des représentations en adéquation avec leur rôle de genre, c'est-à-dire des représentations de politiciennes comme mères (du peuple), filles, épouses, protégées ou femmes avant tout (Sourd, 2005; Lemarier-Saulnier et Lalancette, 2012). À l'inverse, l'image stéréotypée que l'on se fait des femmes les positionne en porte-à-faux avec leur rôle de politicienne, menant à des représentations marquées d'une connotation péjorative envers des attributs dits masculins qu'elles incarnent, comme c'est le cas dans la représentation de la dame de fer (Van Zoonen, 2006). Enfin, l'évaluation négative de leurs attributs dits féminins peut aussi mener à des représentations stéréotypées avec une connotation négative, par exemple avec des représentations comme diva ou star (Lemarier-Saulnier et Lalancette, 2012).

Ensuite, tel qu'évoqué précédemment, l'importance historiquement accordée au rôle reproducteur des femmes accentue un regard sur leur corps dans l'espace public, marqué par un *male gaze* qui perpétue des violences sémantiques à travers des représentations sexualisantes (Coker et Funk, 2016; Krook, 2021). Ce phénomène alimente des représentations stéréotypées des politiciennes :

Si la femme porte une tenue trop ostensiblement identifiée à la séduction, elle se décrédibilise, passant vite pour une gourde. Si, au contraire, elle s'habille sans recherche particulière d'harmonie, se maquille peu, ne se préoccupe guère de sa silhouette un peu ronde, elle sera la risée des caricaturistes et on s'interrogera même sur les causes de son manque de féminité (Delporte, 2011, dans Gingras, 2014, p. 92).

Ces stéréotypes attribués aux politiciennes se manifestent parfois différemment dans différents contextes socioculturels. Par exemple, Gingras nous apprend aussi que le phénomène de starisation et de vedettariat est beaucoup plus fort en France qu’au Québec ou même dans le reste du Canada, accentuant ainsi des représentations stéréotypées des « figures politiques par le biais de leur apparence physique, de leur vie amoureuse ou familiale » (2014, p. XII).

Bref, la société construit les rôles et les attentes qui accompagnent le genre, établissant ainsi une hiérarchie entre les genres et participant à façonner non seulement l'identité individuelle, mais également les interactions sociales. Mais ces stéréotypes font aussi l’objet de négociations dans le discours, dans une construction mouvante de ceux-ci. Nous avons soulevé un ensemble de stéréotypes attribués aux politiciennes, tant basé sur des attributs et compétences genrés que sur des représentations stéréotypées qui en découlent – certaines plus figées que d’autres – qui évoluent au gré de la présence grandissante des femmes en politique. En ce sens, dans quelle mesure les politiciennes contribuent-elles à subvertir les stéréotypes de genres dans l’espace public?

#### 2.2.2.2. Agentivité et stratégies discursives de résistance

Nous avons vu que les stéréotypes de genre ont tendance à influencer les représentations des politiciennes, mais que ces représentations ne sont pas figées, offrant un espace pour déplacer, contourner ou peut-être subvertir le genre. C’est dans cette perspective qu’il devient pertinent d’examiner l’agentivité et les stratégies discursives de résistance pouvant être mobilisées par les politiciennes malgré les contraintes en place.

Le concept d’agentivité en sciences sociales est largement compris comme la capacité d’agir ou d’influencer « les événements et les êtres » (Office québécois de la langue française, 2017). Il est attribuable à la contribution scientifique d’entre autres Weber, Berger et Luckmann, ainsi que de Giddens, qui tentent d’expliquer la manière dont les humains influencent les structures sociales tout en tenant compte des contraintes structurelles en place (Laplante, 2021). Comprise comme une forme d’autonomie, de liberté ou d’autorité morale dans l’expression de son existence (Davies, 1991), l’agentivité des femmes doit aussi être comprise dans le contexte où ces qualités relèvent traditionnellement du masculin. En d’autres mots, les qualités attribuables à la « capacité d’agir » seraient associées à un naturel masculin, alors que le genre féminin serait compris comme passif et



construit en opposition à la norme masculine : « *Western tradition [...] wants women to be passive and [...] suspects active women to be agents provocateurs, manipulators who incite other to harm* » (Gardiner, 1995, p. 1). En ce sens, comment les femmes peuvent-elles avoir un pouvoir de négociation ou de transformation, que ce soit à plus petite échelle en interaction, ou à plus grande échelle sur les structures sociales?

Si le genre se construit à travers le discours, et si le discours est négocié en interaction et coconstruit en tenant compte du contexte et d'interdiscours parfois conflictuels, l'agentivité semble aussi opérer à travers le discours, selon certains auteur·rice·s. De ce fait, l'agentivité pourrait s'exprimer dans certains choix faits dans les prises de parole : « *The speaking/writing subject [...] can use the terms of one discourse to counteract, modify, refuse or go beyond the other, both in terms of her own experienced subjectivity and in the way in which she chooses to speak in relation to the subjectivities of others* » (Davies, 1991, p. 46). En ce sens, même une citation ou une référence à un discours antérieur doit être vue comme une prise de possession dudit discours par l'énonciateur·ice, comme la réalisation d'une nouvelle pièce de vêtement à partir de tissus existants (Davies, 1991). À travers la parole ou l'écrit, les individus peuvent utiliser les discours, et peuvent se déplacer à l'intérieur et entre ceux-ci afin de prendre conscience de la façon dont ils raisonnent avec eux, ou de la façon dont ils s'y assujettissent. Renforcée par l'idée que les structures sociales, incluant celles du discours, sont coconstruites, fluides et en constante réactualisation, la parole serait une forme subtile d'influence, à la portée et déjà utilisée par les femmes, afin de reproduire des normes issues du patriarcat, ou actionner le changement et transformer les structures (Gardiner, 1995, p. 14). Pour d'autres auteur·rice·s, l'agentivité est parfois issue d'un processus plus inconscient, en s'imposant dans la simple nécessité de choisir entre des positions potentiellement conflictuelles offertes par des discours environnants (Leipold et Winkel, 2017).

#### 2.2.2.2.1. Transgressions des normes de genre

Nous avons évoqué le pouvoir subtil que les femmes pourraient mettre en œuvre dans leurs discours, afin d'éventuellement transformer les structures androcentrées qui les gouvernent, mais quel impact cela peut-il avoir sur leurs représentations? Existe-t-il des exemples de représentations qui transgressent les normes de genre et les stéréotypes qui sont attribués aux politiciennes? Bien que nous n'ayons pas trouvé dans la littérature des exemples concrets de politiciennes ayant

transgressé les normes et attentes à leur endroit, il semble possible de définir ce que représenterait une transgression de leurs normes de genre.

D'abord, la transgression semble renvoyer à un écart volontaire, allant jusqu'à un rejet ou à une insurrection devant une ou plusieurs normes de genre : « *When the boundaries of 'good woman'-hood are so exacting, so impossible to successfully navigate, with disapproval and censure around every bend, a certain freedom can be found in a wholesale rejection of goodness, and value in womanhood found instead in divergence, deviance and dissent* » (Bentham et Rumson, 2022, s.p.). Ainsi, cette dissidence représente un risque, puisqu'elle est par définition illicite, ce qui peut mener à des représentations péjoratives comme celle de la sorcière (Bentham et Rumson, 2022). Néanmoins, il semble que certains espaces soient plus propices à une performance plus libre de son genre, voire une performance transgressive. C'est le cas par exemple du monde littéraire et cinématographique, où des figures féminines peuvent remettre en question les normes de genre. Citons Owen et ses collaborateur·ice·s (2007) qui souligne une transgression aux normes de genre dans le film *The Final Girl*, où l'héroïne fait l'acquisition et la démonstration d'une connaissance approfondie des technologies et de l'armement, domaine typiquement réservé aux hommes. Nous pensons également à la figure de l'amazone dans la littérature, qui s'inscrit dans un monde matriarcal où les femmes sont non seulement puissantes et fortes, mais parfois belliqueuses (Djondo, 2016). Par ailleurs, si nous revenons au monde politique, Krieg-Planque évoque qu'il existerait trois types de ruptures langagières qui peuvent être dégagées dans le livre politique, lieu plus propice aux transgressions que l'arène politique traditionnelle : « dire la vérité », « adopter une liberté de ton », et « oser prendre la parole » (2020, p. 1). Enfin, des transgressions plus subtiles des politiciennes semblent possibles grâce à la mobilisation de procédés rhétoriques tels que l'ironie, ou en adoptant une présentation de soi spécifiquement adressée aux femmes (Butler, 2005; Dirse, 2013)

Bref, il semble que le pouvoir d'agir des femmes offert par la prise de parole pourrait mener à certaines transgressions subtiles aux normes de genre, bien que des exemples concrets soient rares dans la littérature. Ces choix, voire ces écarts, dans leur présentation de soi semblent ouvrir la voie à de possibles redéfinitions de représentations de politiciennes. Dès lors, le concept d'*ethos* s'impose afin de comprendre l'articulation de la présentation de soi dans le discours, ainsi que les facteurs qui l'influencent.

### 2.2.3. L'*ethos*

Issu de l'héritage rhétorique d'Aristote, l'*ethos* connaît plusieurs dénominations en sciences sociales et du langage, telles que l'image, l'image publique, la présentation de soi, ou encore l'identité communicationnelle, « chaque fois définie comme un concept vaste, aux multiples aspects » (Turbide, 2009, p. 11). En effet, le concept est à l'origine d'une instabilité terminologique pour désigner l'objet à l'étude, mais dans tous les cas, ils partagent une vision similaire de la construction de ces *èthè* ou images publiques (Turbide, 2015)<sup>11</sup>. D'abord compris comme un outil de persuasion rhétorique<sup>12</sup>, le concept d'*ethos* serait un moyen pour l'orateur·ice de gagner la confiance de son public, et possède trois caractéristiques centrales : dialogal, réflexif et émergent (Auchlin, 2000). Le concept aristotélicien est maintenant compris non seulement comme émergent, mais comme constitutif du discours, c'est-à-dire qu'il fait partie intégrante des interactions dans l'espace public et même de l'espace social (Amossy, 2010, p. 42).

L'*ethos* n'est pas à confondre avec la personne réelle de l'énonciateur·ice. En fait, il est une image de soi construite à travers le discours à partir de différents éléments contextuels, situationnels et identitaires, et en relation avec une « scène d'énonciation » (Maingueneau, 2002, p. 64). En ce sens, l'*ethos* tisse des liens avec le concept de présentation de soi développé par Goffman (1973), qui décrit cette (re)présentation de soi comme un masque qui laisse paraître une partie de sa personnalité, de ses caractéristiques, sans présenter l'ensemble de sa personne :

On a envisagé le moi représenté comme une sorte d'image, habituellement honorable et digne, que l'individu se trouvant en scène, dans la peau du personnage, essaie d'amener les autres à se faire de lui. [...] [C]e moi lui-même n'émane pas de son possesseur, mais de la totalité du spectacle de son activité, puisqu'il est produit par le caractère circonstanciel des événements qui permet aux spectateurs d'interpréter la situation. (Goffman, 1973, p. 238)

L'*ethos*, en construction perpétuelle à travers les différents discours de l'énonciateur·ice, ne doit pas nécessairement être compris comme une présentation manipulatrice de son « acteur ». En effet,

---

<sup>11</sup> Après avoir fait ce ménage conceptuel, nous utiliserons principalement le concept d'*ethos* afin de décrire et étudier l'image d'Angela Merkel construite à travers le discours politique ou médiatique. Néanmoins, nous continuerons à utiliser à l'occasion les notions d'image, d'image publique et de présentation de soi afin de rendre la lecture plus dynamique.

<sup>12</sup> En rhétorique, l'*ethos* fait partie, avec le *logos* et le *pathos*, de la trilogie des moyens de preuve (Charaudeau et Maingueneau, 2002).

ce dernier « peut être complètement pris par son propre jeu » (Goffman, 1973, p. 25), ou encore être cynique devant son jeu. Mais, dans les deux cas, le jeu s'organise « à l'intention des autres » (Goffman, 1973, p. 25). L'énonciateur·ice met alors en place un ensemble de stratégies d'*ethos* qui peuvent viser à persuader l'autre de sa crédibilité, à favoriser une identification de son public, ou encore à construire une identité discursive, qui s'incarnent par le biais de procédés discursifs verbaux et paraverbaux, explicites et implicites (Charaudeau, 2005). En ce sens, la dimension explicite fait référence au moment où l'énonciateur·ice s'exprime par un « je » et s'autodésigne ou s'autodéfinit à travers des qualités, des états émotifs, des idées qu'iel s'attribue ou des acteur·ice·s auquel·le·s iel s'associe (Turbide, 2009). Quant à elle, la dimension implicite réfère plutôt à la « mise en voix » (Turbide, 2009, p. 14) des éléments énumérés plus haut, à savoir le ton, le débit, le choix des mots, l'organisation du discours, ainsi que les comportements mimogestuels (Maingueneau, 2002).

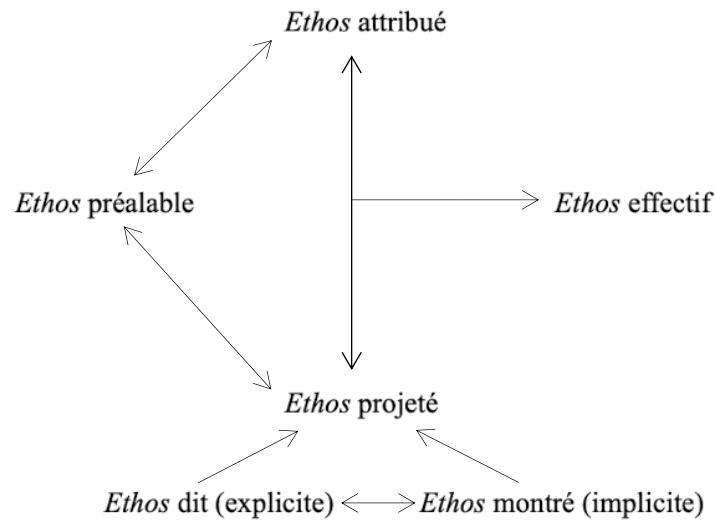
À travers ces stratégies d'*ethos*, l'énonciateur·ice peut mobiliser, selon les circonstances, des figures différentes qui s'entrecroisent, coexistent, se renforcent ou se contredisent et constituent ensemble un bouquet ou un assemblage d'*èthè* (Charaudeau, 2005). Par exemple, un *ethos* de chef pourrait coexister avec un *ethos* d'humanité, ou à l'inverse, un *ethos* d'ouvrier pourrait contraster avec un *ethos* de chef. On comprend alors que l'*ethos* est au cœur des discours politiques, et participe étroitement à la vie démocratique dans l'objectif que le public, ou ici les citoyen·ne·s, aient une image des politicien·ne·s la plus alignée possible avec ce qu'iels souhaitaient projeter, de façon à recevoir l'adhésion à sa personne, aux idées ou à ce qu'iels représentent.

Les stratégies d'*ethos* que mobilisent l'énonciateur·ice s'élaborent en relation avec un *ethos* préalable ou prédiscursif, c'est-à-dire à partir de la conception que se fait l'énonciateur·ice de ce que le public perçoit d'iel : « L'*ethos* est affaire de croisement de regards. [...] Or, cet autre, pour construire l'image du sujet parlant, s'appuie à la fois sur les données préexistantes au discours – ce qu'il sait *a priori* du locuteur – et sur celles apportées par l'acte de langage lui-même » (Charaudeau, 2005, p. 88). En effet, puisque la présentation de soi repose sur des représentations partagées, il appartient à l'énonciateur·ice de positionner ses *èthè* en relation à l'image préalable que se fait l'auditoire ou qu'il imagine qu'il se fait, que ce dernier soit en présence ou en absence, à son statut, à sa réputation ou à ses idées antérieures, tous liés à un ensemble de stéréotypes et de représentations sociales, afin d'assurer l'efficacité de son image et éviter une dissonance (Amossy,

2010). Cet *ethos* préalable est d'autant plus important dans l'espace public, où les médias jouent un rôle clé dans la présentation des politicien·ne·s et où iels sont associé·e·s à des images qu'iels peuvent confirmer ou transgresser dans chacun de leurs discours (Maingueneau, 2002). Il est donc clair que l'*ethos* préalable présente des opportunités et des contraintes pour le ou la politicien·ne. En effet, pour prendre l'exemple d'Angela Merkel, son statut de cheffe lui permet de s'exprimer avec une légitimité propre à sa position sociale, mais l'oblige à performer un *ethos* conforme à celle-ci. Ainsi, ces *ethos* préalables peuvent aussi devenir des entraves à une présentation de soi transgressive. Néanmoins, il est possible d'observer un retravail ou un remodelage de l'*ethos*, souvent sur une plus longue période, tout en s'assurant d'éviter de nombreux pièges qui pourraient rendre l'*ethos* dissonant aux yeux de l'auditoire (Amossy, 2010).

L'ensemble des stratégies d'*ethos* présentées, tenant compte de l'*ethos* préalable, des représentations sociales et des stéréotypes, se concrétisent – en mots et en comportements mimogestuels – en l'*ethos* projeté par l'énonciateur·ice. Et comme nous l'avons évoqué précédemment, l'*ethos* projeté n'est pas nécessairement interprété par l'auditoire de la même manière, mais varie selon leur affectivité et leur sensibilité propre (Turbide, 2009). En présence mutuelle, la rétroaction de l'auditoire permet en temps réel d'accepter, de réfuter ou même de négocier l'*ethos* en cours de projection, mais lors d'allocutions où le public est physiquement absent, ce dernier ne peut que croire ou non l'image qu'on lui propose (Turbide, 2009). En contexte médiatique, l'*ethos* attribué dans un texte ou un propos rapporté est l'interprétation qui est proposée par le média de l'*ethos* projeté, que cette interprétation soit alignée à celle proposée, négociée, ou encore réfutée.

Figure 2.1. Schéma de l'*ethos* en interaction, inspiré du schéma de Maingueneau (2002)<sup>13</sup>



Bref, nous avons, dans les dernières pages, défini le concept d'*ethos* dans son interaction avec l'auditoire et les *èthè* préalables, et avons effleuré certains paramètres qui entrent en dialogue avec la construction, l'interprétation et la négociation de celui-ci. Ces paramètres contextuels, situationnels et individuels, seront détaillés dans les prochaines pages.

### 2.2.3.1. Paramètres contextuels et situationnels de l'*ethos*

#### 2.2.3.1.1. Imaginaires sociodiscursifs

L'*ethos* ne se construit pas dans un vide culturel et social, mais en porte pleinement l'empreinte. En effet, il se construit et se comprend à partir de représentations préexistantes qui font partie de l'imaginaire collectif. Ces « imaginaires sociodiscursifs » (Charaudeau, 2023) seraient donc le produit d'une activité de perception signifiante qui occasionne des imaginaires sociaux, parfois transculturels ou socioculturels, se déposant dans la mémoire collective, et qui en retour donne sens à la réalité tel un filtre axiologique à travers le discours. Cette mécanique de représentations sociales permet de construire des univers de pensée au sein de l'espace interdiscursif, et c'est la réunion d'éléments interdiscursifs similaires qui créent les imaginaires sociodiscursifs qui s'érigent éventuellement en normes ou en comportements, par exemple à travers des normes de genre

<sup>13</sup> Dans ce schéma, l'*ethos* effectif devient le prochain *ethos* préalable.

(Charaudeau, 2023). Plus concrètement, ces imaginaires « circulent dans les groupes sociaux, s’organisant en systèmes de pensée cohérents créateurs de valeurs, jouant le rôle de justification de l’action sociale » (Charaudeau, 2007), et peuvent même se faire lutte. Notre conception de la mort, de la souveraineté ou même du genre sont des exemples d’imaginaires sociodiscursifs. Enfin, on comprend que l’*ethos* s’appuie sur les représentations sociales ancrées dans nos imaginaires, mais il peut les réactualiser, les conforter ou les transformer en retour (Amossy, 2010).

#### 2.2.3.1.2. Idéologie

Charaudeau (2023) propose de définir l’idéologie dans le discours comme un système d’idées et de jugements porteur de valeurs « qui témoigne[nt] d’un certain univers de discours fermé sur lui-même selon une logique unique » (p. 225). L’idéologie aurait une visée morale, affective et pragmatique, qui repose sur une croyance absolue en quelque chose qui semble d’une totale évidence (Charaudeau, 2023). À la manière des imaginaires, l’*ethos* se construit à travers, et participe à construire en retour, les idéologies. Ceci est encore plus vrai dans le discours politique, où l’image et la pensée sont constitutives de l’acteur politique, c’est-à-dire que l’*ethos* projeté révèle le positionnement politique et idéologique du ou de la politicien·ne, tout en agissant comme cadre à sa présentation de soi (Turbide, 2009). Ainsi, des idéologies comme le communisme, le fascisme, ou même l’idéologie patriarcale peuvent traverser les *ethos* des politicien·ne·s.

#### 2.2.3.1.3. Valeurs

Si des imaginaires sociodiscursifs offrent un filtre axiologique, et si l’idéologie pose certaines valeurs comme dominantes à d’autres, il importe de définir brièvement ce que représentent les valeurs dans le discours et comment elles interviennent dans la construction d’*ethos*. Les valeurs semblent s’incarner dans l’*ethos* par certaines manières de se comporter lors de la mise en voix d’un discours : des valeurs comme la bienveillance, la franchise ou la modestie peuvent être montrées (Kerbrat-Orecchioni, 2002). Les valeurs peuvent aussi être représentées par un collectif. On pense par exemple aux valeurs que portent la société française comme la liberté, celles soutenues par un gouvernement conservateur comme la stabilité, ou celles que l’on s’attend que les femmes incarnent comme la bienveillance ou la solidarité. Enfin, dans le discours politique, l’*ethos* peut aussi permettre de susciter l’adhésion de l’auditoire à certaines valeurs, ou encore, une

valeur collective faisant consensus pourrait être mobilisée afin de susciter une interprétation favorable de l'*ethos* projeté du ou de la politicien·ne (Charaudeau, 2005).

#### 2.2.3.1.4. Situation de communication

Tel que nous le rappelle Van Dijk (1997), le discours politique peut se retrouver dans différentes situations de communication. En effet, le discours politique peut être prononcé dans une allocution formelle au Parlement, encadré par les règles et le décorum parlementaire, ou encore émerger de discussions informelles, lors de débats ou d'entrevues télévisés. En ce sens, la situation de communication, sociohistoriquement située, dans laquelle l'*ethos* est construit joue un certain rôle, téléguidant une certaine manière d'être et de parler (Maingueneau, 2002). Ainsi, la situation de communication de laquelle émerge l'*ethos* l'encadre et le module, c'est-à-dire que l'énonciateur·ice doit maîtriser les codes du rôle typifié afin d'assurer la légitimité de son discours, comme les codes de l'espace politique patriarcal, mais la situation peut aussi lui offrir, à différents degrés, une certaine liberté de transgression des normes (Amossy, 2010). À cet effet, on pourrait penser par exemple à des politicien·ne·s tentant de trouver une manière parlementaire de critiquer ou même d'invectiver leur adversaire dans une allocution, à l'espace moins scripté de la conférence de presse qui permet parfois aux politicien·ne·s de s'aventurer, avec plus ou moins de succès, hors de leur script, ou à l'inverse à une situation de communication de crise scriptée qui répond à des attentes bien précises (Coombs, 2009).

#### 2.2.3.2. Paramètres individuels

##### 2.2.3.2.1. Identités

À des paramètres contextuels et situationnels s'ajoutent des paramètres individuels qui ont une influence sur les *ethos* préalables, les stratégies d'*ethos* choisies, ainsi que sur l'attribution d'*èthè*. L'identité correspond à « l'ensemble des propriétés – positions, croyances, connexions – qui permettent à un locuteur de se situer par rapport à un sous-groupe de référence » (Vincent, 2000, p. 134). Par exemple, les rôles sociaux, les attributs professionnels et personnels comme l'âge, le genre attribué, l'orientation sexuelle, la classe sociale ou l'état matrimonial ont une incidence sur la présentation de soi (Turbide, 2009). L'identité sociale, qui préexiste au discours, conditionne le droit ou la légitimité de l'énonciateur·ice pour prendre la parole dans une situation de



communication donnée, identité qui peut donc le ou la légitimer, ou encore lui nuire (Charaudeau, 2005). Dans le cas du discours politique, des identités politiques sont par ailleurs négociées ou revendiquées, c'est-à-dire que des valeurs, des représentations et des croyances peuvent s'ériger en identité politique, et être incarnées en tout ou en partie à travers des *ethos* (Turbide, 2009). On considère ici que les identités sont générées, un peu comme le genre, à travers les activités discursives, notamment des actes assertifs qui permettent au locuteur de s'auto-identifier ou d'établir des relations identificatoires et oppositionnelles entre lui-même et le monde à travers son discours (Vincent, 2000). Ainsi, comme l'explique Maingueneau (2002), l'*ethos* correspond à la mise en forme discursive de ces identités, c'est-à-dire qu'il est le résultat d'une stratégie par laquelle l'énonciateur·ice façonne, à travers les contraintes présentes, une identité incarnée par sa prise de parole. Cette identité projetée influence alors les représentations mutuelles de l'auditoire. On comprend donc que cette identité projetée est continuellement négociée en discours : « Modelée par la *doxa*, les attentes, les réactions de l'auditoire, toute présentation de soi apparaît comme une négociation d'identité » (Amossy, 2010, p. 103). Soulignons finalement que l'*ethos* participe à faire émerger chez l'énonciateur·ice une certaine conscience de soi, notamment par l'utilisation du couple de pronoms "je"-"tu", qui singularise l'individu et lui permet de se définir plus durablement en relation à un autre (Amossy, 2010).

#### 2.2.3.2.2. Genre

Bien que nous ayons déjà défini le genre plus tôt dans ce chapitre, il importe d'expliquer comment celui-ci s'articule au concept d'*ethos*. À cet effet, Bonnafous (2002) part des écrits de Viala pour expliquer qu'« il ne peut y avoir de construction des images de soi et d'activité interprétative correspondante sans activités de stéréotypage et d'identification collective » (p. 36). Comme nous l'avons vu, plusieurs stéréotypes de genre s'immiscent dans notre manière de concevoir ce que devrait être un ou une politicien·ne, ainsi que dans les processus d'identification. En ce sens, la politicienne fait face à une double contrainte (Bourdieu, 1998) et doit prendre en compte dans la construction de son image son *ethos* préalable, en partie imprégné des représentations sociales que nous nous faisons du genre féminin, en plus de l'*ethos* typifié traditionnellement attribué aux politiciens masculins. Considéré ainsi, l'*ethos* attribué à la politicienne peut entrer en dissonance avec ce qu'elle propose, par exemple lorsque le public la considère comme trop agressive, ou comme dépourvue de leadership. Mais comme nous l'avons vu, la performance de genre offrirait,

du moins à ce stade conceptuel, une opportunité de proposer des *ethos* subvertissant le genre féminin dans le cadre de fonctions traditionnellement masculines (Butler, 2005). Rappelons à cet effet l'étude de Bonnaïfous (2003) qui montre que certaines politiciennes revendiquent un *ethos* féminin, alors que d'autres semblent s'inscrire dans une image « pragmatique empathique » (p. 134) qui combinerait des qualités traditionnellement perçues comme féminines avec des qualités masculines.

### 2.3. Questions de recherche spécifiques

Dans ce chapitre, nous avons tenté d'amener des pistes de réflexion conceptuelles à la question : comment les *èthè* d'Angela Merkel se construisent dans ses discours prononcés et ceux des médias internationaux au regard des attentes et des stéréotypes de genre à son endroit, et ce, en contexte de crise internationale ou régionale? Nous remarquons en concluant ce chapitre qu'à travers les normes qui régissent des types de discours, comme le discours politique et le discours de crise, et malgré les stéréotypes de genre qui influencent la performance de genre des politiciennes et leur présentation de soi dans une double contrainte avec des *ethos* politiques typiquement masculins, il semble exister une étroite fenêtre d'action. Un espace où les politiciennes, à la manière d'un funambule, doivent trouver l'équilibre sur un mince fil pour exercer une agentivité discursive dans la mise en scène de leur image. Un espace étroit où des *èthè*, parfois contradictoires, peuvent cohabiter et être négociés avec les contraintes bien en place, tout en conservant leur efficacité communicationnelle. En ce sens, nous posons les questions de recherche spécifiques (QRS) suivantes :

- QRS1 : Par quelles stratégies d'*ethos* Angela Merkel se met-elle en scène à travers ses allocutions?
- QRS2 : Comment les *èthè* produits par la chancelière dans ses allocutions sont (ré)interprétés par les médias internationaux à travers les *èthè* attribués par ces derniers? <sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Pour des raisons de temps et d'accès au corpus, nos questions de recherche ne prennent pas en compte l'*ethos* préalable de la chancelière allemande.

- QRS3 : Dans quelle mesure les *èthè* produits par Angela Merkel et attribués par les médias internationaux souscrivent, négocient, réfutent ou transforment les attentes et les stéréotypes de genre à son endroit?

Notons que la QRS3 porte un regard sur l'ensemble de notre recherche, afin d'évaluer la mise en discours des stéréotypes à travers les *èthè* d'Angela Merkel. Cette question vise donc aussi à évaluer le degré de correspondance ou de divergence entre les *èthè* revendiqués par Angela Merkel, et ceux attribués par les médias internationaux, pour voir, par exemple, s'ils activent les mêmes stéréotypes, mais différemment.

## CHAPITRE 3

### MÉTHODOLOGIE

Cette troisième section de notre mémoire s'attarde à la méthodologie à employer afin de répondre à ces deux questions de recherche spécifiques. Nous débutons par expliquer notre approche méthodologique inductive, qualitative et féministe, avant d'entrer dans les détails de la méthode d'analyse choisie, soit l'analyse féministe et critique de discours. Par la suite, nous présentons le corpus sélectionné d'allocutions et d'articles médiatiques. Suivant cette présentation des données, les dimensions d'analyse énonciative, sémantique, rhétorique et pragmatique sont détaillées et intégrées dans des grilles d'analyse. Ces dernières permettent de nourrir un examen détaillé des *èthè* projetés et attribués d'Angela Merkel, tant au moment de ses allocutions que dans les médias.

#### 3.1. L'approche méthodologique

En guise de rappel, cette recherche s'inscrit dans une posture épistémologique socioconstructiviste et féministe. Socioconstructiviste, car nous étudions la dimension intersubjective et dialogique qui intervient dans la coconstruction des *èthè* de la chancelière (Auriel, 2016). Puis, féministe, puisque l'objectif qui sous-tend cette recherche est de participer à déconstruire la « stabilité de la distinction entre masculin et féminin » dans les discours publics (Butler, 2005). Cela nous permettra de constater les enjeux de genre qui participent à définir l'expérience et les discours des femmes en politique.

Une approche méthodologique qualitative semble donc de mise afin de considérer les réalités subjectives et intersubjectives des discours comme des objets de connaissance scientifique et d'instruments de recherche (Anadón et Guillemette, 2007). Comme dans plusieurs recherches qualitatives, une approche inductive est favorisée, c'est-à-dire que l'on considère que la « connaissance est produite à partir des données par opposition au raisonnement déductif où les connaissances théoriques précèdent la lecture de la réalité » (Anadón et Guillemette, 2007, p. 31). Concrètement, cette approche permet une construction progressive de l'objet d'étude via des allers-retours entre les données et la théorie, et tient compte des subjectivités et interactions entre la chercheuse et l'objet de recherche (Anadón et Guillemette, 2007). Ainsi, l'approche inductive

positionne la chercheuse comme une interpréteuse non seulement des données énoncées dans le discours, mais aussi de ce qui est interprété par les participant·e·s au discours dans un processus de coconstruction des discours, et des images : « L'interprétation des discours [...] consiste à reconstituer [...] les interprétations à la fois possibles et affichées [...] qui ne sont pas toujours convergentes. [...] Il revient à l'analyste [...] d'exhumer et de rendre visible la partition invisible de l'interaction » (Kerbrat-Orecchioni, 2005, p. 81-89).

Le deuxième pilier méthodologique de notre recherche repose sur l'approche féministe, envisagée ici dans sa dimension fondamentalement critique. Cette approche ne se limite pas à une simple prise en compte des rapports de genre, mais vise à interroger, déconstruire et contester les structures qui perpétuent les inégalités entre les genres. Elle permet donc de rendre compte des enjeux de genre dans les discours politico-médiatiques tels qu'évoqués à de multiples reprises dans les deux premiers chapitres de ce mémoire. Plus spécifiquement, nous entendons montrer comment les présupposés et stéréotypes ancrés dans la langue, et ses pratiques, sont imprégnés de l'idéologie patriarcale et participent à l'oppression historique des femmes (Lazar, 2007). En ce sens, l'approche féministe traverse l'ensemble de notre démarche analytique : elle guide notre lecture critique des textes, oriente notre attention vers les présupposés, les sous-entendus et les stéréotypes, et nous permet d'identifier les formes de résistance, de négociation ou de subversion présentes dans les discours. Cette approche critique revêt une importance cruciale lorsqu'on reconnaît que la place des femmes en politique reste récente, et que les discours politiques et même médiatiques demeurent empreints de cette hiérarchie historique des genres. Ainsi, le discours apparaît dans cette approche comme un lieu de lutte entre représentations sociales divergentes, et permet de reconnaître les forces de reproduction et de contestation autour du genre et de sa performance (Lazar, 2007; Butler, 2005). Bref, l'approche féministe nous aide à identifier les marqueurs discursifs qui permettent de reproduire, négocier ou transgresser les stéréotypes de genre en politique.

### 3.2. La méthode d'analyse : l'analyse féministe et critique de discours

Au regard de notre approche épistémologique et méthodologique, il apparaît qu'adopter une méthode féministe et critique d'analyse de discours nous permet de nous pencher sur les stratégies discursives qui construisent le genre (Butler, 2005), tout en tenant compte des éléments

sociopolitiques et sociodiscursifs androcentrés qui interviennent dans la production des *èthè* produits et attribués d'Angela Merkel. Cette méthode offre la possibilité de révéler les dynamiques de pouvoir qui se déploient dans la coconstruction de discours, construisent le monde symbolique (Krieg-Planque, 2017), et produisent souvent des représentations stéréotypées des femmes en politique.

De manière générale, l'analyse féministe et critique de discours (AFCD, en anglais FCDA) permet de révéler les images qui prennent vie à travers le discours, grâce à l'analyse de l'entière du discours et à la prise en compte du caractère situé du discours, c'est-à-dire de l'amont et de l'aval du discours, du contexte sociopolitique et de la situation de communication (Turbide et Duval, 2022). L'AFCD met aussi en évidence le travail d'interaction constant entre l'énonciateur·ice et son ou ses public(s) dans une optique de coconstruction continue du sens (Turbide et Duval, 2022). Ainsi, l'AFCD, particulièrement développée par Lazar (2007) et grandement inspirée de celle de Fairclough (1988), l'analyse critique de discours (en anglais, *CDA*), intègre trois moments de l'étude des textes oraux ou écrits : la description de la parole produite à travers des textes (par exemple l'univers sémantique utilisé), l'analyse de la pratique discursive (par exemple par la mise en relation de l'énonciateur·ice et de son public à travers le discours), puis l'analyse des interactions entre les événements socioculturels et le discours (par exemple via la relation discursive entre un discours politique et les discours médiatiques qui s'en suivent) (Fairclough, 1988, p. 26). Deux principes méthodologiques doivent être également pris en compte par l'interprétabilité du discours :

- Le principe d'interprétation : Ce principe demande à l'analyste de formuler des hypothèses interprétatives en adoptant le point de vue des participant·e·s eux-mêmes (endogène), c'est-à-dire en analysant le sens à partir de leur manière de coconstruire et d'interpréter le discours. Cela signifie que l'analyste doit s'appuyer sur les outils développés en sciences du langage, en sociologie, en ethnométhodologie et en anthropologie afin de reconstituer les tensions et les négociations dans la création de sens à travers le discours, que les participant·e·s soient en présence mutuelle ou non (Turbide, 2009).
- Le principe d'atomisation des actions : « Le discours comme produit fini n'est jamais donné comme tel à l'analyste » (Turbide, 2009, p. 77), c'est-à-dire qu'il faut dégager les fines couches du discours (par exemple ici les strates énonciatives, sémantiques, rhétoriques et

pragmatiques du discours) qui, additionnées ensemble, offrent un portrait global de la dynamique de la construction du discours.

Plus spécifiquement, l'approche féministe et critique d'analyse de discours permet de tenir compte de principes interreliés surplombant l'analyse de discours. Premièrement, l'analyse de discours s'inscrira dans une approche d'activisme analytique féministe, qui critique activement les pratiques qui maintiennent l'ordre social patriarcal (Lazar, 2007, p. 145). Dans notre cas, cet activisme se reflète dans notre pratique analytique qui vise à remettre en question les stéréotypes de genre. Deuxièmement, cette recherche rendra compte de la performativité idéologique du genre, qui s'immisce dans la création du monde signifié à travers les pratiques sociodiscursives (Lazar, 2007, p. 146). Cela signifie que grâce à l'AFCD, nous dévoilons l'idéologie patriarcale et du genre dans le discours politique, qui se retrouve tant chez les femmes que les hommes dans les marques subtiles reproduites dans leurs discours. Troisièmement, l'approche féministe permettra de tenir compte de la complexité du genre, de sa définition normative et binaire, et des relations de pouvoir qui y sont liées et qui maintiennent des structures sociales oppressives (Lazar, 2007). En effet, ces normes internalisées sont maintenues à travers des pratiques discursives androcentrées dominantes. Mais elles peuvent aussi être contestées: « *The task then of feminist CDA is to examine how power and dominance are discursively produced and/or (counter-)resisted in a variety of ways through textual representations of gendered social practices, and through interactional strategies of talk* » (Lazar, 2007, p. 149). Ainsi, selon le quatrième principe de l'AFCD, cette dernière permet de rendre compte de la coconstruction discursive du genre, en mettant l'accent sur son caractère itératif, à l'opposé de la vision du genre immanent et transhistorique (Lazar, 2007). Cela permet éventuellement d'apercevoir les possibilités de déconstruction du genre tel que nous le connaissons. Et, finalement, notre recherche s'inscrira dans une « réflexivité critique » (Lazar, 2007, p. 152), c'est-à-dire dans une pratique de recherche qui s'assure de l'avancée réelle du projet féministe, et ce, en pratiquant l'autoréflexivité envers le positionnement théorique de la chercheuse et son application pratique.

### 3.3. Le corpus

Dès les balbutiements de cette recherche, nous nous sommes intéressés à Angela Merkel comme objet d'étude. En tant que première femme chancelière allemande, avec une influence significative

sur la politique internationale contemporaine et sur une variété d'enjeux et de crises, le travail de Merkel pour façonner ses *èthè* au fil des ans est riche, dépassant le simple cadre d'un cas d'étude. Ainsi, nous avons recensé la littérature portant sur la construction de ses *èthè* et avons constitué notre corpus d'analyse autour de cet objet, dans l'objectif de tirer des enseignements qui pourraient se transposer dans le futur à d'autres politiciennes sur la scène internationale.

Le corpus de recherche se divise en deux, pour faire écho à nos deux premières questions de recherche spécifiques, soit en un corpus d'allocutions d'Angela Merkel, et un corpus d'articles tirés de médias internationaux qui rapportent, commentent et réinterprètent les allocutions sélectionnées. Ce corpus mixte nous permet de tenir compte de la dimension comparative de notre question principale en observant les *èthè* projetés par la chancelière allemande, et ceux attribués par les médias. Également, notre corpus mixte se justifie par notre approche théorique socioconstructiviste qui nous amène à vouloir observer comment les discours de différents énonciateur·ice·s coconstruisent des images publiques communes ou distinctes, qui s'informent l'une l'autre dans un processus dynamique (Auriel, 2016).

La constitution de notre corpus est le résultat d'une démarche inductive complète, marquée de certaines contraintes que nous explicitons dans les prochaines lignes. En effet, pour déterminer quels discours allaient être retenus dans notre corpus, nous devons prendre en compte à la fois la difficulté d'accès à la documentation, la langue du discours, ainsi que sa portée internationale. Comme la langue maternelle de la chercheuse est le français, qu'elle est bilingue, mais ne parle pas allemand, les discours devaient soit être produits en anglais, ou être traduits en anglais dans leur intégralité. Par ailleurs, l'accès aux allocutions de la chancelière s'avérant particulièrement complexe, notamment après la fin de ses mandats, le choix des discours de Merkel a dû être effectué en premier, avant la sélection du corpus médiatique international. Ainsi, le choix des crises étudiées dans le cadre de ce mémoire est directement le fruit de notre approche inductive et des contraintes d'accès à la documentation que nous avons rencontré. Cela signifie qu'en ayant d'abord sélectionné les allocutions de la chancelière, le choix des articles du corpus médiatique fut déterminé en fonction des périodes de crise associées aux allocutions choisies. Nous y reviendrons à la section 3.3.3. Néanmoins, la couverture médiatique internationale a servi de critère déterminant des



allocutions : seules les allocutions ayant généré un nombre suffisant d'articles à portée internationale ont été intégrées au corpus, assurant la pertinence des deux corpus<sup>15</sup>.

### 3.3.1. Le corpus d'allocutions d'Angela Merkel

La collecte d'allocutions de la chancelière allemande a donc été effectuée sur quelques sites officiels recensant des discours à portée internationale : le site du Bundestag allemand<sup>16</sup> dans la section des archives de discours, le site de la bibliothèque numérique de l'Organisation des Nations Unies (ONU)<sup>17</sup>, et le site du Parlement européen<sup>18</sup>. Nous avons aussi mobilisé des mots clés très simples comme « Angela Merkel » ou « Merkel » afin d'avoir accès à l'ensemble de ses discours et d'ensuite évaluer leur pertinence au regard de notre recherche. Nous avons tenté de sélectionner des discours qui, ensemble, couvrent une période assez étendue de ses mandats afin de voir l'évolution de ses *ethè* à travers le temps, mais cela s'est avéré difficile considérant que nombreux de ses discours ont été archivés lorsqu'elle a quitté son poste. Un premier discours fut néanmoins trouvé grâce à nos connaissances préalables de l'impact de la chancelière dans l'accueil de réfugié·e·s lors de la crise des migrants de 2015. Ce dernier nous a été procuré par le Centre d'information et de documentation du Bundestag. L'ensemble des discours ont été sélectionnés sur la base des critères d'inclusion et d'exclusion suivants :

1. Le discours est politique<sup>19</sup>, c'est-à-dire qu'il est porté ici par Angela Merkel, et poursuit une action politique orientée vers l'international ;
2. Le discours doit traiter d'une crise internationale ou régionale, et répondre aux critères du discours de crise<sup>20</sup>;
3. Le discours doit avoir suscité une quantité suffisante d'articles des médias internationaux ;
4. Le discours doit répondre au format de l'allocution, selon la définition de Turbide (2018)<sup>21</sup>;

---

<sup>15</sup> Cette considération correspond au critère 3 d'inclusion ou d'exclusion, listé à la section suivante.

<sup>16</sup> Peut être consulté à l'adresse suivante : <https://www.bundesregierung.de/breg-en/news/speeches>

<sup>17</sup> Peut être consulté à l'adresse suivante : <https://digitallibrary.un.org/?ln=en>

<sup>18</sup> Peut être consulté à l'adresse suivante : <https://www.europarl.europa.eu/plenary/en/debates-video.html#sidesForm>

<sup>19</sup> Tel que défini à la section 2.2.1.1. du cadre théorique.

<sup>20</sup> Tels que défini à la section 2.2.1.3. du cadre théorique. Par ailleurs, les discours traitant de plusieurs enjeux internationaux à la fois, comme des discours sur l'orientation de l'ONU ou du Parlement européen, ne furent pas retenus puisqu'ils ne répondaient pas aux critères du discours de crise. En effet, ces discours offraient plus souvent une orientation générale ou un bilan.

<sup>21</sup> Tel que défini à la section 2.2.1.1. du cadre théorique.

5. Le discours doit avoir été prononcé entre le 22 novembre 2005 et le 8 décembre 2021, période au pouvoir d'Angela Merkel ;
6. Le discours doit être traduit en anglais.

Ainsi, la collecte a permis de faire émerger trois allocutions issues de trois moments phares, tous liés à des crises internationales marquantes de ses mandats : le conflit russo-ukrainien de 2014, la crise des migrants de 2015, ainsi que la crise de la COVID-19 en 2020. Nous pouvons affirmer que ces trois crises, à elles seules, sont des événements majeurs qui ont profondément marqué l'ordre mondial et se sont imposées en priorité pour plusieurs États pour une période prolongée. En effet, le conflit russo-ukrainien constitue un tournant géopolitique en Europe en ravivant les tensions entre l'Est et l'Ouest (Smale, 2014); la crise des migrant·e·s représente quant à elle l'un des plus importants mouvements de population du 21<sup>e</sup> siècle (Fargues, 2016); et enfin, la pandémie de la COVID-19 constitue une crise sanitaire mondiale sans précédent (Amossy et Siess, 2022). Du point de vue de notre objet de recherche, notons que ces trois crises couvrent une période de 6 ans des mandats comme chancelière d'Angela Merkel, répartis sur deux de ses quatre mandats, permettant d'apprécier une bonne part de son temps au pouvoir ainsi que l'évolution de ses *èthè*. Sur le plan thématique, ces trois crises traitent d'enjeux différents : l'une est un conflit d'occupation territorial armé, l'autre est une crise humanitaire, et la dernière est une crise sanitaire. Nous verrons que cette diversité de thématiques permettra lors de l'analyse de déplacer notre regard sur différents aspects du leadership de la chancelière, facette particulièrement intéressante pour révéler ses *èthè* dans des contextes variés. Néanmoins, par leur caractère transnational, ces crises offrent un terrain d'analyse cohérent pour comprendre comment Angela Merkel a négocié ses images publiques et établi son leadership dans le temps, tel que nous le soulignons au tableau 3.1.

Tableau 3.1 Le corpus d’allocutions d’Angela Merkel

| Dates        | Longueur des discours | Langues                                                                 | Contextes et informations générales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Pertinences à l’analyse                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13 mars 2014 | 2574 mots             | Traduction officielle en anglais du Bundestag allemand                  | <a href="#">Policy Statement by Federal Chancellor Angela Merkel on the Situation in Ukraine</a> <sup>22</sup> – Discours prononcé devant le Bundestag allemand à la suite d’actions menées par la Russie en Crimée les 1 <sup>er</sup> et 11 mars 2014.                                                                                                                                             | Ce discours annonce au parlement, à l’Union européenne et au G7 la position de la chancelière au regard de cette crise, et la place comme leader internationale devant cette situation.                                                                                                                                        |
| 31 août 2015 | 2726 mots             | Traduction en anglais grâce à un traducteur professionnel <sup>23</sup> | Allocution précédant une conférence de presse fédérale à Berlin, devant des journalistes nationaux au sujet de la crise des migrants. Cette allocution a lieu une semaine après sa rencontre avec le Président français afin de trouver des solutions communes à cet enjeu.                                                                                                                          | Ce discours semble avoir forgé certaines images d’Angela Merkel dans l’espace politico-médiatique international. En effet, six ans plus tard, ce discours était toujours positionné comme un moment phare de ses mandats <sup>24</sup> .                                                                                       |
| 18 mars 2020 | 1918 mots             | Traduction officielle du Bundestag allemand                             | <a href="#">An Address to the Nation by Federal Chancellor Merkel</a> <sup>25</sup> – Discours télévisé enregistré au préalable, puis diffusé sur les ondes publiques allemandes.<br><br>Notons que ce genre d’allocution est exceptionnel pour la chancelière, mais aussi dans le contexte allemand, où des discours télévisés se limitent normalement à l’occasion du Jour de l’an <sup>26</sup> . | Ce discours semble aussi avoir participé à forger ses images à l’international, notamment en matière de gestion de crise. En effet, cette crise mondiale sans précédent a amené les médias à se tourner vers les autres leaders internationaux, dont Merkel, et à comparer les approches en matière de gestion de la pandémie. |

<sup>22</sup> L’allocution est également disponible à l’annexe A.

<sup>23</sup> Puisque ce discours n’a pas été traduit officiellement par le Bundestag allemand, nous avons fait traduire en anglais l’allocution originale par un traducteur professionnel, M. Michael Varga. L’allocution traduite ainsi que l’allocution originale sont disponibles à l’annexe B.

<sup>24</sup> Exemple d’article en faisant mention : <https://www.politico.eu/article/angela-merkel-wir-schaffen-das-5-years-on/>

<sup>25</sup> L’allocution est également disponible à l’annexe C.

<sup>26</sup> Selon le journaliste Chazan du Financial Times : <https://www.ft.com/content/46988700-700b-11ea-9bca-bf503995cd6f>

### 3.3.1.1. L'analyse de discours de textes traduits

Soulignons un enjeu méthodologique et de faisabilité de notre recherche auquel nous faisons face. Cet enjeu réside dans la traduction des textes originaux, qui complexifie l'aspect énonciatif de la prise de parole qui sera analysé. En effet, lors de l'acte de traduction, l'énonciation originale est subordonnée à une nouvelle énonciation qui peut orienter le sens différemment à travers des variations sociolinguistiques (Léda, 2012). Afin d'atténuer cette difficulté, nous avons favorisé des traductions officielles des discours d'Angela Merkel, tel que présenté au tableau 3.1. En tant que discours institutionnels de la plus haute instance du gouvernement allemand, la traduction par le Bundestag allemand semble donc représenter une énonciation qui, sans être authentique, correspond aux visées stratégiques de l'instance productrice. Malgré ce qui vient d'être dit, Léda (2012) affirme que le texte traduit peut tout de même être analysé selon ce qu'il légitime comme interprétation, c'est-à-dire que le texte peut être ouvert à des problématiques extérieures à ses variations sociolinguistiques. En ce sens, un discours traduit pourrait très bien être analysé grâce à son contexte, dans une perspective décoloniale ou encore féministe, sans s'enfermer uniquement dans la linguistique du texte. Si une traduction est nécessaire, ce qui fut notre cas, l'autrice nous mets en garde des rapports de supériorité du ou de la traducteur·ice, de l'exotisation du texte, de sa politisation, et recommande l'ajout de notes au texte lorsque celui-ci demande au ou à la lecteur·ice des connaissances extérieures (Léda, 2012).

### 3.3.3. Le corpus médiatique

Les articles des médias internationaux furent donc sélectionnés à la suite des trois discours précédemment présentés. La collecte des articles a été faite au moyen des bases de données *Eureka* et *Factiva*, ainsi qu'avec la plateforme Google Actualité. Les requêtes suivantes ont été utilisées, en sélectionnant des critères de source internationaux, régionaux et continentaux :

- « Merkel » et « Ukraine », du 13 mars 2014 au 20 mars 2014;
- « Merkel » et « Migrant », du 31 août 2015 au 7 septembre 2015;
- « Merkel » et « COVID-19 », du 18 mars 2020 au 25 mars 2020.

Les articles retenus ont été sélectionnés selon les critères suivants :

1. L'article répond aux critères du discours médiatique<sup>27</sup>, c'est-à-dire qu'il propose des explications et des représentations en rapportant un événement (Charaudeau, 2010). Nous rejetons ici les textes d'opinion de notre sélection, c'est-à-dire les discours de commentaires comme les chroniques et les éditoriaux, puisqu'ils ne sont pas soumis au même travail journalistique de mise en récit des événements, qui nous intéresse ici.
2. L'article doit être tiré d'un média à portée internationale, c'est-à-dire d'un média proposant une couverture médiatique d'événements à travers le monde pour un public régional ou international<sup>28</sup>.
3. L'article doit aborder pour une grande partie du texte l'allocution d'Angela Merkel, et doit en proposer une interprétation. En ce sens, les brèves ont été écartées du corpus. Les seules unités d'information (UI)<sup>29</sup> du corpus médiatique qui seront retenues pour l'analyse sont celles qui se rapportent au discours de la chancellerie.

Au regard du paysage médiatique international largement anglophone et structuré par l'hégémonie des médias anglo-saxons, notre corpus est majoritairement composé d'articles en anglais, à quelques exceptions près (Fougier, 2010). Notons que cette réalité de l'écosystème médiatique international s'impose à notre recherche vu la nature des allocutions d'Angela Merkel et des crises sélectionnées. Il importe donc de souligner que cette domination linguistique et culturelle façonnera inévitablement les cadres interprétatifs de notre analyse, notamment la manière dont les stéréotypes de genre apposés à la chancellerie seront formulés, relayés ou amplifiés dans les textes médiatiques, qui sont traversés par une dimension culturelle propre à cet écosystème occidental (Granjon, 2020; Jinxin et Yicheng, 2006).

Notons par ailleurs que de ces articles, nous retenons quatre discours distincts qui, ensemble, composent le discours médiatique : le discours journalistique (DJ) qui, sur le plan énonciatif, est

---

<sup>27</sup> Tel que défini à la section 2.2.1.2. du cadre théorique.

<sup>28</sup> Tel que définit à la section 2.2.1.2.1. du cadre théorique.

<sup>29</sup> L'UI peut être définie comme une unité de sens, qui peut contenir plus d'un verbe introducteur, mais qui doit conserver le même type de discours (Turbide et Babin, 2021). Ici, nous considérons trois types de discours issus du discours médiatique : le discours journalistique, le discours rapporté de manière indirecte, et le discours rapporté de manière directe. Dès qu'un changement de type de discours médiatique est observé, un changement d'UI s'opère.

pris en charge complètement par le journaliste; le discours rapporté de manière indirecte (DRI), qui est aussi pris en charge par le journaliste, mais qui intègre des éléments du discours rapporté en proposant une ré-énonciation de celui-ci; le discours rapporté de manière directe (DRD) qui montre une reprise intégrale, mais tronquée du discours original, incluant le discours traduit; ainsi que le discours mixte (DM), qui combine dans un même énoncé des éléments de discours rapporté de manière directe et de manière indirecte (Komur-Thilloy, 2010). Afin de clarifier ces distinctions, nous proposons au tableau 3.2 un exemple fictif d'énoncé décliné par type de discours médiatique.

Tableau 3.2 Exemples de modes d'énonciation des discours médiatiques

|                                                     |                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Discours journalistique (DJ)</b>                 | Angela Merkel apparut solide devant ses concitoyen·ne·s.                                                                 |
| <b>Discours rapporté de manière indirecte (DRI)</b> | Des concitoyen·ne·s réunis devant le Reichstag ont souligné la solidité de la chancelière.                               |
| <b>Discours rapporté de manière directe (DRD)</b>   | Un citoyen nous a confié : « La chancelière s'exprime avec aplomb! »                                                     |
| <b>Discours mixte (DM)</b>                          | Des concitoyen·ne·s réunis devant le Reichstag ont souligné « l'aplomb » avec lequel la chancelière s'exprimait ce soir. |

En ce sens, les UI seront divisées en fonction du type de discours (DJ, DRI, DRD, et DM) tel que présenté ci-dessus, considérant qu'elles n'ont pas la même charge énonciative. En effet, nous prenons en compte le degré de prise en charge énonciative du discours, de la part du ou de la journaliste, puisque cela nous permettra d'analyser, par exemple, à quel point un stéréotype est assumé, ou non, dans le discours médiatique. Par ailleurs, notons que vu notre corpus médiatique plus limité en taille, nous n'offrirons pas de distinctions aux types de médias, comme la différence entre les sites de nouvelles en continu, les sites d'agences de presse ou la presse écrite quotidienne traditionnelle.

En considérant les critères de sélection énumérés plus haut, ainsi que les considérations qui précèdent, nous avons établi notre corpus médiatique au tableau 3.3.

Tableau 3.3 Le corpus médiatique

| <b>Période 1 liée à l'allocution d'Angela Merkel sur le conflit russo-ukrainien</b> | <b>N° d'article</b> | <b>Titres</b>                                                                    | <b>Médias</b>        | <b>Dates</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--------------|
|                                                                                     | A1                  | <a href="#">Merkel warns Russia of 'massive' damage over Ukraine</a>             | Agence France-Presse | 13 mars 2014 |
|                                                                                     | A2                  | <a href="#">Russia risks 'massive damage' over Ukraine</a>                       | AlJazeera            | 13 mars 2014 |
|                                                                                     | A3                  | <a href="#">Merkel condemns Russia</a>                                           | DW                   | 13 mars 2014 |
|                                                                                     | A4                  | <a href="#">Germany Urges Russia to Help Solve Ukraine Crisis</a>                | New-York Times       | 13 mars 2014 |
|                                                                                     | A5                  | <a href="#">Russia holds war games near Ukraine; Merkel warns of catastrophe</a> | Reuters              | 13 mars 2014 |
|                                                                                     | A6                  | <a href="#">Merkel warns Russia of 'massive damage' if it persists</a>           | Reuters              | 13 mars 2014 |
|                                                                                     | A7                  | <a href="#">Merkel steps up rhetoric on Putin's policies</a>                     | Financial Times      | 14 mars 2014 |
|                                                                                     | A8                  | <a href="#">Germany loses its faith in Ostpolitik</a>                            | Financial Times      | 14 mars 2014 |
|                                                                                     | A9                  | <a href="#">Crimea crisis: Merkel warns Russia faces escalating sanctions</a>    | BBC                  | 20 mars 2014 |
| <b>Période 2 liée à l'allocution d'Angela Merkel sur la crise des migrant·e·s</b>   | A1                  | <a href="#">Refugee crisis tests Europe's core ideals: Merkel</a>                | Agence France-Presse | 31 août 2015 |
|                                                                                     | A2                  | <a href="#">Migrant crisis: Merkel warns of EU 'failure'</a>                     | BBC                  | 31 août 2015 |
|                                                                                     | A3                  | <a href="#">Merkel : refugee crisis tests European ideals</a>                    | DW                   | 31 août 2015 |
|                                                                                     | A4                  | <a href="#">East-west tensions break out over call to share migrant burden</a>   | Financial Times      | 31 août 2015 |
|                                                                                     | A5                  | <a href="#">Angela Merkel Calls for European Unity to Address Migrant Influx</a> | New-York Times       | 31 août 2015 |
|                                                                                     | A6                  | <a href="#">Merkel warns Schengen could be at risk</a>                           | POLITICO             | 31 août 2015 |

|                                                                                          |    |                                                                                                        |                      |                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------------|
|                                                                                          | A7 | <a href="#">Merkel warns Germans that migrant crisis won't be resolved soon</a>                        | Reuters              | 31 août 2015               |
|                                                                                          | A8 | <a href="#">Germany urges other EU countries to take in more refugees</a>                              | The Guardian         | 31 août 2015               |
|                                                                                          | A9 | <a href="#">L'Union européenne au défi de l'immigration</a>                                            | Le Monde             | 2 septembre 2015           |
| <b>Période 3 liée à l'allocution d'Angela Merkel au sujet de la pandémie de COVID-19</b> | A1 | <a href="#">Merkel calls coronavirus 'biggest challenge since WWII'</a>                                | Agence France-Presse | 18 mars 2020               |
|                                                                                          | A2 | <a href="#">Merkel calls Coronavirus biggest challenge since WWII</a>                                  | DW                   | 18 mars 2020               |
|                                                                                          | A3 | <a href="#">'Not since World War II': Merkel implores Germany to rise to the challenge of pandemic</a> | Los Angeles Times    | 18 mars 2020               |
|                                                                                          | A4 | <a href="#">Coronavirus is Germany's biggest postwar challenge</a>                                     | POLITICO             | 18 mars 2020               |
|                                                                                          | A5 | <a href="#">Merkel says coronavirus presents gravest crisis since WWII</a>                             | The Washington Post  | 18 mars 2020               |
|                                                                                          | A6 | <a href="#">Merkel tells Germans: Fighting virus demands war-time solidarity</a>                       | Reuters              | 18 mars 2020               |
|                                                                                          | A7 | <a href="#">Coronavirus is biggest challenge for Germany since WW2, says Angela Merkel</a>             | Euronews             | 19 mars 2020               |
|                                                                                          | A8 | <a href="#">Merkel shines in handling of Germany's coronavirus crisis</a>                              | France 24            | 29 mars 2020 <sup>30</sup> |

### 3.4. Les dimensions d'analyse

Afin de relever les stratégies d'*èthè* utilisées par Angela Merkel dans ses allocutions afin de se mettre en scène, ainsi que dans le discours médiatique diffusant les *èthè* attribués à celle-ci, nous

<sup>30</sup> Nous conservons l'article de France 24, malgré qu'il ne corresponde pas au critère de date identifié. L'article fut publié 4 jours après la période post-allocution identifiée. Nous le conservons pour étayer le corpus lié au discours sur la pandémie de la COVID-19, ainsi que pour sa pertinence.



avons effectué un pré-terrain qui nous a permis d'identifier quatre dimensions d'analyse principales: la dimension énonciative, sémantique, rhétorique et pragmatique.

#### 3.4.1. Dimension énonciative

La dimension énonciative sera centrale à notre analyse de discours et primera sur les autres dimensions, c'est-à-dire que nous l'utiliserons toujours comme point de départ avant de nous attarder aux autres couches d'analyse. Elle nous permettra de nous pencher sur les marques de subjectivité dans la parole d'Angela Merkel, et dans le discours médiatique qui rapporte des allocutions (Kebrat-Orecchioni, 2002). Plus spécifiquement, cette dimension d'analyse se concentre, pour notre analyse des *èthè*, sur les marques énonciatives de présentation de soi et d'autrui, comme les pronoms utilisés, l'autodésignation ou la désignation de tiers, ainsi que le lien qui est entretenu avec ces tiers par les syntagmes les qualifiant (Turbide, 2009). Nous pourrions voir comment la chancelière se positionne par rapport à son propre discours : comment prend-elle en charge la situation de communication, ou à qui s'associe-t-elle, par exemple. Dans le cas du discours médiatique, l'analyse énonciative permet d'observer les processus de nomination et de qualification (Krieg-Planque, 2017). Elle permet aussi d'observer les phénomènes énonciatifs de discours rapporté qui sont caractérisés par la polyphonie<sup>31</sup> et fondamentalement pris dans un interdiscours (Charaudeau et Maingueneau, 2002). En ce sens, nous tenterons de voir comment les médias rapportent l'allocution de la chancelière, via du discours rapporté de manière directe ou indirecte, à travers des énoncés introduisant ou qualifiant les propos de la chancelière, et à travers des énoncés où Merkel s'introduit ou se qualifie elle-même (Krieg-Planque, 2017).

#### 3.4.2. Dimension sémantique

La dimension sémantique nous permettra de voir, dans un deuxième temps, quels univers ou domaines sémantiques sont plus fréquemment mobilisés, et de quelle manière les mots ou les syntagmes utilisés produisent du sens dans le discours, grâce à la prise en compte d'éléments contextuels, interdiscursifs et socioculturels (Charaudeau, 2005). Les univers de sens utilisés par Angela Merkel afin de faire état de la situation de crise et de définir la réalité sociale seront

---

<sup>31</sup> La polyphonie émerge de la signification grecque « plusieurs voix », et s'observe particulièrement dans le discours rapporté grâce aux mécanismes de citation et de convocation d'idées rapportées, qui permettent de faire dialoguer grâce à une rencontre discursives, deux énoncés (Calas, 2007).

révélateurs de ses *èthè* : « [C]ette construction figurée du monde revient au sujet, par un phénomène de réflexivité : le monde lui est auto-présenté, et c'est à travers cette vision qu'il construit sa propre identité » (Charaudeau, 2023, p. 208). En outre, la construction d'une réalité à travers des univers sémantiques laisse transparaître une image de soi, des *èthè*, telle que mise en relation avec les signes symboliques. Par exemple, mobiliser un univers sémantique de la guerre permet à l'énonciateur·ice de se positionner comme acteur dans ce conflit, soit comme chef·fe de guerre, ou encore comme soldat·e. Pour procéder à l'analyse sémantique, nous allons nous intéresser à la manière dont les champs sémantiques émanent des unités lexicales et de leurs cooccurrences dans les discours de Merkel et des médias, et à leur sens tel qu'il est actualisé discursivement (Détrie *et al.*, 2017).

### 3.4.3. Dimension rhétorique

Ensuite, nous nous intéresserons à la dimension rhétorique du discours, qui englobe les stratégies discursives employées pour plaire, persuader ou émouvoir, et qui est composé de l'*ethos*, du *logos* et du *pathos* (Charaudeau et Maingueneau, 2002). L'*ethos* ici est envisagé comme consubstantiel à la parole, c'est-à-dire qu'il représente la première condition à l'adhésion du ou des public·s aux discours d'Angela Merkel : elle se présente à lui et doit trouver une manière de le rejoindre via son *ethos*, ou par la manière dont elle habite son discours, en produisant, par exemple, un *ethos* de proximité (Détrie *et al.*, 2017). Toutefois, l'*ethos* ne se déploie jamais isolément. Il se façonne en interaction avec le *logos*, soit la dimension argumentative du discours, et le *pathos*, soit la dimension émotive du discours, qui contribuent aussi à construire une image de l'énonciateur·ice (Détrie *et al.*, 2017). Les types d'arguments utilisés et les figures de style seront des observables pertinents sur le plan du *logos* pour révéler le style rhétorique d'Angela Merkel : selon les déploiements argumentatifs employés tant par la chancelière que les médias, son *ethos* pourra s'orienter davantage vers le consensus, l'autorité ou la rationalité, par exemple. Un autre observable pertinent à cette dimension d'analyse est les modes de sémiotisation des émotions, issus du plan du *pathos*, c'est-à-dire les « manières selon lesquelles l'émotion peut être rendue manifeste au moyen de signes » (Micheli, 2013, p. 18), par exemple via l'émotion telle qu'elle est dite, montrée ou étayée dans le discours. Finalement, nos réflexions théoriques référeront à la nouvelle rhétorique initiée par Perelman (Eisenhart et Johnstone, 2012).

#### 3.4.4. Dimension pragmatique

Pour finir, la dimension pragmatique de l'analyse se penchera sur les actes de langage, et les verbes leur étant associés, afin de voir quelles actions sont produites par Angela Merkel dans ses allocutions. Par exemple, des actes de langage de représentation seront relevés, comme d'asserter ce qu'est la migration en Allemagne, ou encore des actes directifs, comme d'ordonner un confinement des citoyen·ne·s en situation pandémique (Vanderveken, 1988), pour ne nommer que ceux-ci. Comme la dimension rhétorique, la dimension illocutoire du discours participe à construire des *èthè*, dans la mesure où les acteur·rice·s sociaux·ales se mettent en scène pour produire un certain effet sur l'autre, tout en lui offrant une certaine image de soi (Goffman, 1973; Charaudeau et Maingueneau, 2002). Dans le cas du discours médiatique, la dimension illocutoire peut également participer à mettre en scène la chancelière allemande, par exemple par des actes de langage représentatifs. Cette dimension d'analyse inclut finalement l'examen des conditions de production et de réception des énoncés, ainsi que les conventions sociales et linguistiques qui encadrent les échanges discursifs.

#### 3.5. Les grilles d'analyse

Avant de nous lancer dans l'analyse des résultats de recherche, examinons les grilles à partir desquelles nous avons réalisé notre analyse via le logiciel de codification NVivo. Les trois grilles présentées ci-dessous ont été élaborées à partir des concepts développés dans le cadre d'analyse, incluant le cadre théorique et méthodologique. Nous effectuerons trois analyses selon les trois périodes identifiées, soit la période de la crise russo-ukrainienne, celle de la crise des migrant·e·s, et celle de la pandémie de la COVID-19. Chacune des périodes sera divisée en trois étapes d'analyse :

1. L'analyse des *èthè* tels que produits dans l'allocution d'Angela Merkel (afin de répondre à la QRS1 avec la grille d'analyse 1).
2. L'analyse des *èthè* attribués dans les articles des médias internationaux au cours de la même période (afin de répondre à la QRS2 avec la grille d'analyse 2).

3. Pour finir, une analyse évaluative des *èthè* permettra de saisir, dans les deux corpus, leur relation à des stéréotypes et à des attentes genrées envers les politiciennes (afin de répondre à la QRS3 avec la grille d'analyse 3).

Les *èthè* identifiés après l'analyse d'une période seront remobilisés dans l'analyse des périodes suivantes afin de voir les logiques d'adaptation, d'ajustement et de résonance des images de la chancelière allemande au regard de ses *èthè* préalables. Par exemple, nous observerons si certaines images comme l'*ethos* de la mère (*Mutti* en allemand) sont toujours mobilisées, et verrons comment la chancelière ou les médias les remettent en scène. Finalement, une synthèse des trois analyses correspondant aux trois périodes permettra d'évaluer l'évolution des *èthè* de la chancelière au regard des stéréotypes de genre. Les trois étapes d'analyse correspondent aux trois grilles d'analyse ci-dessous, appliquées successivement afin d'assurer une analyse exhaustive.

#### 3.5.1. Grille d'analyse 1 – La présentation des *èthè* d'Angela Merkel dans ses allocutions

Cette grille permet de répondre à la QRS1 afin d'identifier les stratégies d'*ethos* mobilisées par Angela Merkel (AM) pour se mettre en scène.

Tableau 3.4 La grille 3 – La présentation des *èthè* d'Angela Merkel dans ses allocutions

| Dimensions d'analyse       | Catégories                     | Observables                                                                                                                  |
|----------------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Informations contextuelles | Date                           | AAAA-MM-JJ                                                                                                                   |
|                            | Lieu de production             | - Conférence de presse<br>- Reichstag<br>- Autre                                                                             |
|                            | Format initial de l'allocution | - Allocution devant public<br>- Allocution numérique (enregistrée)<br>- Allocution hybride (devant un public et enregistrée) |
|                            | Public·s présent·s             | - Aucun<br>- Politicien·ne·s du Bundestag<br>- Journalistes<br>- Public allemand<br>- Public général                         |
|                            | Contexte de la prise de parole | - Informations tirées du texte<br>- Informations tirées d'une recherche documentaire                                         |

| Dimensions d'analyse  | Catégories                       | Observables                                                                                                                            | Descriptions au regard de la QRS 1                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dimension énonciative | Processus de présentation de soi | Références pronominales (ex. je, tu, elle, nous, vous, ils)                                                                            | Pronoms utilisés dans certains contextes pour s'identifier en leader (« je »), pour s'inscrire dans un groupe quelconque (« nous »), ou pour s'en distancier (« ils »). Permet aussi d'identifier les formations délocutives <sup>32</sup> . |
|                       |                                  | Verbe (ex. verbe d'action, de perception, d'opinion, de sentiment) et temps de verbe utilisé (ex. passé, présent, futur) <sup>33</sup> | Verbes permettant à AM de montrer son engagement énonciatif en exprimant par exemple des actions, des états ou des opinions, et en les situant dans le temps.                                                                                |
|                       |                                  | Autodésignations via des syntagmes référentiels (ex. chancelière, femme, épouse, scientifique)                                         | Manières pour AM se de se représenter, soit à travers des rôles professionnels, politiques, ou sociaux, potentiellement marqués de qualités et d'attributs stéréotypés.                                                                      |
|                       |                                  | Mise en scène de tiers via des syntagmes référentiels (ex. femmes, famille, citoyen·ne·s, membres du gouvernement)                     | Tiers politiques ou sociétaux évoqués par AM, qu'elle convoque à travers la construction de ses <i>èthè</i> , qui peuvent révéler des valeurs et des idées.                                                                                  |
|                       |                                  | Rapports entre les tiers et l'énonciatrice (ex. associatif, dissociatif, hiérarchique, égalitaire)                                     | Rapport entretenu à travers le discours d'AM avec un tiers politique ou sociétal, qui la positionne et définit la relation à ce dernier.                                                                                                     |
| Dimension sémantique  | Champs sémantiques               | Mots ou groupes de mots dans le texte référant à un univers de sens commun (ex. guerre, solidarité, maladie, religion).                | Univers de sens mobilisé en relation à une présentation de soi, pouvant évoquer une idéologie patriarcale (ex. l'univers de la guerre marqué par sa domination masculine).                                                                   |

<sup>32</sup> « L'énonciation délocutive présente ce qui est dit comme si le propos tenu n'était sous la responsabilité d'aucun des interlocuteurs en présence et ne dépendait que du seul point de vue d'une voix tierce, voix de la vérité » (Charaudeau, 2005, p. 138).

<sup>33</sup> Cet observable sera mobilisé en parallèle à la dimension pragmatique.

|                          |                                                |                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dimension<br>rhétorique  | Figures rhétoriques                            | Figures de style utilisées<br>(ex. accumulation,<br>comparaison,<br>euphémisme, gradation,<br>hyperbole, métaphore)                                                        | Les figures de style et les types<br>d'arguments utilisés remplissent<br>une fonction stylistique et/ou<br>persuasive.<br>L'utilisation de certains arguments<br>ou de certaines figures de style<br>contribue à construire des <i>èthè</i> .          |
|                          | Marqueurs<br>argumentatifs<br>( <i>logos</i> ) | Types d'arguments (ex.<br>argument de causalité,<br>de valeur, d'autorité)                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                          | Marqueurs émotifs<br>( <i>pathos</i> )         | Émotion dite, montrée<br>ou étayée (ex. colère,<br>joie, fierté, peine,<br>courage, peur)                                                                                  | En relation à un champ<br>sémantique, à un tiers, ou à une<br>présentation de soi.                                                                                                                                                                     |
| Dimension<br>pragmatique | Actes de langage                               | Actions produites à<br>travers l'énonciation,<br>notamment par le choix<br>de verbe (ex. conseiller,<br>contester, demander,<br>nier, ordonner,<br>promettre, reconforter) | Les actes de langage produits<br>participent à montrer des <i>èthè</i><br>renvoyant à un certain univers de<br>pensée. Par exemple, des actes de<br>langage directifs comme<br>d'ordonner une mesure renvoie à<br>un univers de sens lié à l'autorité. |

### 3.5.2. Grille d'analyse 2 – Les *èthè* attribuées à Angela Merkel par les médias internationaux

Dans un deuxième temps, cette seconde grille permet de répondre à la QRS2, afin d'identifier les *èthè* attribués à la chancelière dans le deuxième corpus, à travers les réinterprétations de ses allocutions dans les médias internationaux.

Tableau 3.5 La grille 2 – Les *èthè* attribués à Angela Merkel dans les médias internationaux

| Dimensions<br>d'analyse       | Catégories   | Observables                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Informations<br>contextuelles | Date         | AAAA-MM-JJ                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                               | Nom du média | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Agence France-Presse</li> <li>- Al Jazeera</li> <li>- BBC World News</li> <li>- Courrier international</li> <li>- DW (Deutsche Welle)</li> <li>- Euronews</li> <li>- Le Monde</li> <li>- The Financial Times</li> <li>- The New-York Times</li> <li>- The Guardian</li> </ul> |

|                       |                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- The Washington Post</li> <li>- Autre</li> </ul>                                                                                        |                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                       | Pays de production            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Allemagne</li> <li>- États-Unis</li> <li>- France</li> <li>- Grande-Bretagne</li> <li>- Autre</li> </ul>                               |                                                                                                                                                                                     |
|                       | Titre de l'article            | Inscrire tel quel.                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                     |
| Dimensions d'analyse  | Catégories                    | Observables                                                                                                                                                                     | Descriptions au regard de la QRS 2                                                                                                                                                  |
| Dimension énonciative | Mise en scène d'Angela Merkel | Type de discours rapporté : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Direct (DRD)</li> <li>- Indirect (DRI)</li> <li>- Mixte (DM)</li> <li>- Discours journalistique</li> </ul> | Permet d'identifier la prise en charge énonciative du média par rapport aux UI rapportant le discours d'AM.                                                                         |
|                       |                               | Mise en scène d'AM via des syntagmes qualifiants (ex. femmes, membres du gouvernement, chancelière)                                                                             | Permet d'identifier les rôles sociaux attribués à AM.                                                                                                                               |
|                       |                               | Verbe introducteur (ex. verbe de perception, d'opinion, de sentiment) et les éléments modélisateurs.                                                                            | Verbes introduisant AM, en décrivant par exemple ses actions, ses états ou ses opinions.                                                                                            |
|                       |                               | Mise en scène d'AM via des adjectifs (ex. sincère, efficace, médiocre) et des adverbes (ex. beaucoup, peu) qualifiants                                                          | Qualifications mélioratives ou péjoratives d'AM, révélant les attributs conférés à celle-ci.                                                                                        |
| Dimension sémantique  | Champs sémantiques            | Mots ou groupes de mots dans le texte, associés à AM, référant à un univers de sens commun (ex. guerre, solidarité, maladie, religion).                                         | Univers de sens mobilisé en relation à la présentation d'AM, pouvant évoquer par exemple une idéologie patriarcale (ex. l'univers de la guerre marqué par sa domination masculine). |

|                                       |                                                |                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dimension<br>rhétorique <sup>34</sup> | Figures<br>rhétoriques                         | Figures de style utilisées<br>(ex. accumulation,<br>comparaison, euphémisme,<br>gradation, hyperbole,<br>métaphore)           | Les figures de style et les types<br>d'arguments utilisés remplissent une<br>fonction stylistique et/ou persuasive.<br>L'utilisation de certains arguments<br>ou de certaines figures de style<br>contribue à négocier les <i>èthè</i><br>produits par AM afin de produire<br>des <i>èthè</i> attribués. |
|                                       | Marqueurs<br>argumentatifs<br>( <i>logos</i> ) | Types d'arguments (ex.<br>argument de causalité, de<br>valeur, d'autorité)                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Dimension<br>pragmatique              | Actes de<br>langage                            | Actions produites à travers<br>l'énonciation, notamment<br>par le choix de verbe (ex.<br>asserter, questionner,<br>féliciter) | Les actes de langage produits<br>participent à montrer des <i>èthè</i><br>attribués à AM en remettant en<br>question, par exemple, la manière<br>dont elle a livré son allocution.                                                                                                                       |

### 3.5.3. Grille d'analyse 3 – Les stéréotypes de genre dans les *èthè* produits et attribués à Angela Merkel

Cette dernière grille, répondant à la QRS3, permet d'analyser la mise en discours de stéréotypes de genre<sup>35</sup> et des attentes genrées envers Angela Merkel. En effet, nous évaluerons si les *èthè* de la chancelière souscrivent, négocient, réfutent ou transforment lesdits stéréotypes à travers ses allocutions et le discours médiatique. Cette grille permet, en ce sens, de s'attarder à de possibles *èthè* contre-hégémoniques de la chancelière. Par ailleurs, cette étape de l'analyse nous permettra d'évaluer le degré de correspondance ou de divergence entre les *èthè* revendiqués par Angela Merkel et ceux attribués par les médias internationaux, ainsi que leur relation, similaire ou non, aux stéréotypes de genre.

<sup>34</sup> Contrairement à dans la grille d'analyse 1 sur les allocutions de la chancelière, les marqueurs émotifs (*pathos*) s'avèrent peu instructifs sur le plan du discours médiatique, voire inexistantes puisque notre corpus a écarté les chroniques et les éditoriaux qui sont des véhicules d'opinion par lesquels des émotions peuvent être exprimées.

<sup>35</sup> Tel que présenté à la section 2.2.2.1 du cadre théorique, le stéréotype de genre est une représentation simplifiée et généralisée concernant les personnes étant identifiées et s'identifiant comme femme, qui reflète des croyances collectives androcentrées influencées par des contextes sociaux et l'espace interdiscursifs, et qui contribue à façonner les dynamiques sociales hiérarchisées ainsi que l'identité individuelle et collective dominantes, voire hégémoniques.



Tableau 3.6 La grille 3 – Évaluation des stéréotypes et des attentes genrées dans les *èthè* produits et attribués à Angela Merkel

| Catégories                                | Critères d'évaluation                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Descriptions                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mise en discours des stéréotypes de genre | <p>Mot ou groupe de mots dans le discours relevant des stéréotypes suivants, et articulation au regard du co-texte<sup>36</sup>.</p> <p>Stéréotypes liés au rôle social :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Épouse</li> <li>- Femme avant tout</li> <li>- Fille</li> <li>- Mère</li> </ul> <p>Stéréotypes propres au rôle de la politicienne :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dame de fer</li> <li>- Diva</li> <li>- Mère du peuple</li> <li>- Pionnière</li> <li>- Protégée</li> <li>- Star</li> </ul> <p>Stéréotypes liés aux attributs et aux compétences :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Compétence dans les dossiers liés au <i>care</i></li> <li>- Coopération</li> <li>- Douceur</li> <li>- Écoute</li> <li>- Faiblesse perçue dans les dossiers d'économie et de défense, par exemple</li> <li>- Gentillesse</li> <li>- Sensibilité</li> <li>- Serviabilité</li> <li>- Sincérité</li> </ul> | <p>Les <i>èthè</i> identifiés grâce aux grilles d'analyses 1 et 2 telles que présentées dans les tableaux 3.4 et 3.5 seront analysés à l'aide de cette troisième grille d'analyse. Nous tenterons d'évaluer quels stéréotypes de genre sont véhiculés à travers les mots ou groupes de mots et leur articulation au cours du texte.</p> |

<sup>36</sup> Tel que présenté dans la problématique à la section 1.1., et dans le cadre théorique à la section 2.2.2.1.1.

|                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mise en discours d' <i>èthè</i> contre-stéréotypiques | <p>Mot ou groupe de mots dans le discours relevant d'un contre-stéréotype, soit une image typiquement masculine incarnée par une femme (Aaldering et Van der Pas, 2018).</p> <p>Caractéristiques contre-stéréotypiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Autonomie</li> <li>- Combativité</li> <li>- Confiance</li> <li>- Directivité / Être décisif</li> <li>- Être franc</li> <li>- Fermeté</li> <li>- Utilisation de vocabulaire militaire ou associé à la lutte</li> <li>- Vigueur</li> </ul>               | Nous identifierons quels <i>èthè</i> correspondent plutôt à la norme masculine en vigueur dans l'espace public et politique patriarcal, c'est-à-dire les mots ou groupes de mots qui proposent une image opposée aux caractéristiques attendues des femmes en politique.                                    |
| Mise en discours d' <i>èthè</i> contre-hégémoniques   | <p>Mot ou groupe de mots dans le discours ne relevant pas d'un stéréotype de genre<sup>37</sup> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hybride (qui combine des caractéristiques typiquement masculines et féminines)</li> <li>- Proposant une image transgressant les stéréotypes de genre.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                              | Nous identifierons comment les <i>èthè</i> ne correspondant pas à un stéréotype de genre, ni à un contre-stéréotype, sont énoncés par AM ou par les médias, afin de voir émerger des <i>èthè</i> hybrides ou transgressifs.                                                                                 |
| Positionnement au regard des stéréotypes de genre     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adhésion</li> <li>- Négociation</li> <li>- Réfutation</li> <li>- Transformation</li> </ul> <p>Rapports entre les stéréotypes véhiculés et les <i>èthè</i> des discours :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Association de certains stéréotypes / <i>èthè</i></li> <li>- Hiérarchie de certains stéréotypes / <i>èthè</i>, où certains stéréotypes / <i>èthè</i> sont surplombants à d'autres</li> <li>- Dissociation entre certains stéréotypes / <i>èthè</i></li> </ul> | Le positionnement au regard du stéréotype nous permettra d'identifier comment le stéréotype est pris en charge, soit par AM ou par les médias. Cela nous permettra aussi de voir la relation et le positionnement entre des <i>èthè</i> contre-hégémoniques et ceux correspondant à un stéréotype de genre. |

<sup>37</sup> Voir la section 1.2.2. de la problématique, et à la section 2.2.2.2.1. du cadre théorique.

## CHAPITRE 4

### PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Dans ce prochain chapitre, nous exposerons les principaux résultats de l'analyse féministe et critique de discours effectuée sur le corpus des allocutions d'Angela Merkel, ainsi que sur le corpus de discours tirés des médias internationaux. Nous ferons émerger les stratégies d'*ethos* de la chancelière allemande afin de se mettre en scène, ainsi que les *èthè* (ré)interprétés par les médias internationaux<sup>38</sup>. Pour ce faire, les différents *èthè* et leurs ancrages dans le texte seront présentés en fonction des trois périodes identifiées, soit la période du 13 au 20 mars 2014 liée au conflit russo-ukrainien, celle du 31 août au 2 septembre 2015 liée à la crise des migrants, et celle du 18 au 29 mars 2020 liée à la pandémie de la COVID-19. Nous nous attarderons dans ces sections aux grilles 1 et 2 et révélerons les liens entre les *èthè* proposés par Merkel, et ceux attribués par les médias internationaux au cours d'une même période. Pour finir, nous présenterons une analyse de ces résultats au prisme des stéréotypes de genre. Il s'agira d'examiner les rapprochements possibles entre certaines images au cours des trois périodes, de constater leurs différences, et les évaluer au regard de la grille d'analyse 3 afin de comprendre si les *èthè* produits par Angela Merkel et attribués dans les médias internationaux souscrivent, négocient, réfutent ou transforment les attentes et les représentations genrées à son endroit.

#### 4.1. Résultats de la période 1 : le conflit russo-ukrainien de 2014

##### 4.1.1. Brève description du contexte

Le conflit russo-ukrainien débute en novembre 2013, lorsque des manifestations éclatent à Kyiv, capitale de l'Ukraine, à la suite du refus du président de l'époque, Viktor Ianoukovitch, de signer un accord de libre-échange avec l'Union européenne (UE) au profit de la poursuite de relations économiques avec la Russie (Koerth et Lichtenstein, 2022). Malgré des négociations et médiations menées par les chefs de la diplomatie des membres du triangle de Weimar, composé de la France,

---

<sup>38</sup> Soulignons que nous n'avons pas jugé adéquat de faire une distinction entre certains types de médias dans ce chapitre, puisque l'analyse de nos résultats n'a pas révélé de distinctions importantes qui auraient eu un impact sur les *èthè* de la chancelière allemande.

de l'Allemagne et de la Pologne (Doliger, 2014), les manifestations se poursuivent jusqu'au 22 février 2014. Ce jour-là, Ianoukovitch est destitué par le parlement et fuit en Russie, action perçue par le Kremlin comme un coup d'État (Riahi, 2023). Un gouvernement intérimaire pro-UE est nommé à Kyiv (Koerth et Lichtenstein, 2022).

Des manifestations pro-russes éclatent alors en Crimée, région située au sud de l'Ukraine et partageant une frontière avec la Russie. Dès le 1<sup>er</sup> mars 2014, le Kremlin déploie des troupes en Crimée, affirmant vouloir protéger les habitants russophones de la région. Le Parlement de la Crimée organise un référendum le 11 mars, dont le résultat, avec plus de 93% des voix alléguées, déclare sa sécession de l'Ukraine (Koerth et Lichtenstein, 2022). La péninsule de Crimée intègre alors l'État russe. Ce référendum, largement dénoncé par la communauté internationale comme contraire à la constitution ukrainienne, entraîne des sanctions économiques contre la Russie imposées par les principales puissances économiques occidentales, dont l'Allemagne, qui est dirigée alors par Angela Merkel (Koerth et Lichtenstein, 2022).

Cette dernière est alors perçue comme l'une des principales figures de la négociation avec la Russie. En effet, Merkel parle couramment russe, alors que le président russe Vladimir Poutine maîtrise également l'allemand, vu son passé comme agent du *Komitet Gossoudarstvennoi Bezopasnosti* (KGB), le service de renseignement russe qui a opéré en Allemagne de l'Est après la Seconde Guerre mondiale (Smale, 2014). En moins d'un mois, tout de suite après le début de ce qui est désormais qualifié d'invasion russe en Ukraine, Merkel aurait eu plus de quatre appels téléphoniques avec le leader du Kremlin (Smale, 2014). Selon le New York Times: « *In the space of 10 days, she went from warning him to avoid “any step that could contribute to escalation” to bluntly telling him that Crimea’s plans for a referendum on joining Russia are “illegal”* » (Smale, 2014). Cependant, l'Allemagne entretient des liens économiques et culturels plus étroits avec la Russie que d'autres États ouest-européens, hérités de la politique de détente entre l'Est et l'Ouest après la réunification de l'Allemagne, connue sous le nom d'« *Ostpolitik* ». Ces liens affaiblissent alors, aux yeux de certains, la force de négociation de Merkel face à Poutine. D'ailleurs, selon le journal berlinois réputé de gauche *Die Tageszeitung* (2014), « les diplomates bisounours de Berlin se [laissaient alors] mener par le bout du nez » par le chef du Kremlin, alimentant le doute sur la capacité de Merkel à défendre efficacement l'Ukraine.

#### 4.1.2. *Èthè* construits autour du discours *Policy Statement by Federal Chancellor Angela Merkel on the Situation in Ukraine*

À la suite des événements décrits plus haut, la chancelière allemande prend la parole au Reichstag devant le Bundestag, le parlement allemand, le 13 mars 2014, allocution intitulée : *Policy Statement by Federal Chancellor Angela Merkel on the Situation in Ukraine*. D'une longueur de 2574 mots, et d'approximativement 21 minutes 27 secondes<sup>39</sup>, le discours est donc prononcé devant les membres du parlement, ainsi que devant la tribune de la presse et est diffusé à la télévision parlementaire.

Nos résultats révèlent trois *èthè* phares construits par Merkel dans son allocution, ainsi que deux *èthè* attribués par les médias internationaux : un *ethos* de cheffe construite par Merkel, et un *ethos* de cheffe tel que réinterprété par les médias internationaux, un *ethos* de bonne élève et un *ethos* de gardienne de la mémoire construits par Merkel, et finalement, un *ethos* désespéré attribué par les médias internationaux.

##### 4.1.2.1. *Ethos* de cheffe tel que construit par Angela Merkel

Débutons par décrire les diverses variantes par lesquelles l'*ethos* de cheffe peut s'incarner. Selon Charaudeau (2005), cet *ethos* est tourné vers les citoyens, et est pris dans une relation de réciprocité avec le tiers qui l'a élu et qu'il représente. Les cheffes se présentent comme « sujet[s] politique[s] », montrant une image de soi morale, droite et sincère (Charaudeau, 2005, p. 118). Cet *ethos* est lui-même décliné en figures de guide, de souveraine et de commandeuse, reflétant respectivement des caractéristiques de supériorité, de légitimité et d'autorité.

La chancelière allemande utilise des stratégies de présentation de soi qui lui permettent de (ré)affirmer sa position de cheffe du gouvernement afin de sécuriser sa posture de leader dans cette crise. Observons pour commencer les formes pronominales qu'elle utilise au cours de son discours qui, rappelons-le, permettent d'interpréter les manières par lesquelles la chancelière s'engage dans son discours, module sa présence et construit sa relation avec ses publics (Turbide, 2009).

---

<sup>39</sup> Le débit moyen d'un·e politicien·ne serait de 120 mots/minute devant un public (Rist, 1999).

Tableau 4.1 Formes pronominales dans l’allocution *Policy Statement by Federal Chancellor Angela Merkel on the Situation in Ukraine*

| Pronoms                                                                | Occurrences | Proportions |
|------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| 1 <sup>re</sup> personne du pluriel ( <i>we, us, our</i> )             | 61          | 62,9%       |
| 1 <sup>re</sup> personne du singulier ( <i>I, me, my, mine</i> )       | 20          | 20,6%       |
| 3 <sup>e</sup> personne du pluriel ( <i>they, them, theirs</i> )       | 9           | 9,3%        |
| 2 <sup>e</sup> personne du pluriel ( <i>you, your</i> )                | 4           | 4,1%        |
| 3 <sup>e</sup> personne du singulier ( <i>he, him, his, she, her</i> ) | 3           | 3,1%        |
| 2 <sup>e</sup> personne du singulier ( <i>you, your</i> )              | 0           | 0%          |
| <b>TOTAL</b>                                                           | <b>97</b>   | <b>100%</b> |

Ces résultats montrent qu’Angela Merkel tend à prioriser la mise en scène d’un collectif (*we, us, our*) que nous définirons plus tard dans cette section. Attardons-nous donc pour débiter aux formes pronominales personnelles de la 1<sup>re</sup> personne du singulier, qui représentent 20,6% et dont la récurrence nous indique qu’elle confère de l’importance à sa parole. Cela signifie qu’elle s’implique directement et personnellement dans son discours, affirmant son autorité de leader devant son gouvernement et les citoyens qu’elle représente. Notons toutefois que Merkel ne s’autodésigne à aucun moment. Par ailleurs, lorsque Merkel se met en scène à la première personne du singulier, elle tend à utiliser des verbes de parole, qui lui permettent de mettre de l’avant sa propre voix via une sur-énonciation, ayant un effet amplifiant de sa présentation de soi (Rabatel, 2003).

Tableau 4.2 Types de verbes mobilisés par Angela Merkel, associés aux pronoms à la 1<sup>re</sup> personne du singulier, dans l’allocution *Policy Statement by Federal Chancellor Angela Merkel on the Situation in Ukraine*

| Types de verbes         | Verbes                                                                   | Occurrences | Proportions |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| Verbes de communication | <i>To repeat</i><br><i>To say</i><br><i>To speak</i><br><i>To stress</i> | 7           | 41,2%       |

|                              |                                                           |           |             |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------|-----------|-------------|
| Verbes déclaratifs           | <i>To address</i><br><i>To comment</i><br><i>To state</i> | 4         | 23,5%       |
| Verbes d'incitation          | <i>To ask</i><br><i>To encourage</i><br><i>To thank</i>   | 3         | 17,6%       |
| Verbes de cognition          | <i>To be convinced</i><br><i>To think</i>                 | 2         | 11,8%       |
| Verbes reflétant une émotion | <i>To fear</i>                                            | 1         | 5,9%        |
| <b>TOTAL</b>                 |                                                           | <b>17</b> | <b>100%</b> |

En effet, dans 41,2% des cas, la chancelière met en scène son propre discours en annonçant ou en explicitant l'allocution qu'elle est en train d'accomplir à travers des verbes comme « dire », « répéter » ou « souligner », mais aussi en mobilisant les modalités volitives (« *would like to* » et « *want to* ») (Ceban, 2024), placées devant les verbes de communication, ré-énonçant ainsi sa volonté de dire quelque chose d'une certaine manière, tout en le disant. Aussi, dans 23,5% des occurrences, Merkel utilise des verbes déclaratifs qui participent, comme les verbes de communication, à mettre en scène sa propre voix, mais surtout, lui permettent d'affirmer son point de vue de manière appuyée et qui renforcent sa position d'autorité, l'élevant symboliquement au-dessus de son public. De plus, nous observons une stratégie de réaffirmation de ses discours antérieurs, ayant comme effet d'amplifier sa parole comme chancelière, ainsi que de montrer la cohérence et la continuité de son discours. La convocation de ses discours antérieurs s'observe dans le texte par les adverbes *again*, l'utilisation du passé composé lors de l'emploi de plusieurs verbes de parole, ainsi que la mobilisation du verbe « répéter » tel que vu au tableau 4.2. Voici un exemple de réaffirmation de ses discours antérieurs :

- 1) *But as I **have addressed**<sup>40</sup> this – in my view – shameful comparison, I would like to state that the following must apply: Russia's actions in Ukraine undoubtedly represent a violation of fundamental*

---

<sup>40</sup> Certains éléments des extraits sont accentués en gras tout au long de la présentation des résultats afin d'attirer l'attention du ou de la lecteur·ice sur des éléments précis. Ces éléments seront discutés à la suite de l'extrait.

*principles of international law. They would not be relativized by other international law violations.*  
(Annexe A, L69-72<sup>41</sup>)

Dans cet extrait, nous pouvons observer la stratégie de sur-énonciation de la chancelière à travers un procédé d'auto-citation. Ici, Angela Merkel met en scène sa propre parole à deux reprises, et réaffirme à un moment l'un de ses discours antérieurs, ayant comme effet de l'amplifier. Cette insistance sur ses propos, passés et présents, crée un effet d'emphase qui augmente sa visibilité, renforce sa crédibilité grâce à la cohérence de ses propos et impose son discours avec la force d'une cheffe de gouvernement (Vincent et Turbide, 2006). En contrepartie, cet effet discursif d'insistance pose la question du besoin de se légitimer comme leader au regard de l'interdiscours (Krieg-Planque, 2017). En ce sens, existe-t-il des discours circulant dans l'espace public qui entrent en confrontation avec la posture de la chancelière, lui demandant de légitimer son leadership par une surperformance de sa parole devant son gouvernement? Nous y reviendrons à l'extrait 7.

Tel que nous venons de le mentionner, la mise de l'avant de la parole de la chancelière allemande dans son discours s'opère directement devant son gouvernement. Néanmoins, elle ne s'adresse pas qu'à lui. Elle annonce l'approche que le gouvernement adoptera, tel qu'il fut convenu avec ses membres et leurs partenaires en Europe, afin de dissuader la Russie de poursuivre son invasion en Crimée :

- 2) *Rather, **this Government**, along with our partners in the European Union and the United States, is pursuing a three-pronged political and economic approach.* (Annexe A, L77-78)
- 3) *This is why the **Federal Government** takes a three-pronged approach – talks, assistance and sanctions – with **Germany** taking each new step in the current crisis in close coordination with our partners. **I ask for your support** in this.* (Annexe A, L177-179)

Dans ces extraits, le soutien des membres du parlement est sollicité dans une démarche essentiellement procédurale. Angela Merkel ne cherche pas à défendre directement la cause de l'Ukraine, mais expose tout au long de son allocution une décision déjà prise par le pouvoir exécutif allemand, qu'elle représente en tant que cheffe d'État. Cette décision sur l'approche à adopter afin

---

<sup>41</sup> Pour le présent discours disponible à l'annexe A, ainsi que pour les deux autres discours du corpus (annexe B et annexe C), référez-vous à l'annexe indiquée ainsi qu'aux lignes (L) identifiées afin de retrouver les extraits présentés.



de dissuader la Russie de poursuivre ses actions, prise en collaboration avec ses homologues européens via l'organe du *Heads of State and Government of the European Union*<sup>42</sup>, est présentée comme un fait accompli. En consolidant le soutien des parlementaires, désignés par le pronom à la 2<sup>e</sup> personne du pluriel, Merkel fait usage d'un trope communicationnel afin de s'adresser en priorité au public allemand (Véron, 2015). Cette ambiguïté allocutive lui permet de projeter une image de leader mobilisant ses troupes. De plus, en prenant en charge l'énonciation gouvernementale (« *this Government [...] is pursuing* » et « *the Federal Government takes* ») en tant que porte-parole, elle met en avant son *ethos* de cheffe. Cette stratégie renforce son autorité devant ses concitoyen·ne·s en créant un effet de consensus autour de l'approche qu'elle annonce, tout en parlant au nom du gouvernement fédéral.

L'affirmation de l'approche que le gouvernement allemand adopte afin de négocier avec la Russie et sanctionner ses actions en Crimée passe d'ailleurs dans le discours de la chancelière par des actes de langage affirmatifs. À plusieurs reprises, ces actes de langage sont énoncés sans prise en charge, c'est-à-dire grâce à une délocution. La stratégie délocutive permet de faire entrer le public allemand dans un monde d'évidences, où l'énoncé est présenté comme une vérité sans équivoque, voire toute-puissante, posture qui reflète sa capacité à affirmer, voire imposer, une vérité (Charaudeau, 2005). En effet, Angela Merkel peut se permettre d'exposer affirmativement la position du gouvernement allemand face à l'invasion russe en Ukraine, puisqu'elle est la cheffe de son gouvernement. Grâce à cette stratégie délocutive, Merkel valide cette position en renforçant la construction d'un *ethos* de cheffe. Elle incarne ainsi l'autorité inhérente à sa position de cheffe en imposant sa vision du conflit (extrait 4), et la marche à suivre décidée avec ses homologues européens (extraits 5 et 6) :

- 4) *Ladies and gentlemen, **it is clear** that Ukraine's territorial integrity and thus its unity **are being** blatantly called into question and violated.* (Annexe A, L45-46)
- 5) *The conflict **cannot be resolved** by military means.* (Annexe A, D1, L75-76)

---

<sup>42</sup> Cette entité serait le Conseil de l'Union Européenne, dont les membres sont les chefs de gouvernement de l'UE. Leur mandat consiste à adopter le budget de l'UE, à conclure des accords internationaux en son titre, et d'élaborer la politique étrangère et de sécurité de l'UE. 10 entités sont prévues au Conseil afin de traiter de différents sujets, et des représentants de chaque État membre au niveau ministériel participent à ses sessions : <https://www.consilium.europa.eu/fr/council-eu/what-the-council-does/>

- 6) *Swift assistance is now needed. And close coordination with the IMF is essential for EU assistance.*  
(Annexe A, L93-94)

Plus encore, un acte de langage affirmatif de réfutation est mobilisé par Merkel pour affirmer son autorité de cheffe face à la position de l'ancien chancelier allemand Gerhard Schroeder, présent dans l'interdiscours comme on l'observe à l'extrait 7<sup>43</sup>. De fait, l'ancien chancelier, qui est connu pour entretenir des liens étroits avec le président russe, aurait comparé, lors d'un événement organisé par le journal *Die Zeit*, la violation du droit international que représente l'invasion russe en Ukraine à la violation du droit international alléguée de la campagne de l'OTAN lors de la guerre du Kosovo en 1999, au sens où cette décision a été prise sans résolution du Conseil de Sécurité de l'Organisation des Nations Unies (ONU)<sup>44</sup>. L'acte de langage réalisé est d'autant plus révélateur de son ascendant comme cheffe, car la cible ici n'est pas un simple parlementaire, mais un ancien membre illustre du Bundestag.

- 7) *As a comparison has been drawn with the Kosovo conflict by some during the last few days – and perhaps such a comparison will be made again in the course of this debate – I would like to comment briefly on this. After the international community had stood by more or less helplessly for years watching Milosevic's so-called ethnic cleansing wars in the territory of the former Yugoslavia, after the sanctions and negotiations had failed to have any impact, NATO decided to launch a military intervention without a UN mandate, also because Russia had blocked any resolution by the UN Security Council for such a mandate. I want to state quite clearly that the situation at that time cannot be compared in any way to that in Ukraine today.* (Annexe A, L61-68)

Soulignons que la chancelière rétablit avec force le rapport de pouvoir avec son prédécesseur dans cet extrait. En effet, elle rappelle le contexte derrière le fait que l'OTAN ait agi sans l'aval du Conseil de Sécurité de l'ONU lors du conflit au Kosovo, et affirme que cette situation ne peut pas être comparée à l'invasion russe en Crimée, et ce, sans équivoque. L'acte de langage affirmatif, accompagné de la modalisation de certitude (« *I want to state quite clearly* »), permet à Merkel de construire un *ethos* d'autorité (Krieg-Planque, 2012), qui réinstaure son leadership comme cheffe

---

<sup>43</sup> Merkel succède à Schroeder comme chancelière à l'élection fédérale de 2005, ce dernier étant issu du Parti social-démocrate d'Allemagne (SPD), et elle de l'Union chrétienne-démocrate d'Allemagne (CDU).

<sup>44</sup> Selon le *Frankfurter Allgemeine Zeitung* : <https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/russland-und-die-krim-gerhard-schroeder-nennt-putins-vorgehen-voelkerrechtswidrig-12838902.html>. Cet événement est également mobilisé dans le premier article de notre corpus, à la section 3.3.3.

dans la gestion du conflit en laissant entendre que l'ancien chancelier ne propose pas une juste interprétation du conflit en cours. En ce sens, elle montre sa maîtrise de la situation en mettant métaphoriquement son poing sur la table. Du même coup, elle s'assure de mitiger les dissidences potentielles de certains opposants politiques ayant des affinités avec le SPD et l'ancien chancelier, grâce à une stratégie d'occupation qui permet de brûler de possibles contre-arguments avant même qu'ils puissent être formulés (Doury, 2021).

Revenons à la forme pronominale la plus souvent utilisée par Merkel dans son allocution (62,9%), soit la mise en scène d'un collectif (*we, us, our*). Ce « nous » fait référence dans 73,8% des cas à l'Europe, parfois comme européens, mais surtout comme pays membre de l'UE. Les autres formes pronominales collectives font référence à l'Allemagne et à son public (26,2%).

Tableau 4.3 Mise en scène de tiers dans l'allocution *Policy Statement by Federal Chancellor Angela Merkel on the Situation in Ukraine*<sup>45</sup>

| Tiers représentés                                                                                                                            | Exemples tirés de l'allocution                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Occurrences | Proportions |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| <i>Europe/ European Union/ Heads of State and Government of the European Union/ European countries/ EU member states/ European neighbour</i> | « <i>Rather, this Government, along with our partners in the <b>European Union</b> and the United States, is pursuing a three-pronged political and economic approach.</i> » (Annexe A, L77-78)                                                                                                                                               | 37          | 27,8%       |
| <i>Russia/ Moscow/ President Putin</i> <sup>46</sup>                                                                                         | « <i>But as I have addressed this – in my view – shameful comparison, I would like to state that the following must apply: <b>Russia</b>'s actions in Ukraine undoubtedly represent a violation of fundamental principles of international law. They would not be relativized by other international law violations.</i> » (Annexe A, L69-72) | 31          | 23,3%       |
| <i>Ukraine/ Kyiv/ Crimea/ Crimean Parliament</i>                                                                                             | « <i>Ladies and gentlemen, it is clear that <b>Ukraine</b>'s territorial integrity and thus its unity are being blatantly called into question and violated.</i> » (Annexe A, L45-46)                                                                                                                                                         | 28          | 21,0%       |

<sup>45</sup> Les tiers retenus dans ce tableau doivent apparaître dans l'allocution au moins trois fois.

<sup>46</sup> Le président russe est ici regroupé avec le tiers russe puisqu'il n'est nommé qu'une seule fois dans le discours.

|                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                               |     |      |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|------|
| <i>Germany/ Federal government/ Fellow members of this house</i>      | « This is why the <b>Federal Government</b> takes a three-pronged approach – talks, assistance and sanctions – with <b>Germany</b> taking each new step in the current crisis in close coordination with our partners. I ask for your support in this. » (Annexe A, L177-179) | 11  | 8,3% |
| <i>United Nations/ UN/ G8/ G7/ G20/ NATO/ International community</i> | « [...] after the sanctions and negotiations had failed to have any impact, <b>NATO</b> decided to launch a military intervention without a <b>UN</b> mandate [...] » (Annexe A, L65-66)                                                                                      | 11  | 8,3% |
| <i>Partners</i>                                                       | « Rather, this Government, along with <b>our partners</b> in the European Union and the United States, is pursuing a three-pronged political and economic approach. » (Annexe A, L77-78)                                                                                      | 8   | 6,0% |
| <i>Neighbours/ Neighbouring countries/ Neighbouring states</i>        | « That applies to everyone. It applies to Germany and it applies to our <b>neighbours</b> . » (Annexe A, L18)                                                                                                                                                                 | 4   | 3,0% |
| <i>United States</i>                                                  | « Rather, this Government, along with our partners in the European Union and the <b>United States</b> , is pursuing a three-pronged political and economic approach. » (Annexe A, L77-78)                                                                                     | 3   | 2,3% |
| <b>TOTAL</b>                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                               | 133 | 100% |

Globalement, l’allocution de la chancelière allemande présente presque exclusivement des tiers institutionnels, tels que les pays impliqués dans le conflit, les institutions internationales qui chapeautent les questions de droit international et de sécurité, et surtout, le tiers européen, qui se manifeste majoritairement par des références aux institutions gouvernementales et régionales de l’Europe, comme l’UE et ses pays membres. Ainsi, convoquer des tiers institutionnels lui permet de produire de la cohérence avec l’espace interdiscursif qu’elle mobilise, tout en renforçant l’ancrage institutionnel de son discours (Krieg-Planque et Oger, 2010). En effet, Angela Merkel met en scène son rôle de cheffe en s'appuyant sur les institutions de l'UE qu'elle représente, ainsi que sur son propre gouvernement. Elle se présente donc à travers la mise en scène d’un tiers européen, pour lequel elle sert en quelque sorte de porte-voix. En ce sens, l’allocution de Merkel

est non seulement dirigée vers le public allemand, mais aussi vers les institutions de l'UE et ses pays membres :

- 8) *To make it absolutely clear: none of us wants these measures to be taken. But we would all be ready and determined to take them if they become unavoidable. **All of us – that is the 28 member states of the European Union** in very close coordination with our transatlantic partners and within the G7.* (Annexe A, L161-164)
- 9) ***We want to move faster** on the negotiations on visa facilitations for Ukraine. Similarly, with regard to energy, **the EU is prepared to assist** Ukraine in strengthening its energy security, for instance by increasing the diversity of energy sources and transport methods and by modernising the system.* (Annexe A, L102-105)

En plus de la mise en scène du tiers européen, l'utilisation de la première personne du pluriel (*we, us, our*) et de verbes liés à l'action de l'UE (*move, work, decide, seek, support*), tels que présentés aux extraits 8 et 9, confirme que la chancelière allemande ne fait pas que relayer les décisions prises par l'UE: elle parle en son nom. En ce sens, nous observons un rapport de substitution entre la première personne du pluriel et l'UE, par exemple où « *We want to move faster* » est remplacé plus loin par « *the EU is prepared to assist* » à l'extrait 9. Merkel se présente donc non seulement comme la voix de l'Europe, mais performe, en son nom, les décisions prises notamment par le Conseil de l'Union européenne. Nous posons donc l'hypothèse interprétative qu'Angela Merkel ne construit pas seulement un *ethos* de cheffe, elle construit un *ethos* de cheffe de l'Europe.

#### 4.1.2.2. *Ethos* de cheffe tel qu'attribué dans le corpus médiatique

Si la chancelière allemande construit un *ethos* de cheffe, les médias internationaux lui attribuent également cette image dans le corpus médiatique. D'abord, nous remarquons que dans 8 des 9 articles du corpus médiatique associé à cette allocution, Angela Merkel est désignée au moins une fois par son titre officiel, soit celui de chancelière allemande. Bien que les désignations liées à sa fonction ne soient pas en tête de liste au tableau 4.4 qui suit, nous pouvons affirmer que dans 77,8% des cas, l'article débute avec un rappel de son titre. Néanmoins, dans un article du Financial Times, on rappelle le titre de Merkel, mais seulement de façon indirecte, en mentionnant qu'elle a offert les critiques les plus sévères envers la politique étrangère russe que nul autre chancelier allemand depuis des décennies : « *This week, however, Angela Merkel toughened Germany's line. In a speech*

*to the Bundestag, she delivered the harshest critique of Russian foreign policy by any German chancellor in decades. » (A8, Financial Times)<sup>47</sup>*

Tableau 4.4 Désignations d'Angela Merkel dans le corpus médiatique lié au conflit russo-ukrainien

| Désignations                                                                                 | Occurrences | Proportions |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| <i>Merkel</i>                                                                                | 27          | 42,9%       |
| <i>Mrs/Ms Merkel</i>                                                                         | 20          | 31,7%       |
| <i>German Chancellor/ The Chancellor/ German Chancellor Angela Merkel/ Chancellor Merkel</i> | 14          | 22,2%       |
| <i>Angela Merkel</i>                                                                         | 2           | 3,2%        |
| <b>TOTAL</b>                                                                                 | <b>63</b>   | <b>100%</b> |

Notons la forte présence de son nom dans le corpus médiatique. Ces résultats sont cohérents avec l'un de nos constats d'analyse : l'allocution de Merkel est au centre des articles du corpus médiatique, avec une présence marquée de discours rapporté direct, de discours rapporté indirect, et de discours mixte (extrait 10), où les journalistes ont tendance à s'effacer derrière la parole de la chancelière, lui conférant une position dominante. Cela constitue le premier indicateur qui nous amène à observer un *ethos* de cheffe dans le corpus médiatique.

10) *She said the EU and other western nations were prepared to freeze bank accounts and impose travel restrictions if Russia refused to enter "negotiations that achieve results."* (A3, DW)

Les médias laissent donc une place marquée à ses propos, avec des occurrences plus dispersées d'interprétations et de commentaire via un discours pris en charge par le ou la journaliste, comme nous le verrons à l'extrait 11. D'ailleurs, les verbes associés à Angela Merkel corroborent que sa parole est principalement mise de l'avant.

<sup>47</sup> Pour consulter les articles cités dans la présentation des résultats, il est possible de consulter les liens fournis dans la présentation du corpus médiatique, à la section 3.3.3. de la méthodologie.

Tableau 4.5 Types de verbes mobilisés en association aux désignations d'Angela Merkel dans le corpus médiatique lié au conflit russo-ukrainien

| Types de verbes                                                                                                        | Exemples tirés du corpus                                                                                                                                                                          | Occurrences | Proportions |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| Verbes de communication ( <i>to acknowledge, to issue, to reiterate, to recall, to say, to tell</i> )                  | « <i>Instead of choosing to help Ukraine, Ms. Merkel <b>said</b>, Russia was exerting old-fashioned military pressure</i> » (A4, New-York Times)                                                  | 26          | 44,1%       |
| Verbes liés à la gestion de la crise ( <i>to condemn, to head, to lead, to reject, to rule out, to toughen, etc.</i> ) | « <i>Merkel again <b>ruled out</b> the use of force in response to the Russian military build-up in Crimea [...]</i> » (A1, Agence France Presse)                                                 | 13          | 22,0%       |
| Verbes d'avertissement ( <i>to lament, to warn</i> )                                                                   | « <i>Russia holds war games near Ukraine; Merkel <b>warns</b> of catastrophe</i> » (A5, Reuters)                                                                                                  | 8           | 13,6%       |
| Verbes descriptifs ( <i>to be, to be seen, to emerge, to grow up</i> )                                                 | « <i>Merkel, who <b>grew up</b> in communist East Germany and <b>is</b> a fluent Russian speaker [...]</i> » (A1, Agence France Presse)                                                           | 6           | 10,2%       |
| Verbes d'incitation ( <i>to appeal, to urge</i> )                                                                      | « <i>Chancellor Angela Merkel of Germany <b>appealed</b> forcefully to Russia on Thursday to abandon what she called the politics of the 19th and 20th centuries [...]</i> » (A4, New-York Times) | 3           | 5,1%        |
| Autres verbes                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                   | 3           | 5,1%        |
| <b>TOTAL</b>                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                   | <b>59</b>   | <b>100%</b> |

L'utilisation fréquente (44,1% des occurrences) de verbes de communication lorsque Merkel est mise en scène indique qu'en effet, l'allocution rapportée de la chancelière est centrale à la couverture faite par les médias internationaux. Ce résultat était attendu, considérant que nous avons comme critère de sélection que les articles choisis abordent pour une grande partie du texte l'allocution d'Angela Merkel, et en propose une interprétation<sup>48</sup>. N'empêche, cela a pour effet de légitimer sa prise de parole, en en soulignant les moments phares, mais surtout, en montrant son autorité construite dans son discours. Au tableau 4.5, nous voyons qu'en ce sens, des verbes liés à la gestion de la crise, associés à l'autorité attribuée à la chancelière, apparaissent dans 22% des verbes dont Merkel est le sujet. De plus, à travers quatre occurrences de discours pris en charge par

<sup>48</sup> Voir section 3.3.3 de la méthodologie.

le ou la journaliste, les médias internationaux semblent lui accorder l'autorité de diriger la gestion de cette crise en Europe :

- 11) *Merkel, a fluent Russian speaker who grew up in Communist East Germany, has emerged in recent days as a **leading figure** in threatening tough measures against Moscow.* (A5, Reuters)

Ainsi, on peut voir dans cet extrait qu'on indique grâce à une délocution qu'elle se serait démarquée comme figure de proue (« *leading figure* ») des sanctions européennes envers la Russie, en participant à plus de négociations téléphoniques avec Poutine que les autres dirigeants européens (A8, Financial Times). Ceci vient renforcer son *ethos* de cheffe de l'Europe, tel que construit par Merkel dans son allocution, grâce à la mobilisation d'informations extérieures au discours pour étayer cette image. Plus encore, nous constatons la mobilisation de l'espace privé de Merkel pour légitimer sa posture de leadership. L'extrait 11 montre en ce sens que son passé en Allemagne de l'Est lorsqu'elle était jeune, ainsi que sa maîtrise du russe lui donneraient les outils pour être la leader idéale pour négocier avec le Président Vladimir Poutine. La relation entre les deux chefs d'État est d'ailleurs mise en scène par les médias à quelques reprises :

- 12) *Merkel grew up behind the Iron Curtain, speaks Russian and has tried to leverage her influence with Putin, whom she has known for 14 years, in countless phone calls. The former KGB officer, who himself speaks German, **is said to respect her as a strong leader.*** (A6, Reuters)
- 13) *Angela Merkel, the German chancellor, accused Russia yesterday of resorting to “the law of the jungle” in the Crimea crisis, in a **tough speech** to parliament [...].* (A7, Financial Times)

En exposant la relation de respect entre les deux leaders à l'extrait 12, voire de proximité vu leur passé concomitant, Reuters laisse entendre que Merkel a le leadership nécessaire pour influencer le président russe, soutenant son *ethos* de cheffe dans cette crise. Cet *ethos* de cheffe est renforcé par le fait que l'évaluation de sa position de leader est directement réalisée par son adversaire (« *is said to respect her as a strong leader* »). Plus encore, on peut voir ici que les médias cités plus haut insinuent qu'elle a la « force » nécessaire pour jouer au bras de fer avec l'ours russe. Cette sémantique de la force est utilisée à dix reprises dans le corpus médiatique, souvent en référence à son allocution, décrite comme présentant une forte rhétorique (« *tough rhetoric* », « *tough*



*speech* », « *strongest rhetoric* »). Cette sémantique de la force alimente l'image d'une cheffe robuste, capable de forcer la main à un adversaire politique coriace.

#### 4.1.2.3. *Ethos* de bonne élève tel que construit par Angela Merkel

L'allocution d'Angela Merkel met en lumière un double positionnement stratégique : celui d'une cheffe affirmant son autorité tel que vu à la section 4.1.2.1., et celui d'une figure exemplaire à travers l'*ethos* d'une bonne élève. Ce dernier, fondé sur le respect des règles internationales et la dénonciation des écarts, s'inscrit dans une opposition entre les pratiques du passé, incarnées par la Russie, et celles du 21<sup>e</sup> siècle, incarnées par l'Europe à laquelle Merkel s'associe. Cette opposition s'observe dans des stratégies rhétoriques et pragmatiques que nous verrons plus loin, mais aussi dans l'opposition sémantique peinte entre ces deux acteurs dans son allocution.

Tableau 4.6 Champs sémantiques mobilisés dans l'allocution *Policy Statement by Federal Chancellor Angela Merkel on the Situation in Ukraine*

| Tiers associés | Champs sémantiques                  | Exemples de schématisation                                                                                                                                                                                                                                                              | Occurrences de termes associés |
|----------------|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| Europe         | Mondialisation et prospérité        | « <i>The <b>globalisation</b> of our world – how we live, how we work and how we do <b>business</b> – has long since reached ever last corner. Today more than seven billion people live on our planet. They all want to enjoy a measure of <b>prosperity</b>.</i> » (Annexe A, L14-16) | 33                             |
|                | Institutions et droit international | « <i>This is about the territorial integrity of a European neighbour, about respect for the <b>principles of the United Nations</b> [...]</i> » (Annexe A, L58-59)                                                                                                                      | 30                             |
|                | Paix et sécurité                    | « <i>In the 21 century, European integration continues to represent the great promise of <b>peace, freedom</b> and prosperity.</i> » (Annexe A, L12-13)                                                                                                                                 | 27                             |
| Russie         | Guerre                              | « [...] <i>for hundreds of years, relations among European countries were marked by <b>rivalry, changing alliances</b> and recurring rounds of <b>horrendous bloodshed</b>.</i> » (Annexe A, L2-4)                                                                                      | 38                             |

Tel que nous pouvons le voir au tableau 4.6, la Russie est associée au champ sémantique de la guerre, avec des syntagmes comme « *territorial claims* », « *violation* » et « *military intervention* », qui sont associés dans son allocution à des pratiques tirées du 19<sup>e</sup> et du 20<sup>e</sup> siècle – des relations motivées par les intérêts individuels des États, et menant à des rivalités, ou pire, à des bains de sang. Elle propose en contraste au champ sémantique de la guerre un réseau sémantique lié à la mondialisation et à la prospérité, au droit international et à ses institutions, et à la paix et à la sécurité. Ces trois champs sémantiques se soutiennent entre eux afin de représenter ensemble les pratiques d’aujourd’hui, celles du 21<sup>e</sup> siècle – des relations bilatérales et multilatérales entre les États qui sont structurées par les principes du droit international, régies par ses institutions et associées à une période de paix, de respect des libertés et de prospérité. Ce contraste inscrit dans le sémantisme des termes utilisés s’opère notamment grâce à un procédé d’opposition :

- 14) *The law of the strong is being pitted against the strength of the law, and one-sided geopolitical interests are being placed ahead of efforts to reach agreement and cooperation.* (Annexe A, L49-51)

À deux reprises ici, Angela Merkel souligne le contraste entre la « loi du plus fort » et les « intérêts géopolitiques unilatéraux », et la « force de la loi » et les « accords et la coopération ». Ces procédés d’opposition (dont les marques sont soulignées dans l’extrait) permettent à la chancelière de se placer, par le biais de la mise en scène du tiers européen auquel elle s’associe, du côté des pratiques communément admises dans la communauté internationale au 21<sup>e</sup> siècle. Cette sémantique est teintée de l’universalisme des institutions internationales et de la mondialisation, qui apparaissent dans son allocution comme la « bonne » chose à faire grâce aux modalités déontiques « *must* », tel que vu à l’extrait 1 (« *I would like to state that the following must apply* »). Avec une force moindre, la modalité déontique « *should* » propose le scénario désiré comme étant le bon :

- 15) *Ukraine **should** continue to be a place in which all citizens can live peacefully together, irrespective of what language they speak – Ukrainian, Russian, Tatar or one of the country’s other languages – and what faith they profess.* (Annexe A, L115-117)

Ainsi, les principes de paix, de liberté et de prospérité sont présentés comme des devoirs pour tout pays au 21<sup>e</sup> siècle, comme prescrits dans les traités et chartes internationales, ce qui, par contraste, peint un portrait de l'opposant russe comme un hors la loi. De façon différente, la chancelière allemande et le tiers européen se montrent en bons élèves, qui avertissent la Russie que les négociations et la coopération ne peuvent continuer si les violations au droit international se poursuivent :

16) *If Russia continues along its course of the past few weeks, it will not only be a catastrophe for Ukraine. We would not only regard it as a threat as neighbouring states of Russia. It would not only change the relationship of the European Union as a whole with Russia. No, it would, I am absolutely convinced, hugely damage Russia not least of all, both economically and politically. Because, and I cannot stress this often or firmly enough, the clock cannot be turned back. Conflicts of interest at the heart of the Europe of the 21<sup>st</sup> century can only be successfully resolved if we do not resort to the solutions of the 19 and 20<sup>th</sup> centuries.* (Annexe A, L167-173)

Deux stratégies rhétoriques sont ici employées. Dans la première partie de l'extrait, on retrouve une épanorthose qui enchâsse une anaphore (« *would not only* ») et une gradation, toutes deux moins saillantes. L'épanorthose permet à Angela Merkel d'amplifier la force de son propos en s'auto-corrigeant à trois reprises : elle fait état progressivement des effets locaux, régionaux puis continentaux des actions de la Russie, et les écarte progressivement pour mieux insister sur son énoncé final (« *it would [...] hugely damage Russia* »). Ces figures rhétoriques ne font pas que souligner les dommages potentiellement causés par la Russie si son invasion se poursuit, mais l'avertit que ses actions pourraient mener à sa propre perte. On comprend implicitement grâce au co-texte que les dommages économiques et politiques décrits par Merkel seraient causés par les sanctions européennes envers la Russie, ce qui confère à l'énoncé une certaine valeur illocutoire liée à la menace (Kauffer, 2013). Cette valeur illocutoire est renforcée par l'*ethos* de cheffe de Merkel, qui montre son pouvoir d'actionner des sanctions envers la Russie. Puis, la métaphore « *the clock cannot be turned back* » évoque le caractère dépassé des actions russes, qui datent d'une autre époque. Par une stratégie délocutive, Merkel affirme alors que les conflits au 21<sup>e</sup> siècle « ne peuvent pas » être résolus avec les outils du passé. En ce sens, le réseau sémantique des institutions internationales, ainsi que les valeurs qui y sont associées, sont présentés comme la voie à suivre dans la gestion des conflits de nos jours. Ceci renforce le rapprochement qui peut être fait entre

l'allocution de Merkel et un discours institutionnel, et alimente un *ethos* de bonne élève qui suit les règles, et qui dénonce les écarts. Ainsi, les stratégies discursives liées à l'*ethos* de bonne élève ne sont pas en opposition avec celles de l'*ethos* de cheffe – elles se complètent. L'*ethos* de cheffe montre la stratégie à adopter, et l'*ethos* de bonne élève légitime pourquoi cette stratégie est la bonne, en construisant le tiers européen bon élève en opposition au tiers russe hors la loi. L'*ethos* de bonne élève est aussi en phase avec le stade du conflit pendant lequel Angela Merkel fait son discours. À ce moment, l'invasion russe en Ukraine ne fait que commencer, ce qui signifie qu'il est attendu dans ce genre d'allocution de faire preuve de prudence afin de laisser cours aux négociations.

#### 4.1.2.4. *Ethos* de gardienne de la mémoire tel que construit par Angela Merkel

En support à l'*ethos* de bonne élève se construit l'*ethos* de gardienne de la mémoire. Cet *ethos* s'affiche comme une promesse envers le passé des Allemands : celle de ne pas répéter les erreurs du passé. De fait, le « *vergangenheitsbewältigung* », qui se traduit littéralement par « affronter son passé », fut pour les Allemands une manière de faire la paix avec les horreurs commises par leur pays pendant la Seconde Guerre mondiale à travers le mouvement nazi (Schulz, 2024). En prenant conscience avec humilité des maux du passé, les Allemands espèrent ainsi reconstruire leur identité nationale et réfléchir collectivement à ce qu'ils aspirent à devenir comme société. Ainsi, pour construire cette nouvelle identité nationale, le devoir de mémoire de la Shoah s'est inscrit dans le discours politique allemand (Schulz, 2024). Dans son allocution, Angela Merkel met de l'avant le champ sémantique de la guerre, tel que vu au tableau 4.6, mais plus spécifiquement, elle construit le conflit russo-ukrainien en relation avec les guerres dévastatrices du 20<sup>e</sup> siècle:

- 17) [...] *for hundreds of years, relations among European countries were marked by rivalry, changing alliances and recurring rounds of horrendous bloodshed. We remember this most particularly in 2014, this year of anniversaries. We are remembering the First World War, which broke out 100 years ago. It was the first great catastrophe of the 20 century and was soon followed by a second: the outbreak of the Second World War 75 years ago and the Shoah, that ultimate betrayal of all civilised values.* (Annexe A, L2-7)

Dans cet extrait, la chancelière allemande met la table à son discours en soulignant le 100<sup>e</sup> anniversaire de la Première Guerre mondiale et rappelle les horreurs commises lors de ces deux guerres dévastatrices au 20<sup>e</sup> siècle. Elle construit une représentation de ces conflits comme des guerres barbares et incivilisées, notamment avec l'allitération « *recurring rounds of horrendous bloodshed* ». Puis, tout au long de son discours, elle oppose les manières « modernes » de faire au 21<sup>e</sup> siècle à celles du 19<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup> siècle, et rapproche les actions de la Russie à celles du siècle précédent, tel que nous pouvons le voir au tableau 4.7. De cette manière, elle construit la crise en cours comme potentiellement catastrophique et incivilisée, en opposition aux principes de paix, de liberté et de prospérité que les institutions internationales et les États s'y associant s'efforcent de défendre au 21<sup>e</sup> siècle.

Tableau 4.7 Synthèse des rapports d'opposition en présence dans l'allocution *Policy Statement by Federal Chancellor Angela Merkel on the Situation in Ukraine*

| Démonstration des rapports d'opposition                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Types d'opposition |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Exemple faisant office de légende :<br><br><u>Les relations internationales telles que nous les connaissons au 21<sup>e</sup> siècle, s'opposent aux manières de faire au 19<sup>e</sup> et au 20<sup>e</sup> siècle.</u>                                                                                                                                               | Directe            |
| « <u>The globalisation of our world – how we live, how we work and how we do business – has long since reached ever last corner.</u> Today more than seven billion people live on our planet. <u>They all want to enjoy a measure of prosperity.</u> <i>No-one can confine themselves any longer to only watching out for their own interests.</i> » (Annexe A, L14-17) | Indirecte          |
| « <i>The law of the strong is being pitted against the strength of the law, and one-sided geopolitical interests are being placed ahead of efforts to reach agreement and cooperation.</i> » (Annexe A, L49-51)                                                                                                                                                         | Directe            |
| « <u>This is about the territorial integrity of a European neighbour, about respect for the principles of the United Nations, about principles and methods of accommodating conflicting interests in the 21 century.</u> » (Annexe A, L58-60)                                                                                                                           | Implicite          |

En rappelant ce passé sombre, Merkel se fait en quelque sorte gardienne de cette mémoire douloureuse en se saisissant du « *vergangenheitsbewältigung* », et avertit des dérives possibles. Ces dérives anticipées sont forgées dans une argumentation basée sur l'expérience allemande :

18) [...] *now in the heart of Europe, in Ukraine, that we are witnessing a conflict about spheres of influence and territorial claims, **such as those we know from the 19 and 20 century but thought we had put behind us.*** (Annexe A, L29-32)

La conjonction « *such as* » permet à la chancelière d'établir un parallèle entre le conflit en Ukraine et ceux du siècle précédent, auxquels l'Allemagne a joué un rôle central. En présentant un argument basé sur l'expérience de son pays, Merkel légitime son leadership dans le conflit actuel tout en évitant une posture moralisatrice. Elle adopte au contraire une posture d'humilité, laissant entendre en sous-texte que l'Allemagne a opté dans le passé pour la violence, mais que son expérience démontre que ce n'est pas la voie à suivre. Cette argumentation confère à Merkel une compétence par expérience dans la gestion de la crise en cours. Elle permet également de rallier les Allemands et les Européens autour de principes universels incontestables, tout en jouant sur les deux tableaux : indiquer la voie à suivre tout en reconnaissant les erreurs du passé.

#### 4.1.2.5. *Ethos* alarmiste, tel qu'attribué dans le corpus médiatique

En parallèle d'un *ethos* de cheffe attribué par les médias internationaux à la chancelière allemande, nous retrouvons certaines occurrences de la construction d'un *ethos* qui remet en question l'assise de son leadership. Débutons en mentionnant que cet *ethos* semble être construit en réaction à des interdiscours qui sont réinvestis dans le corpus médiatique, selon lesquels Angela Merkel aurait mis du temps à réagir publiquement à la crise, ce qui renvoie à un *ethos* de leader hésitante, en manque de leadership:

19) *Merkel is widely seen as the EU's most influential figure in the Crimea crisis **but has been accused of reluctance to bring real pressure to bear** against Russia due to Germany's close trade ties with the country.* (A1, Agence France Presse)

20) *This week, however, **Angela Merkel toughened Germany's line.** In a speech to the Bundestag, she delivered the harshest critique of Russian foreign policy by any German chancellor in decades.* (A8, Financial Times)

Considéré ainsi, Merkel aurait été prudente avant de mettre en place des mesures pour dissuader la Russie de poursuivre son invasion en Ukraine, dû au lien économique relativement étroit entre les deux pays qui risquait de s'éroder en imposant des sanctions économiques. Des sanctions qui, selon le Financial Times, mettraient à risque de nombreux emplois en Allemagne qui dépendent des relations commerciales avec la Russie (A8, Financial Times). En réponse à cette critique envers la chancelière allemande, à l'extrait 19, les médias mettent en scène son discours comme une réponse forte après un silence remarqué. En ce sens, les médias mettraient de l'avant la construction catastrophique de la crise proposée par Merkel à travers 8 occurrences de verbes renvoyant à l'avertissement (13,6% des occurrences), comme indiqué au tableau 4.5, dont la principale occurrence est le verbe « *warn* ». Ces verbes sont souvent mobilisés avec les noms « *catastrophe* » et « *massive damage* », termes issus de l'allocution de la chancelière; nous en retrouvons d'ailleurs 4 occurrences dans les titres des articles<sup>49</sup>, donnant un poids considérable à cet *ethos* dans le corpus médiatique. Le co-texte nous indique plutôt que les médias associent cette image alarmante de la crise à un ton nouvellement plus ferme accentué par le verbe « *toughened* » (tel que vu à l'extrait 20) qui indique implicitement que son ton n'était pas aussi fort auparavant, et teinté d'un sentiment d'urgence enclenché par les critiques l'accusant d'avoir été trop absente du discours public de la crise (tel que vu à l'extrait 19).

La force des propos de la chancelière, propos peints parfois comme étant teintés d'émotions (voir extrait 21), est même interprétée chez certains comme une manière de stimuler l'opinion publique allemande en faveur des sanctions économiques (« *The chancellor's words were designed to emphasise Berlin's resolve to Russia's President Vladimir Putin and to bolster German public support for sanctions* » A7, Financial Times). Lamentation alarmée, ou stratégie politique pour recueillir le support nécessaire pour mettre en œuvre un plan bien orchestré? Nous constatons que dans la majorité du corpus, cette sémantique de l'inquiétude accompagne la rhétorique forte de la chancelière, allant dans le sens de l'*ethos* de cheffe qui se prépare à jouer au bras de fer avec le président russe. Mais à deux reprises dans des articles de Reuters (A5 et A6), cet *ethos* alarmiste est interprété par le média comme teinté d'une émotion qu'Angela Merkel ne revêtirait pas couramment :

---

<sup>49</sup> Voir tableau 3.2 de la méthodologie.

21) *But Merkel **lamented** in an **unusually emotive speech** that the Russian leader was destroying years of post-Soviet rapprochement [...].* (A6, Reuters)

Ainsi, l'*ethos* alarmiste est parfois construit comme un écart avec l'*ethos* de cheffe attribué à d'autres occasions dans ce corpus, c'est-à-dire que la mise en scène de l'émotion perçue dans le discours de la chancelière serait en contradiction avec une image de cheffe en contrôle qui s'apprête à mettre en place des sanctions afin de dissuader la Russie de poursuivre son invasion en Ukraine. Nous analyserons d'ailleurs cette image au regard de notre 3<sup>e</sup> grille d'analyse à la section 4.4. Cet *ethos* vient plutôt construire une image de Merkel qui déplore les actions de la Russie et implore à leur président de se retirer du territoire ukrainien.

## 4.2. Résultats de la période 2 : la crise des migrant·e·s de 2015 en Europe

### 4.2.1. Brève description du contexte

La crise des migrant·e·s en Europe est provoquée par un flux inhabituel de migrant·e·s en provenance de la Syrie, qui est aux prises avec une guerre civile, mais aussi de l'Afghanistan et de l'Irak, dû à des guerres et instabilités persistantes (BBC, 2016). Selon le Haut Commissariat des Nations unies pour les réfugiés, au cours des 6 premiers mois de 2015, 137 000 migrant·e·s ont tentés d'entrer en Europe, une augmentation de 83% par rapport à la même période en 2014 (Berry *et al.*, 2015). Ces migrations correspondent à une hausse marquée du nombre de personnes utilisant les voies maritimes comme la mer Méditerranée et la mer Égée, pour entrer dans les pays européens jouxtant ces mers, comme la Grèce et l'Italie, afin de demander l'asile (Berry *et al.*, 2015). D'autres choisissent la voie terrestre, puisque la traversée maritime est périlleuse. Selon l'Organisation internationale pour les migrations (2016), plus de 3 770 personnes seraient mortes en tentant de traverser en Europe par voie maritime en 2015. La Grèce et l'Italie ayant de la difficulté à pallier l'entrée massive de migrant·e·s par leurs frontières, plusieurs migrant·e·s choisissent de poursuivre le voyage à pied afin de rejoindre d'autres pays en Europe, où ils décideront de demander l'asile. Ainsi, à la fin de 2015, on recense plus d'un million de réfugié·e·s en Europe (Fargues, 2016)<sup>50</sup>.

---

<sup>50</sup> Nous prenons ici en compte pour la suite du texte que bien que cette situation fût communément appelée la « crise des migrants », le terme « migrant » correspond à une personne en déplacement, alors que le terme « réfugié » décrit



Nombreux de ces réfugié·e·s demandent l'asile en Allemagne, soit plus de 440 000 (Pew Research Center, 2016), ce qui représente près de 35% des demandes d'asile dans toute l'Europe en 2015 (Duru *et al.*, 2021). Cet accueil sans précédent de réfugié·e·s a été rendu possible grâce à la suspension par le gouvernement allemand de la procédure de Dublin le 24 août 2015, ouvrant les portes aux réfugié·e·s qui ont emprunté la route des Balkans via la Grèce et la Hongrie (Duru *et al.*, 2021). Selon cette procédure, l'examen de la demande d'asile doit être effectué par le pays par lequel le ou la réfugié·e est entré·e, mettant une pression aiguë notamment sur la Grèce qui est toujours aux prises avec une économie désargentée (Castaneda et Holmes, 2016). Lors de la première moitié de 2015, l'appui public allemand aux réfugié·e·s est massif, ancré dans un récit trouvant son origine dans une campagne gouvernementale vieille de dix ans visant à attirer des professionnels étrangers en Allemagne afin de pallier un déficit démographique (Tuckett, 2024). Cet appui est confirmé par les discours des parlementaires qui se joignent aux foules citoyennes, et même par les médias qui encouragent cette vague d'appui, comme le tabloïd Bild qui lance sa campagne « *We are helping #refugeeswelcome* » (Tuckett, 2024, p. 96). Néanmoins, l'extrême droite allemande se fait entendre lors de manifestations néonazies. Certains extrémistes vont même jusqu'à incendier le foyer de demandeurs d'asile (Schnee, 2015).

Dans ce contexte, la chancelière allemande fait quelques apparitions publiques au cours de l'été 2015. Deux sont particulièrement médiatisées. Le 16 juillet, Merkel rencontre une jeune réfugiée palestinienne et sa famille qui risquent la déportation (Seibt, 2015). Devant la demande de la jeune réfugiée, Merkel aurait répondu qu'il y a des milliers de réfugié·e·s comme elle et que l'Allemagne n'arrivait pas à tous les aider, entraînant les sanglots de la jeune réfugiée, ainsi qu'une tentative maladroite de Merkel de la consoler (Castaneda et Holmes, 2016). Puis, en août, Angela Merkel rend visite à des demandeurs d'asile à Heidenau, où ledit foyer les accueillant avait été incendié (Schnee, 2015). Elle condamne alors les « débordements haineux » et les violences commises envers les réfugié·e·s (Schnee, 2015). La même journée, la chancelière allemande rencontre le Président français François Hollande afin de faire front commun pour surmonter ce qui est maintenant appelé la crise des migrant·e·s.

---

plus précisément la situation de personnes en quête de refuge, fuyant la guerre, par exemple (Calabrese et Veniard, 2018).

#### 4.2.2. *Èthè* construits autour de l’allocution du 31 août 2015, au sujet de la crise des migrant·e·s en Europe.

Devant la situation en développement décrite plus haut, la chancelière allemande prend la parole le 31 août 2015, avant une conférence de presse fédérale organisée par le Bundespressekonferenz (BPK), le regroupement des journalistes parlementaires allemands<sup>51</sup>. L’allocution, d’une longueur de 2726 mots, et approximativement 22 minutes 43 secondes<sup>52</sup>, est prononcée devant des journalistes membres du BPK, ainsi que des journalistes étrangers de l’Association de la presse étrangère en Allemagne (*Verein der Ausländischen Presse in Deutschland*). La conférence de presse a lieu dans le hall des locaux du BPK, connu comme le bâtiment des conférences de presse fédérales. L’allocution de Merkel est introduite par la présidente de l’organisme à l’époque, Mme Ute Welty.

Nos résultats révèlent deux *èthè* principaux construits par Merkel dans son allocution, ainsi que deux *èthè* attribués par les médias internationaux : un *ethos* de guide et un *ethos* empathique construits par Merkel, ainsi qu’un *ethos* d’activiste et un *ethos* de supplication, attribués par les médias internationaux.

##### 4.2.2.1. *Ethos* de guide tel que construit par Angela Merkel

L’*ethos* de cheffe se décline en une sous-catégorie de guide (Charaudeau, 2005)<sup>53</sup>. La guide s’articule dans une relation d’identification à un groupe, de façon à la fois symétrique et asymétrique : la guide se positionne comme égale à son public par diverses stratégies qui permettent au public de s’identifier à elle, tout en exerçant une force de leadership asymétrique qui lui permet de se mettre de l’avant en définissant le chemin à suivre, la norme à adopter, ou les valeurs à soutenir afin d’appartenir au groupe (Laforest *et al.*, 2008).

En ce sens, attardons-nous aux stratégies de présentation de soi utilisées par la chancelière allemande afin de (ré)affirmer sa posture de leader dans cette crise. Observons d’abord les formes

---

<sup>51</sup> Cette entité est décrite comme unique au monde. Financé par les journalistes membres, le BPK a des bureaux à Berlin et à Bonn. Voir : <https://www.bundespressekonferenz.de/information-in-english>

<sup>52</sup> Le débit moyen d’un·e politicien·ne serait de 120 mots/minute devant un public (Rist, 1999).

<sup>53</sup> Tel qu’indiqué à la section 4.1.2.1. de la présentation des résultats.

pronominales qu'elle utilise pour construire sa relation avec ses publics et susciter leur identification en modulant sa présence, et celle des autres, dans son discours.

Tableau 4.8 Formes pronominales dans l'allocution du 31 août 2015, au sujet de la crise des migrant·e·s en Europe

| Pronoms                                                                | Occurrences | Proportions |
|------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| 1 <sup>re</sup> personne du pluriel ( <i>we, us, our</i> )             | 117         | 70,5%       |
| 1 <sup>re</sup> personne du singulier ( <i>I, me, my, mine</i> )       | 26          | 15,7%       |
| 3 <sup>e</sup> personne du pluriel ( <i>they, them, theirs</i> )       | 12          | 7,2%        |
| 2 <sup>e</sup> personne du pluriel ( <i>you, your</i> )                | 9           | 5,4%        |
| 2 <sup>e</sup> personne du singulier ( <i>you, your</i> )              | 2           | 1,2%        |
| 3 <sup>e</sup> personne du singulier ( <i>he, him, his, she, her</i> ) | 0           | 0%          |
| <b>TOTAL</b>                                                           | <b>166</b>  | <b>100%</b> |

Ces résultats montrent une prédominance marquée d'une mise en scène d'un collectif (*we, us, our*) dans son allocution, soit dans plus de 70% des références pronominales. Celles-ci font allusion dans la majorité des cas aux Allemand·e·s (56,4%), à qui elle s'adresse en priorité tel qu'on peut le voir à l'extrait 22. Elle mobilise parfois la 1<sup>re</sup> personne du pluriel afin de parler au nom du gouvernement fédéral, et même des *Landër*<sup>54</sup> et des municipalités (39,3%), ce qui renforce son autorité comme leader de l'Allemagne.

- 22) *The overwhelming majority of **our people** are open-minded. **We** have a strong economy and a robust, even buoyant labour market. Consider the skilled worker aspect. The fact that so many people go through so much trouble to make their dream of a life in **Germany** come true can hardly be a bad reflection on **us**<sup>55</sup>. **Our** freedom, the rule of law, **our** economic strength, **our** orderliness, how **we** live side by side—that is what fuels the dreams of people who have known persecution, war, authoritarianism. The world sees **Germany** as a land of hope and opportunity, even if **we** know that hasn't always been the case.* (Annexe B, L58-64)

<sup>54</sup> Correspond aux états ou aux provinces allemandes : <https://www.bundesrat.de/FR/organisation-fr/laender-fr/laender-fr-node.html>

<sup>55</sup> Merkel utilise la phrase *stellt uns das ja nun wirklich nicht das schlechteste Zeugnis aus*, ce qui signifie littéralement en anglais : “it's not as if we are getting the worst-possible report card”.

Angela Merkel ne fait pas que mobiliser un « nous » allemand, elle construit une image de ce que sont les Allemand·e·s, une image à laquelle iels peuvent s'identifier, et présente cette image comme une vérité. En effet, comme vu à l'extrait 22, Merkel affirme grâce à une stratégie délocutive que la majorité des Allemand·e·s sont ouvert·e·s d'esprit, puis mobilise le « nous » allemand afin de l'associer aux domaines (« *our economic strength* ») et aux valeurs (« *our freedom* », « *our orderliness* ») qui caractérisent l'Allemagne, et pour lesquels iels sont reconnu·e·s, voir pour lesquels iels peuvent être fiers : « [...] *can hardly be a bad reflection on us* ». Cela a pour effet de définir un idéal allemand auquel son public peut s'identifier et aspirer. Puis, elle renforce l'effet d'identification de son public en parlant vrai, c'est-à-dire en se détachant du discours exemplaire sur l'Allemagne afin de lui révéler un aspect plus sombre de son passé auquel les Allemand·e·s peuvent aussi se reconnaître. Ainsi, elle mobilise le passé des guerres, des dictatures et des persécutions qui ont fait partie de leur histoire, mais qu'iels ont surmontées. Cela a pour effet de montrer à ses concitoyen·ne·s qu'elle connaît leurs souffrances passées et leur histoire à laquelle elle s'identifie également, et donc de construire discursivement une relation avec eux à travers ledit « nous » allemand. Par ailleurs, elle tire parti du sentiment d'appartenance qu'elle crée chez son public, ainsi que de sa légitimité reconnue par son public afin de les appeler à l'action :

23) *German thoroughness is excellent, but what we will need now is German flexibility. There are countless examples that have demonstrated that we are up to the task.* (Annexe B, L70-72)

Ainsi, l'extrait 23 nous montre l'articulation d'une stratégie d'identification à une stratégie de magnification<sup>56</sup>, c'est-à-dire qu'Angela Merkel part du stéréotype allemand de rigueur (« *German thoroughness* »), auquel son public peut s'identifier, afin de les encourager à aller au-delà de ce stéréotype et d'adopter la flexibilité allemande (« *German flexibility* ») dans le cadre de cette crise. Elle les invite donc à reconnaître les limites de cette caractéristique typique allemande, afin de se projeter vers quelque chose de plus grand qu'eux, incarné par leur leader. En leur indiquant l'attitude à adopter dans cette situation et en misant sur sa compréhension et son identification à son public, la chancelière allemande met en scène à la fois de la proximité et de la distance avec son public, construisant un *ethos* guide pour ses concitoyen·ne·s (Rossette, 2017). Cette distance

---

<sup>56</sup> Selon le CNRTL, rendre (quelqu'un, quelque chose) plus beau, plus fort, plus grand, plus important, dans un état meilleur, l'emportant sur le précédent : <https://www.cnrtl.fr/definition/magnifier>

lui permet de leur montrer la voie à suivre afin de surmonter le défi qu'ils auraient d'ailleurs déjà surmonté dans le passé (« [...] *countless examples that have demonstrated that we are up to the task* »). Cette double stratégie d'identification et de magnification, qui met en scène l'image de l'Allemand.e dans lequel le public peut se reconnaître, et de l'Allemand.e qui dépasse son propre stéréotype, et aussi placée dans son discours en opposition avec la mise en scène de « mauvais·es » citoyen·ne·s :

- 24) *The numbers of people who are there for the refugees today, the numbers of helpers, the numbers of those who guide strangers through our cities, go with them to public offices and agencies, or even take them into their homes, they far exceed the numbers of agitators and xenophobes.* (Annexe B, L49-52)

Ce procédé d'opposition, présenté à l'extrait ci-haut, entre les bon·ne·s citoyen·ne·s (« *people who are there for the refugees* », « *helpers* », etc.) et les mauvais·es citoyen·ne·s (« *agitators and xenophobes* ») crée un effet de rassemblement autour de l'image du ou de la bon·ne citoyen·ne, et accentue l'exigence morale pour le public de s'y projeter en représentant cette catégorie de citoyen·ne·s comme supérieure en nombre et valorisée par leur guide (Laforest *et al.*, 2008). Cette logique de double construction – valorisation du *in-group* (bon·ne·s citoyen·ne·s) et mise à distance du *out-group* (les mauvais·es citoyen·ne·s) – renforce la cohésion sociale et justifie la nécessité de suivre les principes dictés par l'autorité qu'elle incarne, consolidant ainsi son *ethos* de guide. En ce sens, elle tire parti de son autorité pour prévenir son public de l'influence de ces mauvais·es citoyen·ne·s, et les enjoint à garder leurs distances grâce à deux actes de langage directifs<sup>57</sup> :

- 25) *Don't fall in with these people who incite these protests! All too often, their hearts are cold and harbour prejudice or even hate. Keep your distance!* (Annexe B, L44-46)

De cette manière, en intégrant ces directives à son discours, Merkel confère un rôle actif à son public. Ses citoyen·ne·s deviennent alors non seulement spectateur·ice·s des événements, mais aussi acteur·ice·s ayant une responsabilité. Ces actes de langage directifs confirment l'*ethos* de

---

<sup>57</sup> Selon Vanderveken, le verbe directif permet au locuteur·ice d'enjoindre son public à faire quelque chose. Chaque acte illocutoire directif a un mode spécial d'accomplissement, et sa satisfaction peut être évaluée par l'accord ou l'obéissement du public à la proposition faite par le ou la locuteur·ice (1988, p. 182).

guide que Merkel incarne en montrant la voie à suivre, en leur indiquant clairement ce qu'ils peuvent faire, et ce qu'ils ne devraient pas faire en tant qu'Allemand·e·s.

Cet *ethos* de guide s'incarne aussi dans le rôle gouvernemental qu'elle endosse à travers l'usage d'un « nous » gouvernemental; un rôle qui se reflète aussi dans les mises en scène de tiers dans son discours.

Tableau 4.9 Mises en scène de tiers dans l'allocution du 31 août 2015, au sujet de la crise des migrant·e·s en Europe

| Tiers représentés                                                                                      | Exemples tirés de l'allocution                                                                                                                                                                                  | Occurrences | Proportions |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| Le gouvernement fédéral, les <i>Landers</i> et les municipalités                                       | « [...] <i>we—the federal government, states and municipalities</i> [...] » (Annexe B, L85)                                                                                                                     | 31          | 30,1%       |
| Réfugiés (« <i>people</i> », « <i>refugees</i> », « <i>human beings</i> »)                             | « <i>The numbers of people who are there for the refugees today, [...]</i> » (Annexe B, L49-50)                                                                                                                 | 20          | 19,4%       |
| Europe, ses institutions, et ses pays membres                                                          | « <i>Europe as a whole must move.</i> » (Annexe 2, L138-139)                                                                                                                                                    | 14          | 13,6%       |
| L'Allemagne et ses concitoyen·ne·s                                                                     | « <i>The overwhelming majority of our people are open-minded. [...] The world sees Germany as a land of hope and opportunity, even if we know that hasn't always been the case.</i> » (Annexe B, L58-64)        | 13          | 12,6%       |
| Les mauvais·es citoyen·ne·s (« <i>people smugglers</i> », « <i>agitators</i> », « <i>xenophobes</i> ») | « [...] <i>they far exceed the numbers of agitators and xenophobes.</i> » (Annexe B, L52)                                                                                                                       | 8           | 7,8%        |
| Les bon·ne·s citoyen·ne·s (« <i>helpers</i> », « <i>good citizens</i> »)                               | « [...] <i>the numbers of helpers, the numbers of those who guide strangers through our cities, go with them to public offices and agencies, or even take them into their homes, [...]</i> » (Annexe B, L50-51) | 7           | 6,8%        |
| Autres                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                 | 10          | 9,7%        |
| <b>TOTAL</b>                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                 | <b>103</b>  | <b>100%</b> |

Comme vu au tableau 4.9, dans plus de 30% des cas, Angela Merkel met en scène le gouvernement fédéral allemand, les *Landers* et les municipalités comme tiers dans son discours, et elle s'associe à ce groupe de tiers en utilisant des références pronominales collectives (*we, us, our*). Cela, en combinaison avec le tiers allemand qu'elle évoque dans 12,6% des cas, lui permet d'asseoir son autorité comme leader de l'Allemagne, en évoquant les institutions politiques qui y sont rattachées et sur lesquelles elle a une influence. Plus encore, elle indique l'attitude et la marche à suivre pour ces institutions, pour lesquelles elle incarne une guide symbolique<sup>58</sup>.

26) *The past examples have shown that when it matters, **we—the federal government, states and municipalities**—are capable of doing what is right and necessary. But this time **we must act** even faster. **We need to** temporarily suspend what is preventing us from doing the right thing, and that is why **we need to** demonstrate some courage too. It is something **we need to do** right here in our country.* (Annexe B, L84-88)

27) *I will speak bluntly: Germany is a robust country. Our motto for approaching these tasks **needs to be**: We have achieved so much—we will accomplish this! We will accomplish this, and whenever we encounter an obstacle, **we need to** overcome it, **must work on it**. The federal government will do everything in its power—together with the states, together with the municipalities—to achieve precisely that.* (Annexe B, L133-137)

Les extraits 26 et 27 nous montrent comment Merkel mobilise des modalités de devoir (« *we must* », 9 occurrences) et de nécessité (« *we need to* », 20 occurrences) pour définir les actions qu'elle souhaite voir se réaliser (« *We need to temporarily suspend [...]* ») ainsi que la façon dont l'accueil des réfugié·e·s doit être mis en œuvre (« *[...] we need to demonstrate some courage too* »). Ici, ce sont moins les actions concrètes qui seront prises par le gouvernement qui sont au centre de son allocution. Ce sont plutôt les valeurs, les principes et les attitudes derrière les actions à prendre qui sont mises de l'avant, présentées comme des devoirs et des nécessités qui émanent de plus haut que la chancelière. Merkel incarne ce message et renforce à nouveau une dynamique de *in-group* en demandant tant aux concitoyen·ne·s allemand·e·s qu'aux institutions qui les représentent de faire la « bonne » chose (« *doing what is right and necessary* »). Cette construction

---

<sup>58</sup> La fonction de chancelière incarne l'organe exécutive du gouvernement fédéral, mais les *Landers* et les municipalités ont des champs de compétence sur lesquels leurs leaders peuvent légiférer. Ainsi, la chancelière peut imposer certaines lois et règles, mais les *Landers* et municipalités ont de l'autonomie dans certains champs de compétence : <https://www.bundestag.de/fr/parlement/fonctions/legislation/competences-246012>

d'un collectif allemand amplifie la nécessité de suivre les principes que Merkel met de l'avant et par lesquels elle les enjoint à passer à l'action, via l'utilisation abondante de verbes d'action (Laforest *et al.*, 2008) :

Tableau 4.10 Types de verbes mobilisés par Angela Merkel, associés aux pronoms à la 1<sup>re</sup> personne du pluriel, dans l'allocution du 31 août 2015, au sujet de la crise des migrant·e·s en Europe

| Types de verbes                                  | Exemples de verbes <sup>59</sup>                                 | Occurrences | Proportions |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| Verbes d'engagement                              | <i>To accomplish</i><br><i>To deal</i><br><i>To decide, etc.</i> | 20          | 22,5%       |
| Verbes liés à la gestion de la crise             | <i>To apply</i><br><i>To grant</i><br><i>To implement, etc.</i>  | 18          | 20,2%       |
| Verbes de communication                          | <i>To discuss</i><br><i>To say</i><br><i>To talk, etc.</i>       | 12          | 13,5%       |
| Verbes expérientiels <sup>60</sup>               | <i>To have</i><br><i>To live</i><br><i>To take pride, etc.</i>   | 12          | 13,5%       |
| Verbes de perception                             | <i>To be aware</i><br><i>To find</i><br><i>To witness, etc.</i>  | 8           | 9,0%        |
| Verbes de coopération                            | <i>To consult</i><br><i>To cooperate</i><br><i>To host, etc.</i> | 6           | 6,7%        |
| Verbes de résolution, liés à l'issue de la crise | <i>To achieve</i><br><i>To overcome</i><br><i>To solve, etc.</i> | 6           | 6,7%        |
| Verbes reflétant un désaccord                    | <i>To be opposed</i><br><i>To face</i>                           | 4           | 4,5%        |
| Verbes de temporalité                            | <i>To be on time</i><br><i>To fend off</i>                       | 2           | 2,2%        |
| Autres verbes                                    |                                                                  | 1           | 1,1%        |
| <b>TOTAL</b>                                     |                                                                  | <b>89</b>   | <b>100%</b> |

<sup>59</sup> Voir la liste complète des verbes à l'annexe D.

<sup>60</sup> La catégorie des verbes expérientiels sont liés à l'expérience allemande, à ce qu'ils sont, à ce qu'ils ont vécu, aux droits qu'ils ont, au respect qu'ils démontrent, à la fierté qu'ils peuvent avoir, etc. Cette catégorisation est basée sur le cotexte qui offre une sémantique plus précise que la définition conventionnelle associée à ces verbes.



Les résultats présentés ci-haut nous indiquent que lorsque Merkel parle au nom d'un collectif (*we, us, our*), elle mobilise dans 22,5% des cas des verbes d'engagement, dans 20,2% des verbes concrétisant la gestion de la crise, et dans 6,7% des verbes de coopération, tous les trois montrant les actions à prendre dans la crise en cours. Que ce « nous » représente le collectif allemand, ou ses institutions politiques et administratives, la chancellerie indique clairement à la classe politique et citoyenne ce qu'il faut faire pour accueillir les réfugié·e·s (« *manage* », « *set up* »), traiter leurs demandes d'asile (« *deal* », « *speed up* »), et s'assurer de leur intégration (« *pool* », « *cooperate* »). Cela la positionne comme leader dans cette crise en montrant clairement le chemin, ce qui renforce d'autant plus son *ethos* de guide. Plus encore, ces actions sont justifiées, selon Merkel, par les valeurs cardinales auxquelles non seulement l'Allemagne, mais aussi l'Europe souscrivent :

28) *Europe as a whole must move. The member countries must share the responsibility for asylum-seeking refugees. To date, **universal civil rights** have been closely intertwined with Europe and its history. It is one of the **founding inspirations** of the European Union. Should Europe **fail** on the refugee issue, this close association with **universal civil rights** will **unravel**. It will be **destroyed**, and the Europe we will have will **no longer live up to our imagination**.* (Annexe B, L138-143)

L'extrait 28 montre bien ce que Merkel entend lorsqu'elle demande aux Allemand·e·s de faire la « bonne chose » (« *doing what is right and necessary* ») à l'extrait 26 : elle confirme ici que faire la bonne chose, c'est appliquer les principes et les valeurs qui ont fondé l'Union européenne, soit les droits civils universels (« *universal civil rights* »). Elle propose en ce sens des arguments basés sur des valeurs cardinales, qui s'articulent avec des arguments basés sur les conséquences (Gosselin et Gauthier, 1995). En effet, elle argumente que si nous ne suivons pas le chemin qu'elle propose, fondé sur les droits civils universels, l'idée de ces dits droits serait détruite, tout comme l'image que nous nous faisons de l'Europe (« *It will be destroyed, and the Europe we will have will no longer live up to our imagination* »). Cet argumentaire lui permet de justifier pourquoi il faut suivre le chemin qu'elle propose, qu'elle met de l'avant grâce aux modalités de devoir et de nécessité présentées précédemment. Son argumentaire, basé sur des valeurs auxquelles son public peut se reconnaître, s'articule à des verbes expérientiels (« *to be capable* », « *to have* », « *to live* », 13,5% des occurrences) qu'elle mobilise pour rendre ces valeurs allemandes concrètes et tangibles : ce que les Allemand·e·s sont, ce qu'ils ont vécu, et les droits qu'ils ont. Cela la rapproche de son

public, mais transcende aussi leurs potentielles différences en faisant appel à des valeurs incontestables, et élève Merkel à une position symboliquement supérieure : celle de guide (Rossette, 2017).

#### 4.2.2.2. *Ethos* empathique tel que construit par Angela Merkel

Angela Merkel construit dans son discours une image de la crise en cours à échelle humaine. Comme vu au tableau 4.9, dans plus de 19% des cas, la chancelière allemande convoque dans son discours les réfugié·e·s, qu'elle désigne de différentes manières : comme réfugié·e·s (« *refugees* », 5 occurrences), comme personnes (« *people* », 13 occurrences), et comme êtres humains (« *human beings* », 2 occurrences). En les présentant principalement comme des personnes, elle les éloigne de l'univers de sens rattaché aux réfugié·e·s, pour les rapprocher de l'univers de sens des personnes et des êtres humains. Notons ici que Merkel ne les désigne à aucun moment comme migrant·e·s : elle s'éloigne donc d'une désignation péjorative<sup>61</sup> décrivant une personne en état de déplacement pour se rapprocher d'une désignation reflétant les défis, voire les horreurs, auxquels iels sont confronté·e·s (Calabrese et Veniard, 2018). Cela a pour effet d'humaniser les réfugié·e·s, et de les rapprocher de son public en les mettant sur le même pied d'égalité que ces derniers, c'est-à-dire comme des personnes.

29) *Most of us, fortunately, do not know what it means to be on the run and in a state of complete and utter exhaustion while also fearing for our life or the life of our children or partner. For example, people who set out on their journey in places like Eritrea, Syria or northern Iraq are often forced to overcome situations or endure fears that would probably cause us to simply break down. That is why we need to apply a set of clear principles for dealing with these people who are coming here.* (Annexe B, L25-29)

La chancelière allemande construit ici une image du tiers réfugié et le met en relation avec le public allemand. Cela s'incarne dans la description des conditions extrêmes auxquelles les réfugié·e·s sont confrontés (« *to be on the run and in a state of complete and utter exhaustion* »), et que le

---

<sup>61</sup> En allemand, les termes « *flüchtling* » (réfugié) est plus communément utilisé que « *migranten* » (migrant), et sa connotation est davantage négative que la connotation francophone (Herbert *et al.*, 2021). En ce sens, l'utilisation peu fréquente du terme réfugié·e·s, en comparaison au terme personnes, renforce leur construction en dehors du stéréotype des réfugié·e·s dans le discours de Merkel.

public allemand, lui, n’a pas vécues (« *Most of us, fortunately, do not know what it means* »). On voit ainsi un premier rapprochement entre ces deux tiers : une connexion symbolique entre leurs deux histoires. Puis, elle met en relation son public et elle-même avec l’émotion causée par cette situation extrême, grâce aux références pronominales à la 1<sup>re</sup> personne du pluriel, en les invitant à se mettre à la place du tiers réfugié (« *forced to overcome situations or endure fears that would probably cause us to simply break down* »). Cette mise en scène a pour effet de forcer son public à comprendre ou même vivre, à travers les paroles de la chancelière, la peur (« *fears* ») et la perte de contrôle (« *break down* ») que vivent les réfugié·e·s, qui ne sont, au fond, pas si différents qu’elleux. En brossant un portrait de ces situations concrètement et humainement, jusqu’à la description des émotions des réfugié·e·s, Angela Merkel présente sa sensibilité devant leur situation, construisant en ce sens un *ethos* empathique<sup>62</sup>. La construction de la crise à échelle humaine s’effectue aussi à travers différents champs sémantiques qui participent à expliquer ou décrire la crise en cours.

Tableau 4.11 Champs sémantiques mobilisés dans l’allocution du 31 août 2015, au sujet de la crise des migrant·e·s en Europe

| Champs sémantiques                | Exemples tirés du texte                                                                                                                                                                                                                                                | Occurrences |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Droits humains et dignité         | « <i>First of all, the <b>fundamental right to asylum</b> is applicable to persons who are subject to political persecution. We can take pride in the <b>humanity</b> of our <b>Basic Law</b>.</i> » (Annexe B, L32-33)                                                | 21          |
| Violence et conflit               | « <i>Countless <b>tragedies</b> are taking place, including inconceivable <b>horrors</b>, as happened in Austria a few days ago, when more than 70 dead people were discovered inside a truck, wiped out by <b>ruthless</b> people smugglers.</i> » (Annexe B, L15-17) | 21          |
| Intégration sociale et économique | « <i>Third, we will need <b>integration efforts</b> [...]. Then we will need to find <b>teachers</b> who can provide <b>German lessons</b> and teach the <b>children</b>.</i> » (Annexe B, L120-123)                                                                   | 17          |

<sup>62</sup> Selon Rabatel, « l’empathie humaine est une aptitude à se mettre à la place des autres, sans fusion ni identification » (2013, p. 159). Dans le cadre du discours, « l’empathie linguistique, sous son versant énonciatif, revient à se mettre à la place d’un autre (interlocuteur ou tiers), un locuteur prêtant sa voix à un autre pour envisager un événement, une situation du point de vue de l’autre. » (Rabatel, 2013, p. 160)

|                                         |                                                                                                                                                                               |   |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| Relations régionales et internationales | « <i>This is where the importance of <b>foreign policy</b> enters into the picture, as well as the importance of <b>international cooperation</b>.</i> » (Annexe B, L155-156) | 5 |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|

Nous pouvons constater au tableau 4.11 les champs sémantiques les plus utilisés par la chancelière allemande. Ces univers de sens correspondent aussi à divers moments de son discours, qui s'enchaînent pour aider son public à faire sens de la crise, et justifier les actions que le gouvernement prendra afin de régler la situation. Cet enchaînement de champs sémantiques renforce un *ethos* empathique. Elle débute son discours en peignant un portrait de la situation des réfugié·e·s issus de pays en conflit et qui vivent des violences (« *tragedies* », « *horrors* »), tant dans leurs pays qu'au cours de leurs parcours migratoires (« *70 dead people were discovered inside a truck* ») (21 occurrences). Puis, elle affirme qu'ils devraient avoir accès aux mêmes droits humains que le reste de la population (« *humanity* », « *Basic Law* »), incluant le droit à l'asile (« *fundamental right to asylum* »), et d'être traité avec dignité (21 occurrences). Ensemble, ces deux champs sémantiques construisent une image dramatique de la crise, qui doit être réglée en vertu de valeurs et de règles déjà en place, soit le droit à l'asile et l'humanité de la loi. Ces champs sémantiques renforcent son *ethos* empathique, en montrant sa capacité à comprendre la situation des réfugié·e·s et à y répondre avec humanité, c'est-à-dire en mettant les personnes au centre de ses décisions. Cela se reflète aussi dans le champ sémantique de l'intégration sociale et économique (« *integration efforts* ») (17 occurrences), où Angela Merkel anticipe leurs besoins de logement, d'apprentissage (« *German lessons* ») et de travail qui contribueront à leur intégration, dans le but d'assurer la cohésion sociale.

En ce sens, comme mentionné précédemment, cet *ethos* empathique qu'elle construit passe par une stratégie de mise en scène des émotions des réfugié·e·s, par une mise en relation du public allemand avec le tiers réfugié afin de montrer son empathie par effet miroir avec son public, et par une présentation de la crise à échelle humaine. Angela Merkel alimente donc par cette mise en scène son *ethos* de guide, en illustrant pourquoi les valeurs incontestables des droits humains et de la dignité doivent orienter les actions de l'Allemagne dans cette crise.

Pour finir, nous soutenons que l'empathie de Merkel se présente parfois de manière pragmatique (Bonnafoous, 2003). En effet, la chancelière allemande reconnaît les conflits et violences ayant cours

notamment en Syrie et au Moyen-Orient, et leurs impacts sur les populations qui fuient leurs pays pour venir se réfugier en Europe. Mais, elle reconnaît aussi qu'il faut mettre fin à ces conflits, car cette situation ne peut pas continuer :

30) *We are now not only witnessing how the conflict in Syria is taking place not so far away, but also that a situation has developed that is overwhelming all of Syria's neighbouring countries: Lebanon, Jordan and Turkey. **Given that this issue has now reached us, we ought to double down** and increase our determination to give **diplomatic efforts** a chance to solve this conflict.* (Annexe B, L156-160)

Elle indique clairement à l'extrait 30 que l'empathie et l'accueil allemand ne sont pas infinis : il faut mettre fin au conflit à la source, via les relations internationales et des efforts diplomatiques (« *diplomatic efforts* ») (5 occurrences), car les impacts du conflit affectent maintenant l'Allemagne (« *Given this issue has now reached us* »). Cela montre qu'elle est à la fois connectée à la réalité des réfugié·e·s et celle de ses concitoyen·ne·s qui peuvent être réticents à accueillir autant de réfugié·e·s, en expliquant concrètement que l'Allemagne ne fera pas que porter des « lunettes roses » et accueillir sans limites, mais tentera de s'attaquer à la source du problème.

#### 4.2.2.3. *Ethos* d'activiste tel qu'attribué dans le corpus médiatique

Dans le corpus médiatique lié à la crise des migrant·e·s, les désignations d'Angela Merkel sont très similaires à celles du corpus médiatique lié au conflit russo-ukrainien. Mais ici, ses désignations ne sont qu'un juste rappel de son titre et de son nom, et ne sont pas accompagnées de preuves supplémentaires qui nous permettraient de parler d'un *ethos* de cheffe construit par les médias.

Tableau 4.12 Désignations d'Angela Merkel dans le corpus médiatique lié à la crise des migrant·e·s

| Désignations                                                                                 | Occurrences | Proportions |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| <i>Merkel</i>                                                                                | 42          | 51,9%       |
| <i>Mrs/Ms Merkel</i>                                                                         | 18          | 22,2%       |
| <i>German Chancellor/ The Chancellor/ German Chancellor Angela Merkel/ Chancellor Merkel</i> | 18          | 22,2%       |
| <i>Angela Merkel</i>                                                                         | 3           | 3,7%        |
| <b>TOTAL</b>                                                                                 | <b>81</b>   | <b>100%</b> |

Néanmoins, Merkel est effectivement présentée par les médias comme une leader dans le cadre de cette crise, mais son leadership n'est pas basé sur la mise en scène de son autorité, ou de sa capacité à décréter les actions à prendre : son leadership est plutôt représenté comme militant.

31) *Ms Merkel rebuked eastern European states reluctant to accept Muslim asylum seekers and cast the refugee crisis as a test for the union's founding values.* (A4, Financial Times)

32) *Chancellor Angela Merkel gave her fellow Germans and other Europeans a pep talk on Monday, praising those assisting the thousands seeking asylum here but warning that the Continent's open-border policy was at risk unless all European countries showed an equal willingness to help.* (A5, New-York Times)

En ce sens, les médias représentent Angela Merkel à travers un *ethos* d'activiste<sup>63</sup>, et ce, en deux temps. Premièrement, en présentant son discours comme une dénonciation empreinte d'alerte (« *rebuked eastern European states* », « *warning* ») devant l'inaction des pays européens (« *unless all European countries showed an equal willingness to help* »). Dans un deuxième temps, en mettant en scène une relation de proximité avec son public (« *fellow Germans and other Europeans* »), chez qui elle valoriserait ceux qui posent des actions concrètes pour aider les réfugié·e·s (« *praising those assisting* »), allant jusqu'à encourager son public à faire de même (« *pep talk* »)<sup>64</sup>. Ainsi, bien que dans les faits, Angela Merkel soit à la tête d'un pays européen, elle est représentée ici comme faisant bande à part des autres pays et chef·fe·s d'État, en dénonçant les pays ne voulant pas aider les réfugié·e·s et en faisant l'éloge des citoyen·ne·s supportant la même cause qu'elle. D'ailleurs, les verbes associés à Angela Merkel corroborent que les médias représentent son discours comme critique, alarmant et insistant.

---

<sup>63</sup> Selon le dictionnaire Usito de l'Université de Sherbrooke, une activiste est une « personne qui s'attache à une cause politique ou sociale et qui milite intensément pour la défendre » :

<https://usito.usherbrooke.ca/d%C3%A9finitions/activiste>

<sup>64</sup> Selon le dictionnaire Cambridge un *pep talk* est un « *short speech intended to encourage people to work harder* » :

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/pep-talk>

Tableau 4.13 Types de verbes mobilisés en association aux désignations d'Angela Merkel dans le corpus médiatique lié à la crise des migrant·e·s

| Types de verbes                                                                           | Exemples tirés du corpus                                                                                                                                                 | Occurrences | Proportions |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| Verbes de communication ( <i>to add, to express, to say, etc.</i> )                       | « <i>Ms Merkel <b>said</b> European countries must share the burden of refugees.</i> » (A2, BBC)                                                                         | 62          | 55,9%       |
| Verbes d'incitation ( <i>to encourage, to laud, to press, to suggest, to urge, etc.</i> ) | « [...] <b>urging</b> other EU members to accept their fair share of asylum seekers. » (A3, DW)                                                                          | 27          | 24,3%       |
| Verbes d'avertissement ( <i>to warn, etc.</i> )                                           | « [...] but <b>warning</b> that the Continent's open-border policy was at risk unless all European countries showed an equal willingness to help. » (A5, New-York Times) | 7           | 6,3%        |
| Verbes de critique ( <i>to criticize, to rebuke, etc.</i> )                               | « <i>Ms Merkel <b>rebuked</b> eastern European states reluctant to accept Muslim asylum seekers [...]</i> » (A4, Financial Times)                                        | 3           | 2,7%        |
| Verbes liés à la gestion de la crise ( <i>to field, s'organiser, etc.</i> )               | « Elle doit <b>s'organiser</b> face à cette crise majeure et durable. » (A9, Le Monde)                                                                                   | 3           | 2,7%        |
| Autres verbes                                                                             |                                                                                                                                                                          | 9           | 8,1%        |
| <b>TOTAL</b>                                                                              |                                                                                                                                                                          | <b>111</b>  | <b>100%</b> |

Notons que les verbes de communication sont dominants dans le corpus médiatique (55,9% des occurrences), montrant la présence marquée de discours rapporté directement ou indirectement de l'allocation de la chancelière, notamment avec le verbe « *to say* ». Comme mentionné lors de l'analyse des résultats de la première période de notre corpus, lié au conflit russo-ukrainien, ce résultat est attendu, considérant que nous avons activement sélectionné des articles qui abordent pour une grande partie l'allocation d'Angela Merkel, et en propose une interprétation. Ces verbes de communication montrent l'importance du discours de Merkel dans le corpus médiatique. Ils témoignent de sa légitimité qui lui est reconnue à se positionner sur le sujet, vu la place dominante de l'Allemagne en Europe. Mais c'est lorsque le discours journalistique interprète ses propos qu'il devient le plus intéressant d'examiner la façon dont il la représente. Nos résultats révèlent au

tableau 4.13 que des verbes d'incitation (24,3% des occurrences), d'avertissement (6,3% des occurrences) et de critique (2,7% des occurrences) sont utilisés lorsque Angela Merkel est mise en scène dans le corpus médiatique. Ces verbes contribuent à construire un *ethos* de la chancelière comme activiste, puisque selon cette image, elle ne présente pas le problème pour le prendre en charge et exposer ses décisions prises afin d'y remédier, comme nous pourrions nous attendre d'une cheffe d'État. Elle ferait plutôt, selon la représentation faite de son discours par les médias, pression sur les autres pays membres de l'Europe afin d'accueillir plus de réfugié·e·s, (« *said European countries must share the burden of refugees* » A2, BBC), et ce avec insistance (« *urging other EU members to accept their fair share* » A3, DW), en les avertissant des conséquences possibles s'ils ne se joignent pas à la cause. Elle leur propose aussi des solutions, notamment en appelant à l'adoption d'un système de quotas à travers l'Europe (« *Merkel renewed her call for a new quota system to be introduced.* » A8, The Guardian). Ces verbes tendent à mettre en scène Angela Merkel comme quelqu'un qui incite fortement, qui critique et qui alarme – les médias présentant les solutions qu'elle propose à la crise non pas à travers des verbes de gestion ou de décision, mais bien comme des demandes qu'elle formule à l'Europe. En ce sens, les médias internationaux mettent en scène Merkel à travers un *ethos* d'activiste, qui milite pour la cause des réfugié·e·s devant l'opposition européenne, tout en cherchant à rallier ses concitoyen·ne·s en valorisant ceux qui ont déjà joint la cause.

#### 4.2.2.4. *Ethos* de supplication tel qu'attribué dans le corpus médiatique

Nos résultats révèlent un dernier *ethos* construit par les médias pour représenter Merkel et son allocution : l'*ethos* de supplication. Cet *ethos* s'inscrit dans le prolongement de son image d'activiste, mais insiste différemment sur la gravité du problème en appelant plus urgemment à la solidarité européenne. Alors que l'*ethos* d'activiste repose sur l'incitation et la critique face à l'inaction des pays européens, l'*ethos* de supplication se traduit par une représentation de la crise par les médias, tel que vu à travers le discours de la chancelière allemande, comme un fardeau, qui accentue une posture de vulnérabilité et d'urgence, où la chancelière apparaît comme contrainte de demander de l'aide.



Tableau 4.14 Champs sémantiques mobilisés dans le corpus médiatique lié à la crise des migrant·e·s

| Champs sémantiques   | Exemples tirés du texte                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Occurrences |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Lourdeur de la tâche | <p>« <i>Chancellor Angela Merkel on Monday warned Germany's eastern neighbours that the bloc's prized passport-free zone was at risk unless they <b>shouldered more of the burden</b>.</i> » (A4, Financial Times)</p> <p>« <i>The numbers are confronting Ms Merkel with one of her most serious domestic political crises, with <b>public resources under strain</b> and the far right mounting a violent backlash.</i> » (A4, Financial Times)</p> | 16          |
| Religieux            | <p>« <i>Even as <b>she preached</b> tolerance, she reminded Europe that it also needed to do more to deal with the crisis. [...] Merkel <b>lauded</b> the many ordinary German citizens helping the refugees.</i> » (A6, POLITICO)</p>                                                                                                                                                                                                                | 6           |

À travers des extraits de discours rapportés indirectement par les médias, ces derniers présentent l'arrivée des réfugié·e·s en Europe comme un lourd fardeau à porter (16 occurrences), un lourd poids (« *burden* ») que Merkel exprimerait dans son discours. Elle implorerait alors les autres pays en Europe à supporter (« *shouldered* ») cette lourde tâche avec elle. Cela a pour effet de rendre son insistance et ses demandes, présentées à la section précédente, comme plus impératives, en montrant encore plus clairement que Merkel ne peut pas assumer le fardeau seule : elle a besoin d'autres pays d'Europe afin d'arriver à surmonter ce défi. En ce sens, les médias la présentent en position de faiblesse, et construisent un *ethos* de supplication, où Merkel s'en remet aux autres pays pour l'aider, alors que l'Allemagne subit déjà des pressions grandissantes sur ses institutions et services (« *with public resources under strain* »).

Les médias internationaux rapportent aussi la compassion à laquelle Merkel fait appel en s'adressant à sa population et aux autres pays européens, à travers un champ sémantique religieux (6 occurrences). En effet, ils rapportent qu'elle fait louange (« *lauded* », « *praising* ») les citoyen·ne·s engagé·e·s dans l'aide aux réfugié·e·s. En ce sens, elle prêche la tolérance (« *she preached tolerance* ») et irait jusqu'à jurer de défendre les réfugié·e·s des attaques à leur endroit :

- 33) *On a spate of hate crimes and attacks against refugee shelters in Germany, **she vowed** that the "full force of law" would be brought down on those who insult, attack or launch arson attacks targeting newcomers.* (A1, AFP)

Bien que ces occurrences ne soient pas abondantes, elles apparaissent dans une diversité d'articles dans notre corpus médiatique. Cela a pour effet de présenter le discours d'Angela Merkel comme idéologique, en rapportant les demandes de la chancelière allemande comme fondées sur des croyances, articulées à des visées morales et affectives (Charaudeau, 2023). De fait, en présentant les demandes de la chancelière allemande comme ancrées dans des croyances, on représente son insistance à rallier les concitoyen·ne·s et les autres pays européens à la tolérance et à l'accueil au nom d'un sens moral supérieur. Cette conviction persuasive, combinée à une position de faiblesse comme mentionné plus haut, contribuent à mettre en scène les paroles de Merkel comme une supplication, faisant appel tant à ses concitoyen·ne·s qu'aux autres pays européens. Cet appel est même qualifié, dans l'article de POLITICO, de dramatique (« *dramatic rhetoric* ») renforçant davantage cet *ethos* de supplication :

- 34) *The **dramatic rhetoric, uncharacteristic for the famously measured German leader**, reflects a growing conviction in Berlin that the refugee problem will remain Germany's greatest domestic challenge for the foreseeable future.* (A6, POLITICO)

Dans cet extrait, on confère ainsi à la rhétorique de la chancelière un caractère émotionnel, qui serait en rupture avec son image préalable de leader modérée et en contrôle (« *uncharacteristic for the famously measured German leader* »). Cette qualification du ton de son discours comme inhabituellement émotionnel renforce encore l'idée que Merkel serait en position de vulnérabilité, appelant à l'aide non seulement par nécessité stratégique, mais aussi par devoir moral. Cette transformation discursive décrite par les médias, d'un pragmatisme habituel à un émoi inusité, contribue à accentuer son *ethos* de supplication.

Bref, les médias mettent en scène Angela Merkel comme une dirigeante ébranlée, en quête de soutien, soulignant la nécessité d'une réponse collective face à la crise des réfugiés afin de lever le fardeau qui pèse de plus en plus sur l'Allemagne. Cette représentation renforce l'idée que son appel

à la solidarité est non seulement urgent, mais aussi moralement impératif, d'où la création d'un *ethos* de supplication.

#### 4.3. Résultats de la période 3 : pandémie de la COVID-19 de 2020

##### 4.3.1. Brève description du contexte

Le virus SARS-CoV-2, plus connu sous le nom de COVID-19 ou Coronavirus, voit le jour pour la première fois à Wuhan, en Chine, en décembre 2019 (Spiteri *et al.*, 2020). Ce virus respiratoire se propage et fait son entrée en Europe quelques semaines plus tard. Le 21 février 2020, l'Union européenne (UE) recense 47 cas dispersés dans 9 pays, dont l'Allemagne (Spiteri *et al.*, 2020). Près d'un mois plus tard, seulement en Allemagne, le total des cas s'élevait à 1296, et 3 morts selon l'Institut Robert Koch<sup>65</sup> (BBC, 11 2020). À partir du 11 mars 2020, l'Organisation mondiale de la Santé (2020) reconnaît l'éclosion du virus de la COVID-19 comme une pandémie. Ainsi, dès le 13 février, le Conseil de l'Union européenne (2025) convoque une rencontre extraordinaire des ministres de la santé des pays membres afin de convenir de lignes directrices et d'enclencher des mécanismes de support.

En Allemagne, jusqu'à la mi-mars, les *Landers*<sup>66</sup> sont principalement responsables de mettre en œuvre des restrictions afin de limiter la propagation du virus dans leurs provinces, alors que le gouvernement fédéral occupe une place plus effacée (The Washington Post, 2020). À ce moment, certains critiquent d'ailleurs le rôle trop distant du gouvernement fédéral, qui mènerait à un manque de coordination entre les *Landers* (The Washington Post, 2020). Au début du mois de mars, Angela Merkel tient quelques conférences de presse, durant lesquelles elle présente la nature des mesures destinées à ralentir la propagation de la pandémie en Allemagne (Amossy et Siess, 2022).

Parmi ces apparitions publiques, Merkel tient une première conférence de presse le 11 mars aux côtés de son ministre de la santé et du président de l'Institut Robert Koch. Bien que les mesures de

---

<sup>65</sup> L'Institut Robert Koch est l'institution scientifique centrale du gouvernement fédéral allemand dans le domaine de la biomédecine : <https://www.rki.de/EN/Institute/institute-node.html>

<sup>66</sup> Correspond aux états ou aux provinces allemandes : <https://www.bundesrat.de/FR/organisation-fr/laender-fr/laender-fr-node.html>

quarantaine généralisées ne sont pas encore enclenchées à ce moment<sup>67</sup>, le gouvernement fédéral annonce alors les premières lignes directrices à suivre : éviter les événements publics, porter un masque et se laver les mains (DW, 2020). Près d'une semaine plus tard, le 17 mars, la chancelière annonce des fermetures plus généralisées : la fermeture des frontières aux citoyens non européens, des limitations aux déplacements non essentiels au sein de l'UE, et la fermeture de nombreux lieux publics, tant commerciaux qu'éducatifs, tels que les garderies (France 24, 2020). Des mesures de soutien économique sont alors annoncées pour les commerçants forcés de fermer leurs portes (France 24, 2020).

#### 4.3.2. *Èthè* construits autour de l'allocution *An Address to the Nation by Federal Chancellor Merkel*

Dans ce contexte, le 18 mars 2020, Angela Merkel prononce un discours « à la nation », allocution télévisée et enregistrée au préalable, diffusé sur les ondes publiques allemandes. L'allocution est d'une longueur de 1918 mots, et approximativement 19 minutes 11 secondes<sup>68</sup>. Cette allocution n'est donc pas prononcée devant public, et semble se tenir dans un bâtiment faisant face au Reichstag. Rappelons que ce genre d'allocution est exceptionnel pour la chancelière allemande, mais aussi dans le contexte allemand, où des discours télévisés se limitent normalement à l'occasion du Jour de l'an<sup>69</sup>.

Nos résultats révèlent deux *èthè* principaux construits par Merkel dans son allocution, ainsi que deux *èthè* attribués par les médias internationaux : un *ethos* de guide construit par Merkel, et un *ethos* de commandante construit à la fois par Merkel, ainsi qu'attribué par les médias internationaux.

##### 4.3.2.1. *Ethos* de guide tel que construit par Angela Merkel

Nous avons exploré précédemment l'*ethos* de guide, qui est une sous-catégorie de l'*ethos* de cheffe (Charaudeau, 2005)<sup>70</sup>. Il convient de rappeler que la guide construit son rôle à travers une

---

<sup>67</sup> Les mesures de quarantaine préventives auraient été appliquées à la grandeur de l'Allemagne à partir du 22 mars 2020 (Fürstenau, 2025).

<sup>68</sup> Le débit moyen d'un·e politicien·ne serait de 100 mots/minute lors d'allocutions télévisées (Rist, 1999).

<sup>69</sup> Selon le journaliste Chazan du Financial Times : <https://www.ft.com/content/46988700-700b-11ea-9bca-bf503995cd6f>

<sup>70</sup> Tel qu'indiqué à la section 4.1.2.1. de la présentation des résultats.

dynamique d'identification au groupe, à la fois de manière symétrique et asymétrique : elle se présente comme semblable à son public grâce à diverses stratégies favorisant l'identification, tout en exerçant un leadership qui lui permet de se démarquer en traçant la voie à suivre, en établissant les normes pour le groupe ou en faisant la promotion des valeurs nécessaires pour faire partie du groupe (Laforest *et al.*, 2008). Dans la section précédente, nous avons également vu que la construction du groupe et son identification s'articulaient en opposition à la construction d'un *out-group*, qui incarnait les mauvaises normes et valeurs qu'il ne faudrait pas suivre. Nous verrons ici que cette opposition à un *out-group* est beaucoup moins présente, et se reflète plutôt dans une liste de comportements à ne pas adopter afin de limiter la propagation du virus au sein de la population.

D'abord, attardons-nous aux stratégies de présentation de soi utilisées par la chancelière allemande afin de (ré)affirmer sa posture de leader dans cette crise. Commençons par examiner les formes pronominales qu'elle emploie pour établir un lien avec ses publics et favoriser leur identification, en jouant sur la manière dont elle met en scène sa propre présence ainsi que celle des autres dans son discours.

Tableau 4.15 Formes pronominales dans l'allocution *An Address to the Nation by Federal Chancellor Merkel*

| Pronoms                                                                | Occurrences | Proportions |
|------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| 1 <sup>re</sup> personne du pluriel ( <i>we, us, our</i> )             | 96          | 61,5%       |
| 1 <sup>re</sup> personne du singulier ( <i>I, me, my, mine</i> )       | 27          | 17,3%       |
| 2 <sup>e</sup> personne du pluriel ( <i>you, your</i> )                | 20          | 12,8%       |
| 3 <sup>e</sup> personne du pluriel ( <i>they, them, theirs</i> )       | 11          | 7,1%        |
| 3 <sup>e</sup> personne du singulier ( <i>he, him, his, she, her</i> ) | 2           | 1,3%        |
| 2 <sup>e</sup> personne du singulier ( <i>you, your</i> )              | 0           | 0,0%        |
| <b>TOTAL</b>                                                           | <b>156</b>  | <b>100%</b> |

Ces résultats révèlent la prédominance de la mise en scène d'un collectif à travers l'usage des pronoms (*we, us, our*), qui représentent plus de 61% des références pronominales utilisées par la chancelière dans son allocution. La majorité de ces occurrences renvoient aux Allemand·e·s (83,3%), l'auditoire principal de son discours, dont témoigne la modalité d'adresse (« *Fellow citizens* »), et comme l'illustre le « nous » à l'extrait 35, ci-dessous. Dans 16,7% des cas, l'usage

de la première personne du pluriel est exclusif et renvoie au gouvernement allemand, tant à celui du fédéral que ceux des *Landers*. La mise en scène du collectif allemand se reflète aussi dans l'utilisation de la deuxième personne du pluriel (*you, your*), qui apparaît dans 12,8% des références pronominales de cette allocution, ce qui confirme que le public principal à qui Merkel s'adresse dans ce discours est les Allemand·e·s.

35) *And we are a community in which each life and each person counts.* (Annexe C, L33-34)

Par ailleurs, dans 7,1% des occurrences, la chancelière allemande utilise les pronoms à la troisième personne du pluriel afin de spécifier un groupe précis d'Allemand·e·s, notamment les aîné·e·s qui sont particulièrement à risque dans le contexte de la pandémie. La mise en scène d'une frange distincte de la population est mobilisée à plusieurs reprises comme stratégie d'identification, visant à représenter la diversité des Allemand·e·s et à maximiser la portée du propos, en veillant à ce que toutes et tous puissent se reconnaître dans le message de la chancelière. Cette stratégie s'observe dans la mise en scène de tiers dans son allocution.

Tableau 4.16 Mises en scène de soi et de tiers dans l'allocution *An Address to the Nation by Federal Chancellor Merkel*

| Tiers représentés                                   | Exemples tirés de l'allocution                                                                                                                                                                                            | Occurrences | Proportions |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| Les Allemand·e·s, citoyen·e·s, communauté allemande | « <i>Fellow <b>citizens</b> [...]</i> » (Annexe C, L1)                                                                                                                                                                    | 20          | 28,2%       |
| La famille et ses membres                           | « <i>These are not just abstract numbers in statistics, but this is about a <b>father</b> or <b>grandfather</b>, a <b>mother</b> or <b>grandmother</b>, a <b>partner</b> – this is about people.</i> » (Annexe C, L32-33) | 13          | 18,3%       |
| Le gouvernement fédéral et les <i>Landers</i>       | « [...] <i>everything I tell you about this comes from the <b>Federal Government's</b> ongoing consultations [...]</i> » (Annexe C, L21-22)                                                                               | 12          | 16,9%       |
| Les expert·e·s et le personnel de la santé          | « <i><b>Virologists</b> are giving us clear advice [...]</i> » (Annexe C, L86)                                                                                                                                            | 9           | 12,7%       |

|                                             |                                                                                                                                                                                                                 |           |             |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------|
| Les entreprises et les travailleur·euse·s   | « <i>Things are already very difficult for the economy, for <b>major companies</b>, and also for <b>small businesses</b>, for <b>shops</b>, <b>restaurants</b> and <b>freelancers</b>.</i> » (Annexe C, L59-60) | 9         | 12,7%       |
| Les personnes vulnérables                   | « <i>Ideally, we should avoid all contact with the <b>elderly</b>, because they are particularly at risk.</i> » (Annexe C, L88-89)                                                                              | 6         | 8,5%        |
| Autodésignation de Merkel comme chancelière | « [...] <i>I want to tell you what guides me as <b>Federal Chancellor</b> [...]</i> » (Annexe C, L8-9)                                                                                                          | 1         | 1,4%        |
| Autres                                      |                                                                                                                                                                                                                 | 1         | 1,4%        |
| <b>TOTAL</b>                                |                                                                                                                                                                                                                 | <b>71</b> | <b>100%</b> |

Le tableau ci-haut nous montre qu'Angela Merkel s'adresse en priorité à toutes et tous les Allemand·e·s (28,2% des occurrences), mais aussi plus spécifiquement aux familles (18,3% des occurrences), et aux entreprises et aux travailleur·euse·s (12,7% des occurrences). Elle met aussi en scène les personnes vulnérables (8,5% des occurrences). Nous pourrions dire que regroupées ensemble, ces catégories représentent des sous-catégories de la catégorie surplombante du « nous » allemand. Cette stratégie lui permet de n'oublier presque personne afin que tous·te·s se sentent concerné·e·s, puisque presque tout le monde est un parent, un enfant ou un petit-enfant de quelqu'un, ou encore un·e travailleur·euse. Cet effet est amplifié par la présence de six énumérations qui détaillent qui sont ces concitoyen·ne·s allemand·e·s et/ou montre sa compréhension de leur quotidien:

36) *These are not just abstract numbers in statistics, but this is about a **father** or **grandfather**, a **mother** or **grandmother**, a **partner** – this is about people.* (Annexe C, L32-33)

37) *Millions of you cannot go to **work**, your **children** cannot go to **school** or **kindergarten**, **theatres** and **cinemas** and **shops** are closed, and, perhaps what is most difficult, we all miss social encounters that we otherwise take for granted.* (Annexe C, L4-6)

En nommant directement certains membres de la famille (« *father* », « *grandmother* », « *partner* », etc.) ou de la communauté (travailleur·euse·s : « *millions of you cannot go to work* »), et même des lieux publics communs que tous·te·s visitent (« *school* », « *shops* », etc.), la chancelière façonne une image d'elle-même proche des gens et de leur quotidien grandement affecté par les mesures sanitaires. De fait, par ces procédés, elle reproduit dans son discours la condition sociale

et culturelle de son public et, par le fait même, crée un miroir dans lequel le public allemand peut se reconnaître. Cette construction d'une proximité avec son public se déploie en deux temps : elle va vers elleux en exprimant sa compréhension de leur quotidien, et elle nous amène vers elle en mettant en scène son intimité, dans laquelle ses concitoyen·ne·s peuvent se reconnaître :

38) *We are staying in touch via **Skype, phone, email**, and maybe also by **writing old-fashioned letters**. The post, after all, is being delivered.* (Annexe C, L105-107)

39) *Allow me to assure you that, **for someone like me, for whom the freedom of travel and the freedom of movement were a hard-fought right**, such restrictions can only be justified if they are absolutely imperative.* (Annexe C, L53-55)

Les extraits 38 et 39 laissent entrevoir l'intimité de la chancelière, et favorisent une connivence avec son public. D'abord, elle évoque différents moyens technologiques (« *Skype* », « *email* », etc.) utilisés au quotidien pour témoigner de sa compréhension de son public, peu importe son âge, et des diverses façons par lesquelles iels restent en contact. En parallèle, l'emploi du terme « *old-fashioned* » — qui peut suggérer une attache aux traditions du passé<sup>71</sup> — laisse entrevoir sa préférence personnelle. Ce choix lexical crée une forme de connivence avec les personnes de sa génération ou avec ceux qui partagent cette même affection. Puis, elle évoque son passé en Allemagne de l'Est afin de montrer que les décisions du gouvernement ne sont pas prises à la légère, et qu'elles sont ancrées dans des valeurs démocratiques qu'elle chérit. Cette ouverture sur son expérience intime a pour effet de montrer à nouveau une proximité avec son public, mais aussi de légitimer son rôle de leader dans cette crise puisqu'elle partage leur passé et comprend leurs craintes devant ces restrictions sans précédent. Cela construit chez Merkel une image de cheffe près de son peuple, capable de rassembler les Allemand·e·s dans toute leur diversité en suscitant chez elleux un sentiment d'appartenance.

Ainsi, la proximité qu'Angela Merkel construit avec ses concitoyen·ne·s constitue la condition préalable afin de leur indiquer l'attitude à adopter, ainsi que les mesures à suivre dans le cadre de cette pandémie. Elle mise donc sur sa compréhension et son identification à son public afin de leur offrir une image de leader à laquelle iels peuvent s'identifier (Laforest *et al.*, 2008; Rossette, 2017).

---

<sup>71</sup> Selon le Merriam-Webster : <https://www.merriam-webster.com/thesaurus/old-fashioned>



Ici, l'objectif illocutoire de son discours ne consiste pas à contraindre les Allemand·e·s à respecter les règles, mais plutôt à les mobiliser devant cette tâche collective en reformulant les prescriptions attendues d'une figure de leadership sous une forme plus horizontale. En s'incluant parmi ceux qui doivent accepter les mesures sanitaires — bien qu'elle et son gouvernement en soient les instigateurs — la chancelière allemande simule une posture égalitaire avec la population. Cela construit chez elle un *ethos* de guide, à la fois membre du groupe touché par les mesures sanitaires et figure de leadership qui leur montre la voie à suivre :

40) *The answer, to a great extent, **lies in our hands**. Right now, **we can take decisive action all together**. **We can accept these current limitations and support one another**.* (Annexe C, L122-124)

41) *We thrive not because we are forced to do something, but because we **share knowledge** and encourage active participation. This is a historic task, and **it can only be mastered if we face it together**.* (Annexe C, L118-120)

À l'extrait 40, nous pouvons voir que Merkel se positionne parmi les Allemand·e·s, grâce à la répétition de pronoms à la première personne du pluriel (« *we* »). Elle mobilise cette posture énonciative afin de leur montrer la voie à suivre, soit d'accepter les mesures sanitaires (« *We can accept these current limitations* »), renforçant ainsi son *ethos* de guide. Aux extraits 40 et 41, nous pouvons aussi remarquer un positionnement discursif qui met en valeur une représentation des Allemand·e·s comme des individus raisonnables (« *share knowledge* ») et empathiques (« *support one another* »), capables de réfléchir de manière rationnelle pour adopter les comportements appropriés, c'est-à-dire les mesures sanitaires définies par le gouvernement. Ainsi, Angela Merkel interpelle les citoyen·ne·s à travers des nominations collectives pour leur faire prendre conscience du rôle commun qu'ils ont à jouer dans la lutte contre la pandémie, et renforce un *in-group* d'Allemand·e·s responsables. En opposition à la construction de ce *in-group*, Merkel évoque des comportements que tout·e Allemand·e pourrait être tenté de faire, mais ne devrait pas faire :

42) *I want to tell everyone going to the supermarket that **bulk-buying makes sense; it always has**. But only within reason. **Panic buying, as if there's no tomorrow, is pointless** and, at the end of the day, **shows a complete lack of solidarity**.* (Annexe C, L67-70)

En ce sens, la construction d'un *out-group* dans ce discours se reflète plutôt dans la mise en scène de comportements à ne pas adopter (« *Panic buying [...] is pointless* »), qu'elle présente encore une fois en favorisant la connivence avec son public, qui a vécu le manque de denrées dans les épiceries lors des deux grandes guerres (« *bulk-buying makes sense; it always has* »). Cela renforce ainsi sa posture de guide qui les comprend, tout en leur montrant ce qu'il faut faire pour limiter les effets du virus.

Par ailleurs, dans l'optique de renforcer les comportements à suivre, des verbes modaux de pouvoir sont utilisés à 10 reprises dans l'allocution de la chancelière, tel que vus aux extraits 40 et 41 (« *we can take decisive action* », « *it can be mastered* »), et ont pour effet de donner aux concitoyen·ne·s le sentiment qu'ils ont la possibilité d'agir sur la situation. Bien que Merkel incarne le gouvernement responsable des décisions liées à la pandémie, elle choisit de s'inclure dans la collectivité citoyenne en soulignant que « nous pouvons, ensemble » non seulement accepter les mesures sanitaires en vigueur, mais aussi agir collectivement pour modifier le cours de la pandémie.

Enfin, en guise d'ultime levier afin d'inciter encore davantage la collectivité à adhérer aux mesures sanitaires, Angela Merkel élève ces derniers au rang d'exigence morale fondée sur la solidarité (voir aussi extrait 42) :

43) *Since German reunification, no, since the Second World War, there has not been a challenge for our country in which **action in a spirit of solidarity** on our part was so important.* (Annexe C, L14-16)

Dans cet extrait, la chancelière mobilise la solidarité, valeur universelle qui transcende les différences, comme vecteur de cohésion sociale et d'action citoyenne. En ancrant son appel à l'action dans une exigence morale difficilement contestable, elle renforce l'autorité des mesures sanitaires, et donc de son message. Ces principes universels se reflètent dans son image : elle incarne ainsi en quelque sorte la solidarité qu'elle revendique, et s'élève au-dessus de la mêlée comme seule une leader peut le faire, ayant pour effet de consolider son *ethos* de guide, tout en amplifiant la nécessité pour les Allemand·e·s de suivre les principes dictés par l'autorité qu'elle incarne (Laforest *et al.*, 2008).

#### 4.3.2.2. *Ethos* de commandante tel que construit par Angela Merkel

L'*ethos* de commandante est un dérivé de l'*ethos* de cheffe, tel que vu précédemment (Charaudeau, 2005)<sup>72</sup>. De fait, la commandante dirige avec autorité son peuple ou ses troupes contre un ennemi commun, bien défini selon une « vision claire de ce qui fait la différence entre le bien et le mal » (Charaudeau, 2005, p. 122). La commandante « indique la voie qu'il faut suivre pour combattre les forces du mal » (Charaudeau, 2005, p. 123). La voie à suivre est incarnée de manière presque surnaturelle, et ancrée dans des principes phares comme la démocratie (Charaudeau, 2005). Dans le discours qui nous concerne, nous remarquons que cet *ethos* de commandante est fortement arrimé avec l'*ethos* de guide. En effet, les deux représentent une manière différente d'incarner un rôle de cheffe, l'un plus près du peuple, et l'autre davantage directif.

Cela s'observe notamment par l'enchaînement de pronoms à la première personne du singulier (17,3% des occurrences), voire même d'une autodésignation de Merkel en tant que chancelière (voir tableau 4.16), avec des pronoms à la deuxième personne du pluriel (12,8% des occurrences, voir tableau 4.15) qui représentent le public allemand. Cela s'arrime à des actes de langage directifs (Searle, 1982; Vanderveken, 1988)<sup>73</sup> que nous détaillerons grâce aux exemples suivants :

44) *I'm addressing you in this unconventional way today because I want to tell you what guides me as Federal Chancellor and all my colleagues in the Federal Government in this situation.*

(Annexe C, L8-9)

45) *I therefore urge you to abide by the rules that will remain in place for the time being.* (Annexe C, L110)

Les extraits 44 et 45 nous montrent bien comment Merkel passe du « je » au « vous » allemand non seulement afin de produire un acte de langage directif (« *I [...] urge you to abide by the rules* »), mais aussi afin de construire son autorité et rallier le public allemand derrière sa vision de la situation (« *I want to tell you what guides me* ») de manière plus directe que dans l'*ethos* de guide. Par ailleurs, en plus de s'identifier, comme mentionné précédemment, par son titre officiel

---

<sup>72</sup> Tel qu'indiqué à la section 4.1.2.1. de la présentation des résultats.

<sup>73</sup> Selon Vanderveken, le verbe directif permet au locuteur·ice d'enjoindre son public à faire quelque chose. Chaque acte illocutoire directif a un mode spécial d'accomplissement, et sa satisfaction peut être évaluée l'accord ou l'obéissement du public à la proposition faite par le ou la locuteur·ice (p. 182).

(« *as Federal Chancellor* »), Merkel s’associe aux autres membres du gouvernement fédéral allemand dans le cadre des décisions liées à la pandémie. Nous avançons ici que cette manière de se positionner vis-à-vis de ses collègues contribue à légitimer son rôle de décideuse, et donc de cheffe. Par ailleurs, en employant le terme « *all* », elle renforce l’image d’un gouvernement entièrement mobilisé derrière leur drapeau et leur cheffe<sup>74</sup> : une équipe dirigeante sans division apparente, conduite avec autorité et cohésion par Merkel, la commandante. Un autre élément intéressant à observer afin d’illustrer son *ethos* de commandante est les verbes qu’elle utilise lorsqu’elle fait référence à des pronoms à la première personne du singulier. Nous remarquons qu’Angela Merkel tend à privilégier l’usage de verbes liés à l’acte de parole. Ce choix lui permet de mettre en valeur sa propre voix à travers une sur-énonciation, ce qui renforce l’impact de sa présentation de soi (Rabatel, 2003).

Tableau 4.17 Types de verbes mobilisés par Angela Merkel, associés aux pronoms à la 1<sup>re</sup> personne du singulier, dans l’allocution *An Address to the Nation by Federal Chancellor Merkel*

| Types de verbes                | Verbes                                                                                                           | Occurrences | Proportions |
|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| Verbes de communication        | <i>To address</i><br><i>To explain</i><br><i>To express</i><br><i>To say</i><br><i>To talk</i><br><i>To tell</i> | 9           | 40,9%       |
| Verbes de conviction           | <i>To be certain</i><br><i>To believe</i><br><i>To have no doubt</i>                                             | 5           | 22,7%       |
| Verbes directifs <sup>75</sup> | <i>To abide</i><br><i>To call</i>                                                                                | 3           | 13,6%       |
| Verbes de perception           | <i>To know</i>                                                                                                   | 2           | 9,1%        |
| Verbes d’engagement            | <i>To assure</i>                                                                                                 | 2           | 9,1%        |
| Autres verbes                  |                                                                                                                  | 1           | 4,6%        |
| <b>TOTAL</b>                   |                                                                                                                  | <b>22</b>   | <b>100%</b> |

<sup>74</sup> Cet effet est théorisé comme le « rally-round-the-flag effect », soit le ralliement massif des citoyen·ne·s derrière les décisions de leur gouvernement en temps de crise (Kritzinger *et al.*, 2021). Ici, cette expression métaphorique nous permet d’illustrer l’effet de ralliement autour de l’image de commandante de Merkel.

<sup>75</sup> Ces verbes sont catégorisés selon une analyse sémantique. Ils ne correspondent pas à une analyse des actes de langage qu’ils produisent.

En effet, dans 40,9% des cas, la chancelière met en avant sa propre voix en annonçant la communication qu'elle s'apprête à accomplir — comme « dire » ou « expliquer ». Elle y associe également des modalités volitives telles que « *would like to* » ou « *want to* » (Ceban, 2024), placées en amont des verbes de communication. Ces verbes présentent parfois une valeur métacommunicationnelle (5 occurrences), tels que vus à l'extrait 44 (« *I'm addressing you in this unconventional way today* »). Ces procédés, tel que vu à la section 4.1.2.1., lui permet de réaffirmer son intention de s'exprimer d'une certaine manière, tout en le faisant. Dans certains cas, ces verbes ont une valeur illocutoire déclarative, et permettent de mettre en scène la voix de la chancelière avec plus de force grâce à la condition préalable de son autorité dans la situation (Vanderveken, 1988). Cette posture de commandante se confirme à la vue des verbes directifs (13,6% des occurrences), qui produisent des actes de langage directifs afin d'indiquer clairement aux Allemand·e·s ce qu'il faut faire et respecter afin de vaincre le virus (voir extrait 45). Cette directivité qu'Angela Merkel incarne à certains moments de son discours se manifeste parfois sous forme de prescriptions, justifiées non pas par l'autorité seule, mais par un devoir citoyen et collectif de respecter les mesures sanitaires :

46) *Every individual counts. We are not condemned to accept the spread of this virus as an inevitable fact of life. We have the means to fight it. **We must be considerate and keep a safe distance** from one another. Virologists are giving us clear advice: no more handshakes, **we must wash our hands thoroughly and often, and we must keep at least one and a half metre's distance** between ourselves and others.* (Annexe C, L84-88)

Ce devoir s'observe ici grâce à la modalité de devoir « *must* » (11 occurrences), accompagné de prescriptions adressées au collectif allemand (« *be considerate* », « *wash our hands* », « *keep [our] distance* »). L'objectif illocutoire est ainsi de faire respecter aux concitoyen·ne·s allemand·e·s les mesures sanitaires et l'autorité du gouvernement, des virologistes qui les conseillent, de même que sa propre autorité en l'imposant à travers sa parole.

Jusqu'ici, les indices discursifs présentés pourraient illustrer un *ethos* de cheffe de manière plus englobante. Mais ce sont les observables qui suivent qui viennent positionner cet *ethos* de cheffe plus spécifiquement comme commandante. De ce fait, la chancelière mobilise les champs sémantiques de la guerre et de la démocratie afin de mettre en scène la crise en cours :

Tableau 4.18 Champs sémantiques mobilisés dans l’allocution *An Address to the Nation by Federal Chancellor Merkel*

| Champs sémantiques              | Exemples tirés du texte                                                                                                                                                          | Occurrences |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Santé et gestion de la pandémie | « [...] <i>then only one thing matters, namely that we slow the spread of the virus, flatten the curve</i> [...] » (Annexe C, L25-26)                                            | 45          |
| Vie sociale <sup>76</sup>       | « <i>Millions of you cannot go to work, your children cannot go to school or kindergarten, theatres and cinemas and shops are closed</i> [...] » (Annexe C, L4-5)                | 24          |
| Guerre                          | « <i>You are on the front lines of this fight for us.</i> » (Annexe C, L36-37)                                                                                                   | 10          |
| Démocratie et droits            | « <i>These should never be put in place lightly in a democracy and should only be temporary. - But they are vital at the moment in order to save lives.</i> » (Annexe C, L55-56) | 9           |

Il était attendu d’avoir comme champ sémantique dominant celui de la santé et de la gestion de la pandémie (45 occurrences), puisque ces termes ont largement été utilisés à travers le monde pour expliquer tant la nature du virus que les mesures à prendre<sup>77</sup>. Par ailleurs, Angela Merkel construit la pandémie de COVID-19 comme l’ennemi à combattre (10 occurrences), et comme le plus grand défi auquel l’Allemagne ait été confrontée depuis la Seconde Guerre mondiale :

47) *Since German reunification, no, since the Second World War, there has not been a challenge for our country in which action in a spirit of solidarity on our part was so important.* (Annexe C, L14-16)

Cette comparaison entre la pandémie et la Seconde Guerre mondiale renforce l’impression que la situation est grave, et confère une légitimité accrue aux lignes directrices qu’elle énonce dans la suite de son discours. De plus, l’énonciation de cet extrait n’est pas prise en charge par la chancelière, ce qui lui confère une apparence de vérité objective et indiscutable. Bien que ces occurrences ne dominent pas le corpus, la charge symbolique de ces termes, notamment dans le

<sup>76</sup> Ce champ sémantique alimente l’*ethos* de guide, puisque tel que vu à l’extrait 37 à la section précédente, Angela Merkel met en scène des éléments de la vie quotidienne et sociale des Allemand·e·s afin de montrer qu’elle les comprend, et qu’elle sait l’impact de ces mesures sur leur quotidien.

<sup>77</sup> Pour une liste exhaustive de termes utilisés dans le cadre de la pandémie de COVID-19, visiter : <https://www.btb.termiumpius.gc.ca/publications/covid19-fra.html>

contexte allemand, est particulièrement forte. En positionnant la pandémie comme le plus grand défi jamais surmonté depuis la Seconde Guerre mondiale, Merkel a recours à une épanorthose : elle corrige et reformule son propos, produisant ainsi un effet stylistique d'emphasis sur le terme finalement adopté. Ce procédé rhétorique lui permet de hiérarchiser les crises, en plaçant la pandémie au sommet des épreuves contemporaines. Elle adopte ainsi une posture de cheffe de guerre, un *ethos* de commandante prête à mener le combat contre le virus.

D'autre part, un champ sémantique lié à la démocratie contribue également à ériger la chancelière en figure d'autorité étatique. En effet, se positionner comme garante de valeurs comme celles de la démocratie permet à la personne politique de se confondre avec ces valeurs, alimentant un *ethos* incarnant des valeurs cardinales, comme celui de la commandante (Charaudeau, 2005). En mobilisant à 9 reprises des termes liés à la démocratie et aux droits et libertés qui y sont associés, Merkel s'inscrit dans cet univers de valeurs fondamentales, en offrant une vision claire de ce qu'est le bien dans cette situation. Cette voie à suivre semble être portée par une forme d'intuition quasi transcendante (Rossette, 2017), comme si cette vision s'imposait à elle de manière surplombante à travers elle. Cela se manifeste par l'utilisation de certains verbes de conviction (« *to believe* », « *to have no doubt* », 5 occurrences), qui ne reposent pas sur une réflexion rationnelle du résultat attendu, mais sur une conviction profonde inexplicitée :

48) *I firmly believe that we will pass this test if all citizens genuinely see this as THEIR<sup>78</sup> task.* (Annexe C, L13)

Bref, Merkel érige la pandémie non seulement comme un ennemi à vaincre, mais aussi comme une épreuve morale et collective à surmonter dans le respect des valeurs fondamentales de la société allemande. Ces valeurs apparaissent comme plus grandes qu'elle, presque transcendantes. Plus encore, elle semble inspirée d'une motivation omnipotente qu'elle incarne à travers son *ethos* de commandante, et d'une certitude que si tous·te·s les Allemand·e·s se mettent à la tâche, iels surmonteront cette épreuve (« *I firmly believe that we will pass this test* »).

---

<sup>78</sup> Cette transcription, incluant les éléments de style et de mise en page du texte, est directement tirée du discours officiel publié par le parlement allemand.

#### 4.3.2.3. *Ethos* de commandante, tel qu'attribué dans le corpus médiatique

Faisant écho à l'*ethos* de commandante tel que construit par Angela Merkel dans son allocution, les médias internationaux semblent reprendre, voire amplifier cet *ethos* dans leur couverture de son discours. Tout d'abord, il est à noter que tous les articles composant le corpus médiatique lié à cette allocution mentionnent au moins une fois le titre officiel de la chancelière allemande, de manière similaire à la couverture des autres allocutions analysées précédemment. Néanmoins, tout comme dans les autres corpus, les références à sa fonction ne figurent pas en tête de liste des désignations d'Angela Merkel, tel que nous pouvons le voir au tableau 4.19 ci-après.

Tableau 4.19 Désignations d'Angela Merkel dans le corpus médiatique liées à la pandémie de la COVID-19

| Désignations                                                                                 | Occurrences | Proportions |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| <i>Merkel</i>                                                                                | 54          | 73,0%       |
| <i>German Chancellor/ The Chancellor/ German Chancellor Angela Merkel/ Chancellor Merkel</i> | 15          | 20,5%       |
| <i>Angela Merkel</i>                                                                         | 2           | 2,7%        |
| <i>The 65-year old Chancellor</i> <sup>79</sup>                                              | 2           | 2,7%        |
| <i>Former physicist</i>                                                                      | 1           | 1,4%        |
| <b>TOTAL</b>                                                                                 | <b>74</b>   | <b>100%</b> |

Nous observons une forte présence du nom d'Angela Merkel dans le corpus médiatique, ce qui est conforme à ce que nous avons observé dans les deux corpus précédents. Ce constat correspond aussi à nos attentes liées à nos critères de sélection qui affirment que l'allocution de Merkel doit constituer le point central des articles. Ainsi, ces derniers mettent en avant sa parole à travers un usage répété du discours rapporté direct, indirect et mixte. Cette mise en récit accentue éventuellement la prépondérance du discours de la chancelière et renforce ainsi sa position dominante dans le traitement médiatique, au détriment du discours journalistique. Cela constitue

<sup>79</sup> Nous notons la présence d'une désignation que nous n'avons pas aperçue dans les autres corpus analysés, une désignation fondée sur l'âge de la chancelière. Cette donnée se retrouve uniquement dans l'article de France 24, et pourrait être associée à une représentation du pouvoir de la chancelière qui s'effrite. Le Los Angeles Times note d'ailleurs que la chancelière prévoyait prendre sa retraite de la politique en 2021. Cependant, étant donnée que ces résultats ne sont pas assez significatifs pour pointer vers un *ethos* à part entière qui serait basé sur ces indices, nous ne l'analyserons pas davantage.



un premier indice qui positionne Angela Merkel comme cheffe. En relation à ces désignations, des verbes sont mobilisés pour décrire la parole et les actions de la chancelière à travers son discours.

Tableau 4.20 Types de verbes mobilisés en association aux désignations d'Angela Merkel dans le corpus médiatique lié à la pandémie de la COVID-19

| Types de verbe                                                                                    | Exemples tirés du corpus                                                                                                                          | Occurrences | Proportions |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| Verbes de communication ( <i>to acknowledge, to reiterate, to say, to stress, to tell, etc.</i> ) | « <i>“The situation is serious — take it seriously,” <b>said</b> Merkel [...] »</i> (A3, Los Angeles Times)                                       | 69          | 58,0%       |
| Verbes d'incitation ( <i>to appeal, to insist, to urge, etc.</i> )                                | « <i>Chancellor Angela Merkel on Wednesday <b>urged</b> all German citizens to help fight the spread of the coronavirus [...] »</i> (A6, Reuters) | 15          | 12,6%       |
| Verbes d'action ( <i>to hold, to lead, to play, to strengthen, etc.</i> )                         | « <i>[She] <b>led</b> a hard-nosed but domestically popular response to the eurozone debt crisis [...] »</i> (A8, France 24)                      | 12          | 10,1%       |
| Verbes directifs ( <i>to call, to impose</i> )                                                    | « <i>Merkel <b>called</b> on all Germans to play their part to limit the damage. »</i> (A5, The Washington Post)                                  | 8           | 6,7%        |
| Verbes d'engagement ( <i>to assure, to promise</i> )                                              | « <i>“Even if some shelves are emptied on one day, they will be replenished,” she <b>promised</b> [...] »</i> (A1, Agence France-Presse)          | 3           | 2,5%        |
| Autres verbes                                                                                     |                                                                                                                                                   | 12          | 10,1%       |
| <b>TOTAL</b>                                                                                      |                                                                                                                                                   | <b>119</b>  | <b>100%</b> |

Remarquons l'utilisation majoritaire (58% des occurrences) de verbes de communication lorsque Merkel est mise en scène dans le corpus médiatique, ce qui indique qu'en effet, l'allocution rapportée de la chancelière est centrale à la couverture faite par les médias internationaux. Ce qui nous intéresse davantage ici, ce sont les verbes d'incitation (12,6% des occurrences) qui construisent les mots de la chancelière comme des demandes insistantes, voir des prescriptions à suivre dans le cas des verbes directifs (6,7% des occurrences), augmentant ainsi le caractère directif perçu de la prise de parole de la chancelière, ou du moins, reproduit son effet dans le corpus médiatique.

49) *Merkel urged Germans to follow these measures, underling that successful defeat of the virus depended on every person doing his or her part.* (A2, DW)

50) *Merkel appealed to citizens to abide by the unprecedented rules restricting public life, agreed with the 16 federal states earlier this week [...].* (A6, Reuters)

Les extraits 49 et 50 montrent bien comment les médias internationaux reprennent les consignes sanitaires énoncées par Merkel en utilisant des verbes d'incitation (« *urged* », « *appealed* »). Notons que si le verbe « *to urge* » est effectivement employé par Merkel dans son allocution, « *to appeal* » ne l'est pas, exposant un léger glissement dans la reformulation médiatique qui clarifie davantage que la chancelière s'adresse aux Allemand·e·s (« *Merkel appealed to citizens* »). Les médias peignent donc une image de l'allocution de la chancelière, et donc de cette dernière, responsable de la situation et ayant le pouvoir de prescrire de telles mesures à ses concitoyen·ne·s. Cela a pour effet de légitimer la parole d'Angela Merkel, et de lui construire un *ethos* non seulement de cheffe, mais de commandante, puisque les médias reprennent, voire renforcent, la directivité de son allocution. Ces verbes, accompagnés de syntagmes qualifiant l'exceptionnalité de la prise de parole d'Angela Merkel (6 occurrences), ont pour effet d'augmenter le sentiment de gravité de la situation, et donc d'augmenter la légitimité de sa prise de parole comme commandante qui prescrit de suivre les mesures sanitaires :

51) *The coronavirus presents Germany's greatest challenge in its postwar history, Chancellor Angela Merkel told viewers across the country in an unprecedented television address on Wednesday evening.* (A4, POLITICO)

52) *Merkel spoke directly to the camera in the pre-recorded remarks. She described the fight against the virus as Germany's greatest challenge since the end of WWII and appealed for national unity.* (A2, DW)

En plus de décrire cette allocution comme sans précédent (« *unprecedented television address* », extrait 51), à l'extrait 52, on va même jusqu'à mettre en scène sa prise de parole comme si nous y étions lors de son enregistrement (« *Merkel spoke directly to the camera* »). Pourtant, il est attendu lors d'une prise de parole enregistrée de voir le ou la locuteur·ice faire face à la caméra. Mais en explicitant cette caractéristique de l'allocution, l'article contribue ici à créer une fonction d'adresse directe envers les citoyens récepteurs. Cela amplifie l'exceptionnalité de sa prise de parole de

manière presque théâtrale, et valide son image de cheffe dans sa relation avec ses concitoyen·ne·s à qui elle s'adresse.

Par ailleurs, le corpus médiatique révèle un effort de la part des médias internationaux de renforcer la légitimité de Merkel dans son rôle de chancelière, en particulier dans le contexte exceptionnel de la pandémie et des mesures sanitaires sans précédent. Plutôt que de constituer une tentative de contrebalancer une éventuelle incongruité entre le genre féminin et le leadership politique en temps de crise (O'Brien et Piscopo, 2023, p. 894), cette mise en scène de sa légitimité semble davantage s'appuyer sur son expérience politique reconnue, cumulée au fil de ses 15 années au pouvoir. Les médias mettraient ainsi en valeur son parcours et la reconnaissance acquise auprès de ses pairs et de la communauté internationale, asseyant davantage son autorité dans un moment de grande incertitude :

53) *German Chancellor Angela Merkel calmly appealed to **citizens'** reason and discipline to slow the spread of the virus, acknowledging **as a woman who grew up in communist East Germany** how difficult it is to give up freedoms, yet **as a trained scientist** emphasizing that the **facts don't lie**.* (A8, France 24)

54) *Merkel, **who hails from Germany's former communist East**, said she understood how hard it was to give up "hard-fought rights" like **freedom of movement and travel**.* (A1, Agence France-Presse)

En faisant allusion à sa profession de physicienne (« *trained scientist* »), et même en la désignant comme telle à une autre reprise dans l'article de France 24, les médias laissent entendre qu'elle comprend mieux que bien d'autres les données scientifiques (« *facts don't lie* »). Plus encore, ils suggèrent qu'elle mesure mieux que d'autres le poids que représentent des restrictions aux droits et aux libertés, comme la liberté de circulation (« *freedom of movement and travel* »), puisqu'elle a grandi en Allemagne de l'Est (« *as a woman who grew up in communist East Germany* »). En ce sens, nos résultats révèlent que cet *ethos* de commandante est ancré dans une légitimisation de ses compétences et de ses décisions raisonnées, basées sur la science, sur ses expériences personnelles, et sur des principes phares comme celui de la démocratie, tel que nous le verrons au tableau 4.21. On pourrait presque voir ici l'image d'une commandante dont l'expertise et l'expérience sur le terrain sont largement reconnues. Cette expertise dans la gestion de crises est d'ailleurs sous-entendue à trois reprises dans le corpus médiatique, en évoquant les nombreuses crises que Merkel

a dû gérer lors de son règne politique. Finalement, l'univers sémantique de la guerre, amplifié par les médias, vient confirmer un *ethos* de commandante face à la pandémie :

Tableau 4.21 Champs sémantiques mobilisés dans le corpus médiatique lié à la pandémie de la COVID-19

| Champs sémantiques              | Exemples tirés du texte                                                                                                                                                            | Occurrences |
|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Guerre                          | « <i>Merkel tells Germans: Fighting virus demands <b>war-time</b> solidarity</i> » (A6, Reuters)                                                                                   | 34          |
| Santé et gestion de la pandémie | « <i>She called on everyone in the country of 83 million to <b>stay home</b> and to practice <b>social distancing</b> during the times they must go out [...]</i> » (A7, Euronews) | 22          |
| Démocratie, droits et libertés  | « <i>Such decisions were never taken lightly in a <b>democracy</b>, she said [...]</i> » (A1, Agence France-Presse)                                                                | 5           |

Bien que Merkel ne prononce qu'une seule fois le terme « *Second World War* » dans son discours, ce terme est repris 18 fois dans les 8 articles du corpus médiatique, tant à travers du discours rapporté de la chancelière que du discours journalistique, montrant dans un premier temps la charge symbolique de ce terme tant pour les Allemand·e·s que pour le monde entier, mais aussi une accentuation de la part des médias de ce champ sémantique déjà présent dans le discours de la chancelière. De fait, les 34 occurrences du champ sémantique de la guerre, y compris dans les titres des articles, surpassent le champ sémantique de la santé et de la gestion de la pandémie (22 occurrences). Cette prédominance contribue à intensifier l'*ethos* de commandante attribué à Merkel, lequel devient le prisme principal à travers lequel les médias la représentent dans le corpus médiatique, en comparaison à un *ethos* de guide et de commandante proposé par la chancelière dans son allocution. Nous posons donc comme hypothèse interprétative que les médias représentent l'image de cheffe de Merkel, telle que proposée par cette dernière, principalement à travers un narratif de guerre. On la positionne comme leader responsable de combattre (« *fight* », extrait 52) le virus et de mener ses troupes de citoyen·e·s (« *citizens* », extrait 53) devant le plus grand défi auquel le pays ait été confronté depuis la Seconde Guerre mondiale (« *Germany's greatest challenge since the end of WWII* », extrait 52).

Bref, grâce à l'usage prédominant de verbes de communication et surtout de verbes d'incitation, à des syntagmes soulignant l'exceptionnalité de sa prise de parole, à une mise en scène de sa légitimité dans la gestion de la crise en relation à sa profession et son passé, ainsi que l'insistance sur des champs sémantiques liés à la guerre, les médias internationaux participent activement à la mise en scène d'une figure d'autorité forte. Cette représentation médiatique confère à Merkel une posture de leader, de commandante incontestée face à la crise sanitaire.

#### 4.4. Analyse des résultats au prisme des stéréotypes de genre

Plusieurs *èthè* produits par Angela Merkel et attribués à cette dernière par les médias internationaux ont été présentés, selon leur crise respective, au fil de ce chapitre. Le dévoilement de chacun de ces *èthè* visait à répondre, dans le cadre du corpus d'allocutions, à la question : par quelles stratégies d'*ethos* Angela Merkel se met-elle en scène à travers ses allocutions? Dans le cas du corpus médiatique, les sections précédentes ont aussi répondu à la question : comment les *èthè* produits par la chancelière dans ses allocutions sont (ré)interprétés par les médias internationaux à travers les *èthè* attribués par ces derniers? Maintenant que la coconstruction de ces *èthè* a été dévoilée, la suite de ce chapitre permettra de répondre à notre dernière question de recherche spécifique : dans quelle mesure les *èthè* produits par Angela Merkel et attribués par les médias internationaux souscrivent, négocient, réfutent ou transforment les attentes et les stéréotypes de genre à son endroit? Dans la section qui suit, nous examinerons nos résultats à travers le prisme des stéréotypes de genre, c'est-à-dire que nous évaluerons les *èthè* présentés à la lumière des attentes genrées auxquelles les femmes sont confrontées dans l'espace public.

Ainsi, à l'aide de notre grille d'analyse <sup>80</sup>, nous avons procédé à l'évaluation des *èthè* d'Angela Merkel au regard des stéréotypes de genre. Notons déjà l'absence de stéréotypes liés clairement aux rôles sociaux féminins, comme le rôle d'épouse ou encore de mère. Cependant, il est possible de remarquer des traits et des attributs traditionnellement associés à l'image de la mère, notamment l'empathie, le caractère rassembleur et la proximité d'une cheffe qui s'occupe de son peuple comme de ses enfants (Sourd, 2005; Holtz-Bacha, 2014). Nous y reviendrons. Aussi, notons l'absence de stéréotypes liés à des figures typiques de politiciennes, comme celui de la protégée,

---

<sup>80</sup> Voir la section 3.5.3. de la méthodologie.

ou encore de la dame de fer (Lemarier-Saulnier et Lalancette, 2012). Mentionnons par ailleurs l'absence d'images transgressives, c'est-à-dire qui dépassent les normes de genre, grâce à des procédés de performance de genre transgressive comme l'ironie, la liberté de ton, ou encore à travers une présentation de soi s'adressant d'abord aux femmes (Butler, 2005; Dirse, 2013; Krieg-Planque, 2020)<sup>81</sup>. Ceci est vrai tant pour le corpus d'allocutions d'Angela Merkel que pour le corpus médiatique. Nous nous attarderons à ces absences au regard de la littérature dans le prochain chapitre. Nous pouvons toutefois affirmer que tant dans le corpus d'allocutions d'Angela Merkel que dans le corpus médiatique, des stéréotypes de genre liés aux attributs et aux compétences sont reproduits. Les autres *èthè* découverts correspondent plutôt à des représentations contre-hégémoniques d'une politicienne, à travers des *èthè* hybrides, ou encore en rupture avec les stéréotypes féminins.

Afin de rendre visible les rapports qu'entretiennent les *èthè* produits et attribués à Angela Merkel avec les représentations stéréotypales de genre, nous avons constitué un tableau qui les regroupe par type de stéréotype, soit : les stéréotypes liés aux attributs et aux compétences de genre, c'est-à-dire les *èthè* correspondant à des qualités attendues chez les femmes, comme l'écoute, la compétence en matière de *care*, la sensibilité et la sincérité (Sourd, 2005; Holtz-Bacha, 2014); les *èthè* hybrides, présentant à la fois des attributs dits féminins et masculins, comme une directivité marquée combinée à une forme de sensibilité ou de proximité (Charaudeau, 2005); et les *èthè* en rupture avec les stéréotypes féminins que nous nommerons contre-stéréotypiques, soit des images de femmes qui adhèrent à des stéréotypes dits masculins, comme la vigueur, la fermeté, la directivité, et même le vocabulaire militaire ou associé à la lutte (Aaldering et Van der Pas, 2018).

---

<sup>81</sup> Voir section 2.2.2.1. du cadre théorique.

Tableau 4.22 Évaluation des *èthè* produits et attribués à Angela Merkel au regard des stéréotypes et des attentes genrées

| <b><i>Èthè</i> reproduisant des stéréotypes de genre liés aux attributs et aux compétences féminines</b> (ex. <i>care</i> , douceur, écoute, faiblesse perçue dans les dossiers d'économie et de défense, proximité, sensibilité, sincérité)                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Corpus d'allocutions d'Angela Merkel</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>Corpus médiatique</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <p><b><i>Ethos</i> de gardienne de la mémoire</b> (période 1 – conflit russo-ukrainien, extrait 17) :</p> <p>« [...] <i>for hundreds of years, relations among European countries were marked by rivalry, changing alliances and recurring rounds of horrendous bloodshed. [...] It was the first great catastrophe of the 20 century and was soon followed by a second: the outbreak of the Second World War 75 years ago and the Shoah, that ultimate betrayal of all civilised values.</i> » (Annexe A, L2-7)</p>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sensibilité devant les horreurs du passé ;</li> <li>- Création de proximité avec le peuple allemand et leur histoire collective ;</li> <li>- Position d'humilité devant cette histoire, montrant sa sincérité.</li> </ul>                                       | <p><b><i>Ethos</i> alarmiste</b> (période 1 – conflit russo-ukrainien, extrait 21) :</p> <p>« <i>But Merkel lamented in an unusually emotive speech that the Russian leader was destroying years of post-Soviet rapprochement [...].</i> » (A6, Reuters)</p>                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Construction catastrophique de la crise ;</li> <li>- Mise de l'avant de l'absence remarquée de la chancellerie au début de la crise, mettant en scène une forme de faiblesse de sa part en matière de défense ;</li> <li>- Sémantique de l'inquiétude, en rupture avec une image de leader en contrôle.</li> </ul> |
| <p><b><i>Ethos</i> empathique</b> (période 2 – crise des migrant·e·s, extrait 29) :</p> <p>« <i>Most of us, fortunately, do not know what it means to be on the run and in a state of complete and utter exhaustion while also fearing for our life or the life of our children or partner. For example, people who set out on their journey in places like Eritrea, Syria or northern Iraq are often forced to overcome situations or endure fears that would probably cause us to simply break down.</i> » (Annexe B, L25-28)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Désignation des réfugié·e·s comme des personnes avant tout ;</li> <li>- Mise en scène des émotions du tiers réfugié ;</li> <li>- Mise en relation de ces émotions avec le public allemand ;</li> <li>- Représentation de la crise à échelle humaine.</li> </ul> | <p><b><i>Ethos</i> de supplication</b> (période 2 - crise des migrant·e·s, extrait 34) :</p> <p>« <i>The dramatic rhetoric, uncharacteristic for the famously measured German leader, reflects a growing conviction in Berlin that the refugee problem will remain Germany's greatest domestic challenge for the foreseeable future.</i> » (A6, POLITICO)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Insiste sur la gravité de la situation et l'urgence d'agir ;</li> <li>- Positionnement de la chancellerie en vulnérabilité dans la situation, qui implore l'aide des autres pays européens ;</li> <li>- Description de son allocution comme dramatique.</li> </ul>                                                 |

| <b>Èthè hybrides, qui combinent des identités typiquement masculines et féminines (ex. directivité et sensibilité)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Corpus d'allocutions d'Angela Merkel</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Corpus médiatique</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p><b>Ethos de bonne élève</b> (période 1 – conflit russo-ukrainien, extrait 14) :</p> <p>« <i>The law of the strong is being pitted against the strength of the law, and one-sided geopolitical interests are being placed ahead of efforts to reach agreement and cooperation.</i> » (Annexe A, L49-51)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Opposition sémantique entre la guerre et un réseau sémantique lié à la mondialisation et la prospérité, au droit international et ses institutions, et à la paix et la sécurité ;</li> <li>- Modalités déontiques du devoir, montrant une certaine fermeté dans la délimitation des contours de la crise et des actions à prendre ;</li> <li>- Procédés rhétoriques montrant sa sensibilité devant les dommages sur l'Ukraine.</li> </ul> | <p><b>Ethos d'activiste</b> (période 2 - crise des migrant·e·s, extrait 32) :</p> <p>« <i>Chancellor Angela Merkel gave her fellow Germans and other Europeans a pep talk on Monday, praising those assisting the thousands seeking asylum here but warning that the Continent's open- border policy was at risk unless all European countries showed an equal willingness to help.</i> » (A5, New-York Times)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en scène du leadership de Merkel comme militant ;</li> <li>- Relation entre Merkel et son public représentée comme horizontale, évoquant sa proximité avec ces derniers ;</li> <li>- Montre sa sensibilité devant la situation des réfugié·e·s par un vocabulaire de l'alerte ;</li> <li>- Exprime avec insistance les mesures à adopter pour aider les réfugié·e·s.</li> </ul> |
| <p><b>Ethos de guide</b> (période 2 - crise des migrant·e·s, extrait 28) :</p> <p>« <i>Europe as a whole must move. The member countries must share the responsibility for asylum-seeking refugees. To date, universal civil rights have been closely intertwined with Europe and its history. It is one of the founding inspirations of the European Union. Should Europe fail on the refugee issue, this close association with universal civil rights will unravel. It will be destroyed, and the Europe we will have will no longer live up to our imagination.</i> » (Annexe B, L138-143)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en scène de sa proximité au collectif allemand et des valeurs qui y sont rattachées ;</li> <li>- Stratégie d'identification et de magnification, qui permet aux Allemand·e·s de se reconnaître dans la chancellerie, mais aussi de viser des comportements exemplaires par la valorisation d'un <i>in-group</i> de bons citoyen·ne·s ;</li> </ul>                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

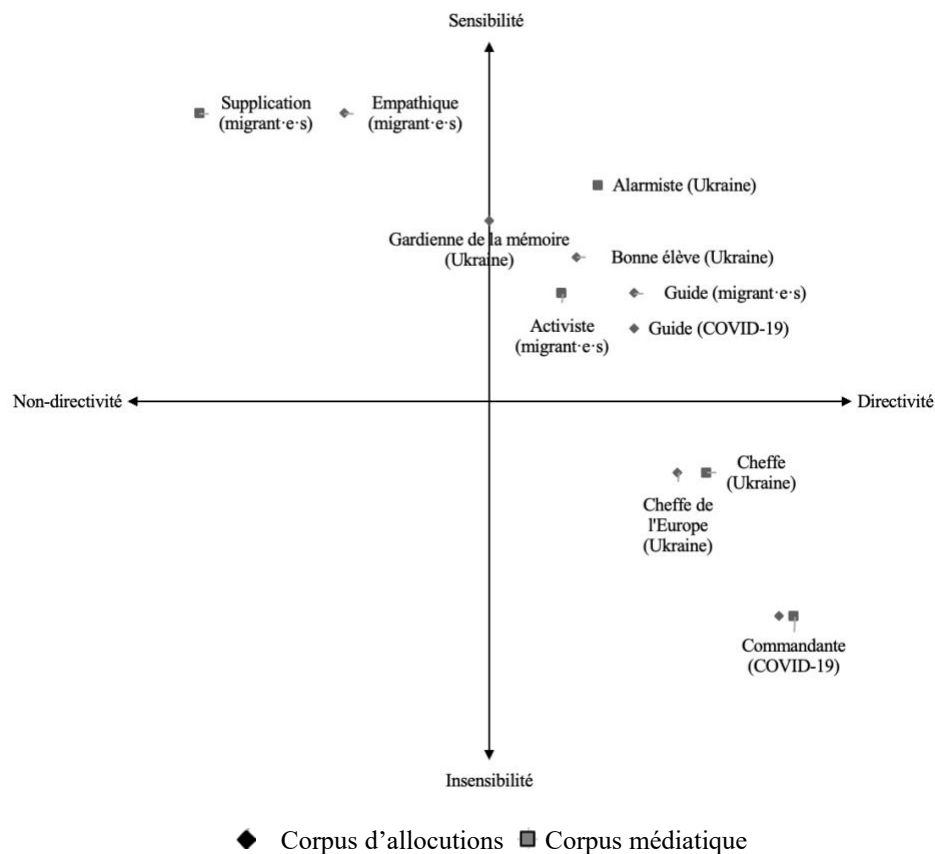


|                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Indique la voie à suivre en la présentant comme un devoir citoyen fondé sur des valeurs cardinales.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p><b>Ethos de guide</b> (période 3 – pandémie de la COVID-19, extrait 40):</p> <p>« <i>The answer, to a great extent, lies in our hands. Right now, we can take decisive action all together. We can accept these current limitations and support one another.</i> » (Annexe C, L122-124)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Création de proximité avec le public allemand en mettant en scène des éléments de leur vie quotidienne ;</li> <li>- Démonstration de sa compréhension et de sa sensibilité envers l'impact des mesures sanitaires sur les Allemand·e·s ;</li> <li>- Horizontalisation des prescriptions ;</li> <li>- Montre la voie à suivre au nom de l'exigence morale de solidarité.</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Èthè contre-stéréotypiques</b> (ex. combativité, directivité, fermeté, franchise, vigueur, vocabulaire militaire ou associé à la lutte)                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Corpus d'allocutions d'Angela Merkel</b>                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>Corpus médiatique</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p><b>Ethos de cheffe</b> (période 1 – conflit russo-ukrainien, extrait 4) :</p> <p>« <i>Ladies and gentlemen, it is clear that Ukraine's territorial integrity and thus its unity are being blatantly called into question and violated.</i> » (Annexe A, L45-46)</p>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stratégies de sur-énonciation et de réaffirmation : verbes déclaratifs et modalités volitives mettent en scène sa parole comme importante et supérieure ;</li> <li>- Mise en scène de son autorité soutenue par son gouvernement ;</li> </ul>                                                                                                                                      | <p><b>Ethos de cheffe</b> (période 1 – conflit russo-ukrainien, extrait 12) :</p> <p>« <i>Merkel grew up behind the Iron Curtain, speaks Russian and has tried to leverage her influence with Putin, whom she has known for 14 years, in countless phone calls. The former KGB officer, who himself speaks German, is said to respect her as a strong leader.</i> » (A6, Reuters)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en scène de la parole de Merkel à travers des verbes décisionnels montrant son autorité dans la situation ;</li> <li>- Syntagmes soulignant explicitement son leadership dans la situation ;</li> </ul> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prise en charge énonciative des sanctions européennes sur la Russie ;</li> <li>- Stratégie délocutive imposant sa vision de la situation comme une vérité.</li> </ul>                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en relation du président russe comme son opposant direct ;</li> <li>- Sémantique de la force associée à Merkel.</li> </ul>                                                                                                                                                   |
| <p><b><i>Ethos de commandante</i></b> (période 3 – pandémie de la COVID-19, extrait 47) :</p> <p>« <i>Since German reunification, no, since the Second World War, there has not been a challenge for our country in which action in a spirit of solidarity on our part was so important.</i> » (Annexe C, L14-16)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en scène de son autorité soutenue par son gouvernement ;</li> <li>- Actes de langage directifs indiquant clairement au public ce qu'il faut faire dans la situation ;</li> <li>- Mise en scène de la pandémie à travers le champ sémantique de la guerre ;</li> <li>- Stratégie délocutive imposant sa vision de la situation comme une vérité.</li> </ul> | <p><b><i>Ethos de commandante</i></b> (période 3 – pandémie de la COVID-19, extrait 52) :</p> <p>« <i>Merkel spoke directly to the camera in the pre-recorded remarks. She described the fight against the virus as Germany's greatest challenge since the end of WWII and appealed for national unity.</i> » (A2, DW)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Caractère directif de la prise de parole de la chancelière représenté par des verbes injonctifs ;</li> <li>- Mise en scène de sa légitimité à travers sa profession et son passé ;</li> <li>- Mise en scène de la pandémie à travers le champ sémantique de la guerre.</li> </ul> |

L'analyse présentée révèle déjà quelques résultats généraux. Nous constatons qu'à travers le temps, les *èthè* reproduisant des stéréotypes de genre liés aux attributs et aux compétences féminines, présents lors des périodes 1 et 2, s'effacent, au profit d'*èthè* hybrides ou contre-stéréotypiques lors de la période 3. Aussi, nous retrouvons dans les trois périodes des *èthè* hybrides, dont trois proposés par Merkel, et un attribué par les médias, qui combinent des attributs à la fois masculins et féminins. Puis, nous remarquons à la vue du tableau précédent que deux attributs se répètent dans plusieurs portions du corpus : la sensibilité propre aux attentes que nous avons envers les politiciennes, et la directivité, voire la fermeté qui renvoie typiquement à un trait de leadership masculin. Les *èthè* de Merkel semblent s'articuler principalement autour de ces deux traits stéréotypés, reflet de la double-contrainte à laquelle les femmes font face dans l'espace public (Bourdieu, 1998). À partir du tableau 4.22, nous avons fait une nouvelle lecture des indices discursifs de chaque *èthè* produits et attribués à Angela Merkel, selon l'évaluation qualitative du niveau de sensibilité et de directivité, afin de positionner les *èthè* entre eux. Cette nouvelle lecture est illustrée par le graphique suivant.

Figure 4.2 Les *èthè* produits et attribués à Angela Merkel selon leur degré de sensibilité et de directivité



#### 4.4.1. *Èthè* caractérisés d'une directivité marquée

Tel que vu à la figure 4.2, les *èthè* de commandante, tant produits par Merkel qu'attribués par les médias, sont les plus directifs, avec l'usage de verbes déclaratifs et d'actes de langage directifs (« *I [...] urge you to abide by the rules* », Annexe C, L110), de stratégies délocutives qui imposent sa vision de la crise comme une vérité, et de la mobilisation d'un champ sémantique de la guerre dans l'allocation de la chancelière. Cet *ethos* montre, sans équivoque, l'adhésion d'Angela Merkel à un style de leadership ferme, voire autoritaire, et même le cautionnement d'une sémantique typiquement masculine, soit celui de la guerre, dans un cadre social et sanitaire (Burke et Mazzarella, 2008). Cela confirme que l'*ethos* de commandante proposé par la chancelière allemande se positionne en discordance avec les stéréotypes de genre attribués aux femmes, et adhère à un style masculin pour diriger. Dans le corpus médiatique, ce sont plutôt les verbes injonctifs et d'action qui construisent une image davantage directive de la chancelière (« *Merkel urged Germans to follow these measures* », A2, DW). De plus, des passages mobilisant le champ sémantique de la guerre, qui embrassent des attributs davantage masculins, amplifient le caractère contre-stéréotypique de ces images (« *Since German reunification, no, since the Second World War, there has not been a challenge for our country [...]* », Annexe C, L14-15).

Puis, les *èthè* de cheffe, voire cheffe de l'Europe, demeurent directifs, mais ce caractère contre-stéréotypique n'est pas basé sur une mobilisation d'un champ sémantique de la guerre comme vecteur de son autorité. De fait, Angela Merkel mobilise des verbes déclaratifs, de même que des stratégies délocutives (« *[...] it is clear that Ukraine's territorial integrity and thus its unity are being blatantly called into question and violated* », Annexe A, L45-46), ce qui lui permet d'affirmer son autorité et une vision précise dans la situation telle une vérité, mais sans rien ordonner à son public, contrairement à l'*èthè* de commandante. Puis, en prenant en charge les sanctions européennes comme si elle était entièrement responsable, Merkel montre avec encore plus de vigueur sa poigne sur la situation. Cette manière de performer son leadership reste ancrée dans les codes masculins du leadership politique, mais de manière moins typée que dans l'*ethos* de commandante. Dans le corpus médiatique, la présence de verbes décisionnels confirme l'autorité perçue de la chancelière dans cette crise, sans représenter son discours à travers des injonctions (« *Merkel again ruled out the use of force [...]* », A1, Agence France Presse). Néanmoins, l'analyse du corpus médiatique a révélé une sémantique de la force, similaire à celle de la lutte que nous

avons précédemment identifiée comme typiquement masculine, renforçant la mise en scène de la chancelière selon un prisme contre-stéréotypique.

#### 4.4.2. *Èthè* combinant une forme de directivité et de sensibilité

Ensuite, les *èthè* de bonne élève et de guide proposés par Angela Merkel, et celui d'activiste attribué par les médias, partagent à la fois des attributs stéréotypés liés à la sensibilité, typiquement féminine, et les caractéristiques d'une figure d'autorité qui indique la voie à suivre. De fait, la chancelière montre sa proximité avec son public, c'est-à-dire qu'elle montre un intérêt profond pour ce qu'ils sont, pour les valeurs qui les représentent et les motivent (« *The world sees Germany as a land of hope and opportunity, even if we know that hasn't always been the case* », Annexe B, L63-64). Ou encore, elle montre sa sensibilité et sa compréhension de la situation qu'ils traversent, grâce à une représentation de leur vie quotidienne (« *Millions of you cannot go to work, your children cannot go to school or kindergarten, theatres and cinemas and shops are closed, and, perhaps what is most difficult, we all miss social encounters that we otherwise take for granted* », Annexe C, L4-6). Et, dans le même mouvement, les *èthè* de guide misent sur une construction et une valorisation d'un *in-group*, à qui on identifie de bonnes conduites à suivre en fonction de valeurs cardinales que Merkel incarne dans la situation (Charaudeau, 2005). Cette voie à suivre est marquée par une horizontalisation des prescriptions, ce qui montre une forme d'autorité moins directe que dans les images décrites à la section précédente (« *Right now, we can take decisive action all together* », Annexe C, L122-123). Pour l'*ethos* de bonne élève, la sensibilité de la chancelière se construit par l'opposition forte aux horreurs passées et présentes de la guerre (« [...] *for hundreds of years, relations among European countries were marked by rivalry, changing alliances and recurring rounds of horrendous bloodshed.* », Annexe A, L2-4). Cette sensibilité est mobilisée au service de modalités déontiques du devoir, et est accompagnée d'une fermeté dans l'affirmation de sa lecture du conflit russo-ukrainien et des actions à prendre, notamment l'imposition de sanctions économiques envers la Russie. Tant dans le cas de l'*ethos* de guide que de bonne élève, nous pouvons observer que Merkel semble capitaliser sur les forces stéréotypées tant d'un modèle féminin que masculin (Schnoebelen et Winfrey, 2019), en faisant un agencement stratégique de sa sensibilité afin de créer de la proximité avec son public, et ainsi faciliter l'imposition de ses décisions, montrant son autorité, mais avec moins de fermeté qu'à la section précédente.

De manière similaire, l'*ethos* d'activiste attribué par les médias met de l'avant l'autorité d'Angela Merkel dans la crise, mais cette mise en scène de son leadership est moins ancrée dans une figure de décideuse que dans une figure revendicatrice, marquée par des verbes d'incitation et d'avertissement. Elle est représentée dans une relation de proximité avec son public, qu'elle cherche à rallier à sa lecture de la crise : « *Chancellor Angela Merkel gave her fellow Germans and other Europeans a pep talk on Monday [...], A5, New-York Times*). Du même coup, les médias mettent en scène la chancelière allemande à travers un discours empreint d'alerte qui caractérise sa sensibilité dans la situation (« [...] *urging other EU members to accept their fair share of asylum seekers.* », A3, DW). Cela la positionne donc entre une figure typiquement féminine et masculine, en mettant sa sensibilité au service d'un leadership militant. Néanmoins, il est possible d'observer un glissement de la proposition davantage directive de l'*ethos* de guide tel que proposé par Merkel dans son allocution au sujet de la crise des migrant·e·s, à un *ethos* d'activiste dans le corpus médiatique pour la même période, suggérant un recul de la mise en scène de l'autorité de la chancelière allemande dans le regard médiatique.

#### 4.4.3. *Èthè* caractérisés par une sensibilité marquée

Finalement, les *èthè* de gardienne de la mémoire et empathique tels que produits par Angela Merkel, ainsi que les *èthè* alarmiste et de supplication attribués par les médias, se démarquent par une plus grande sensibilité que les autres images du corpus. Dans le cas de l'*ethos* de gardienne de la mémoire, cette sensibilité est marquée d'une forme de sincérité, caractéristique stéréotypée attendue envers les politiciennes (Sourd, 2005), et qui alimente une proximité avec son public allemand par une compréhension de leur histoire collective. Cela se reflète par le rappel humble des horreurs commises par l'Allemagne lors des deux grandes guerres du 20<sup>e</sup> siècle, mais aussi par un avertissement des dérives possibles dans la crise en cours (« *It was the first great catastrophe of the 20 century and was soon followed by a second: the outbreak of the Second World War 75 years ago and the Shoah, that ultimate betrayal of all civilised values* », Annexe A, L5-7). L'*ethos* empathique mise davantage sur une compassion incarnée, démontrée par Merkel dans son discours, grâce à une mise en scène des émotions du tiers réfugié, et surtout, la mise en relation de leurs émotions avec le public allemand, qui montre son empathie pour leur situation désolante (« *forced to overcome situations or endure fears that would probably cause us to simply break down* », Annexe B, L27-28). Cela positionne l'*ethos* empathique comme la figure la plus stéréotypée que

Merkel a incarnée dans le corpus que nous avons étudié, en misant définitivement sur des attributs féminins.

Dans le corpus médiatique, l'*ethos* alarmiste montre le discours de la chancelière comme étant teintés d'une sémantique de l'inquiétude, mettant en scène la sensibilité de la chancelière devant la situation des Ukrainien·ne·s qui est décrite comme catastrophique (« *But Merkel lamented in an unusually emotive speech that the Russian leader was destroying years of post-Soviet rapprochement [...]* », A6, Reuters). Cette posture présente aussi la chancelière dans une position de faiblesse, où son leadership est à quelques reprises remis en cause vu son absence remarquée qui aurait miné sa compétence aux yeux des médias. Puis, l'*ethos* de supplication attribué dans le cadre de la crise des migrant·e·s repose sur une insistance marquée par une forte charge émotionnelle et relayée par les médias comme étant dramatique (« *The dramatic rhetoric, uncharacteristic for the famously measured German leader [...]* », A6, POLITICO). Plus encore, ils vont même jusqu'à représenter son discours comme une imploration de Merkel pour que les autres pays européens acceptent plus de réfugié·e·s, exagérant ainsi davantage l'empathie démontrée par la chancelière dans son discours. Soulignons en ce sens que tant pour l'*ethos* alarmiste que pour celui de supplication, les médias notent le caractère inhabituel de cette émotivité, amplifiant ainsi le stéréotype de genre en représentant sa sensibilité comme anormale. Ce constat vient alimenter le phénomène de la double-contrainte auquel les politiciennes font face, qui doivent respecter les attitudes liées à leur rôle social, malgré que celles-ci puissent mener à une image d'incompétence (Bourdieu, 1998).

#### 4.4.4. Autres occurrences stéréotypées

Notons par ailleurs d'autres passages stéréotypés qui n'ont pas été associés directement à des *èthè* de Merkel, mais qui méritent d'être soulignés vu leur renvoi à des contraintes liées à la médiatisation genrée des femmes. Premièrement, les médias ont fait référence à l'espace privé de la chancelière allemande dans le corpus lié au conflit ukrainien (« *Merkel grew up behind the Iron Curtain, speaks Russian* », A6, Reuters). Cela aurait pu donner lieu à une couverture médiatique empreinte de stéréotypes, où l'attention des médias se focalise de manière exacerbée sur la famille, le statut marital et les habitudes personnelles des politiciennes (Aaldering et Van der Pas, 2020). Néanmoins, cet intérêt pour le passé de Merkel en Allemagne de l'Est est doublé ici d'un intérêt

pour le passé en Allemagne du président russe comme agent du KGB, ce qui montre un effet stéréotypé de cette couverture médiatique équitablement distribué entre les deux cheff·e·s d'État de genre opposés. Cet intérêt pour l'espace privé de Merkel tend plutôt, dans ce cas, à légitimer sa posture de cheffe de l'Europe comme homologue principale du président russe.

Deuxièmement, notons une occurrence dans le corpus médiatique lié à la pandémie de la COVID-19 d'un renvoi au corps de la chancelière, c'est-à-dire à son habillement (« *Then, wearing the same blue pantsuit from the televised address, the 65-year-old popped into her local supermarket to pick up food [...] but photos snapped by someone at the grocery store were shared worldwide as a reassuring sign of calm leadership amid a global crisis* », A8, France 24). Cette représentation stéréotypée s'inscrit dans une hégémonie patriarcale des médias, où une attention traditionnellement marquée est portée envers l'habillement des politiciennes (Van Zoonen, 2006). Néanmoins, ici, cette représentation sert aussi Angela Merkel. Cette mise en scène de son quotidien permet de montrer son caractère commun et accessible qui, elle aussi, a besoin de faire son épicerie, et le fait dans ses habits de travail avant de retourner à la maison. Bien que cette occurrence n'ait pas constitué un *ethos* en soi dans le corpus médiatique, cette description de sa proximité avec le commun des mortels s'arrime à une image de guide telle que produite par Merkel, une image qui la rapproche de ses concitoyen·ne·s avec qui elle partage des attributs communs.

En somme, nous avons mis en lumière que les *èthè* de commandante et de cheffe, voire de cheffe de l'Europe, sont marqués par une plus grande directivité que les autres images d'Angela Merkel, et sont attribuables à des représentations contre-stéréotypiques de cette dernière. Les *èthè* de bonne élève, de guide et d'activiste sont quant à eux hybrides, c'est-à-dire qu'ils tirent parti à la fois d'attributs dits féminins et masculins, comme une forme de sensibilité et d'autorité. Nous pouvons évaluer ces *èthè* comme les plus contre-hégémoniques du corpus. Puis, les *èthè* empathique, alarmiste, de gardienne de la mémoire et de supplication sont les images de la chancelière allemande les plus stéréotypées du corpus, qui se basent sur une reproduction des stéréotypes de genre liés aux attributs et aux compétences féminines.



## CHAPITRE 5

### DISCUSSION

Dans ce cinquième et dernier chapitre, nous discuterons des conclusions de notre analyse au regard de notre problématique et de notre cadre théorique, afin d'en proposer une interprétation qui situe nos résultats par rapport au contexte sociopolitique et à la littérature. Nous commencerons par une brève synthèse des principaux constats de notre analyse, en mettant en parallèle certains *èthè*, notamment ceux qui se recoupent ou se reproduisent d'une période du corpus à l'autre. Cette synthèse servira de point d'ancrage pour discuter de certains enjeux clés : la persistance des attentes liées au rôle patriarcal de cheffe d'État; les opportunités qu'offrent les situations de crise aux politiciennes afin d'exercer une forme d'agentivité dans leur présentation de soi, ou du moins, pour se présenter sous un *ethos* hybride qui emprunte à la fois aux codes féminins et masculins; et enfin, le rôle des médias comme institution hégémonique, qui continue de véhiculer des stéréotypes de genre et qui entrave l'accès équitable aux femmes à l'espace public.

#### 5.1. Synthèse des résultats

Rappelons d'abord nos principaux résultats. Dans le cadre du conflit ukrainien, Angela Merkel s'est d'abord présentée comme cheffe, et plus spécifiquement comme cheffe de l'Europe prenant en charge les sanctions européennes contre la Russie. En parallèle, elle a aussi mobilisé un *ethos* de bonne élève, en s'opposant, mais surtout en dénonçant tout ce que représente la Russie dans le contexte de ce conflit : la guerre, la barbarie et la violation des lois internationales. Puis, dans un même effort, son *ethos* de gardienne de la mémoire lui permet d'avertir son public des dérives possibles si l'Allemagne et l'Europe ne posent pas d'actions pour arrêter ce conflit, en rappelant le passé douloureux des deux grandes guerres du 20<sup>e</sup> siècle. À la suite de son discours, les médias semblent se coller à son *ethos* de cheffe et amplifient son effet, en montrant positivement la fermeté dont fait preuve Merkel dans la situation et en la positionnant comme l'interlocutrice directe du président Poutine. Néanmoins, certaines occurrences du corpus nous ont permis de déceler un *ethos* alarmiste attribué à Angela Merkel, où elle dévierait de son *ethos* de cheffe en raison de la teneur émotionnelle de son discours, telle que perçue par les médias. Nous avons établi à cet effet que la mise en scène de cette inquiétude de la chancelière, présentée comme sortant de l'ordinaire,

contribue à amplifier le stéréotype de genre selon lequel les femmes sont sensibles, voire trop émotives (Shepard, 2009).

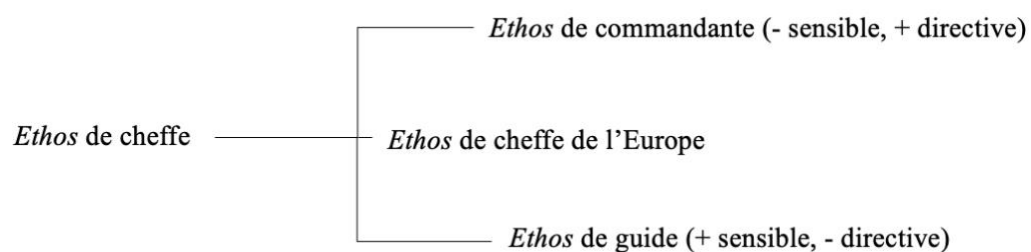
Ensuite, dans le cadre de la crise des migrant·e·s, la chancelière allemande s'est d'abord présentée sous l'image d'une guide, figure de leadership qui combine des attributs plus typiquement masculins comme la fermeté et la directivité à des attributs plus typiquement féminins comme la sensibilité et même l'empathie. En parallèle de cet *ethos* se construit justement une image empathique, *ethos* produit par Angela Merkel le plus typiquement féminin du corpus des allocutions de la chancelière, où celle-ci met en scène les émotions des réfugié·e·s en relation avec son public allemand, tout en construisant une image dramatique de la crise en cours, de manière à susciter l'adhésion des Allemand·e·s à une réponse humaine et sensible à la situation des réfugié·e·s. La couverture médiatique de ce discours lui a attribué un *ethos* d'activiste, qui reconnaît son leadership dans la crise, mais d'une manière militante, obscurcissant en quelque sorte son rôle gouvernemental. En même temps, les médias ont à quelques reprises présenté le discours de Merkel comme une supplication, *ethos* le plus stéréotypiquement féminin du corpus médiatique, montrant Angela Merkel en perte de contrôle, vulnérable, et en quête urgente d'aide de la part de ses homologues européens.

Finalement, lors de la pandémie de la COVID-19, Angela Merkel aurait à nouveau mobilisé un *ethos* de guide, mais cette fois-ci, en mettant sa sensibilité et son empathie au profit de sa relation avec le public allemand comme levier d'action (Amossy et Siess, 2022). Elle montre dans son discours sa compréhension de leur situation, alors que les mesures sanitaires bouleversent leur quotidien, tout en imposant cesdites mesures et en montrant leur importance pour qu'ils y adhèrent. Du même coup, elle se présente aussi comme une commandante en montrant une autorité claire face à cette crise, où elle énonce d'un ton catégorique les mesures à suivre au nom d'un devoir collectif. Devant cette crise sans précédent, les médias se collent aux *èthè* proposés par la chancelière, en lui attribuant une image de commandante, rappelant les injonctions énoncées par Merkel, et amplifiant l'aspect exceptionnel de la crise et de l'allocution. Cette représentation de la chancelière allemande est accompagnée d'une légitimation de son rôle dans la crise, vu son passé professionnel, son expérience comme politicienne et chancelière, et sa réputation de dirigeante rationnelle et raisonnée. Ainsi, les *èthè* de commandante sont les plus contre-stéréotypiques du

corpus, s’inscrivant dans les codes masculins du pouvoir et donc en rupture avec les stéréotypes féminins.

Il est possible d’observer dans nos corpus une régularité de certains résultats, notamment la prédominance de l’*ethos* de cheffe dans toutes les allocutions d’Angela Merkel. En effet, comme mentionné auparavant, l’*ethos* de cheffe peut se décliner en plusieurs figures dérivées : « [...] l’*ethos* de chef, lui, requiert des propriétés qui mettent en avant cette relation de dépendance, comme une image qui est explicitement offerte au citoyen. Il se manifeste à travers diverses figures, de guide, de souverain, de commandeur » (Charaudeau, 2005, p. 118). Par exemple, l’*ethos* de guide est caractérisé par une forte relation d’identification à un groupe de manière à exercer un leadership à la fois symétrique et asymétrique (Charaudeau, 2005). L’*ethos* de commandante est aussi une image découlant de celle de la cheffe, mais de manière beaucoup plus directive et arrimée à une vision tranchante du bien et du mal, de ce qu’il faut accomplir comme peuple et de l’ennemi à combattre (Charaudeau, 2005). Nous avons à cet égard schématisé les *èthè* produits et attribués à Merkel découlant de l’*ethos* de cheffe, afin de bien montrer leur articulation entre eux, et rappeler certaines de leurs différences tirées de l’analyse au regard des stéréotypes de genre.

Figure 5.3. Schéma de l’*ethos* de cheffe et de ses figures dérivées produites et attribuées à Angela Merkel



Nous pouvons voir à la figure 5.3 que l’*ethos* de cheffe de l’Europe, produit lors du conflit russo-ukrainien, est la figure dérivée la plus près de l’*ethos* de cheffe typique, alors que la commandante est davantage directive, et que la guide est plus sensible. Par ailleurs, nous avons remarqué que dans toutes les périodes du corpus, les *èthè* de cheffe apparaissent comme principaux dans la présentation de soi d’Angela Merkel, c’est-à-dire qu’elle se présente d’abord comme une leader, de manière plus ou moins autoritaire, ou avec plus ou moins de sensibilité. Mais dans deux des

périodes étudiées, soit celle du conflit ukrainien et celle de la crise des migrant·e·s, à ses *èthè* de cheffe se combinent des *èthè* montrant une plus grande sensibilité, comme l'*ethos* de gardienne de la mémoire et l'*ethos* empathique. Ces *èthè*, comportent de moins nombreuses occurrences, et apparaissent donc au second plan de sa présentation de soi.

En définitive, dans cette dernière portion de notre analyse, nous avons étudié ces *èthè* au prisme des stéréotypes de genre et les avons catégorisés selon la présence de stéréotypes. Trois catégories ont été relevées : les *èthè* caractérisés d'une directivité marquée et d'attributs contre-stéréotypiques en rupture avec les stéréotypes féminins, où Merkel affirme son autorité par des verbes injonctifs, des actes de langage directifs, des stratégies délocutives imposant une vision de la situation, et parfois la mobilisation d'un champ sémantique guerrier; les *èthè* hybrides, combinant une forme d'autorité et de sensibilité, mais où la directivité d'Angela Merkel est plus horizontale et teintée d'une proximité avec son public ainsi que d'une compréhension de leur situation; et les *èthè* montrant une sensibilité marquée, qui présentent donc un stéréotype de genre lié aux attributs et aux compétences des femmes comme étant sincères, honnêtes, émotives, et peut-être même en perte de contrôle de leurs émotions.

## 5.2. Cheffe d'État d'abord, femme ensuite

Nos résultats ont révélé, tant dans le cadre du conflit ukrainien, de la crise des migrant·e·s que de la pandémie de la COVID-19, qu'Angela Merkel se présente d'abord et avant tout à travers des *ethos* de cheffe. Ces *ethos* se déclinent sous diverses figures d'autorité, telles que celle de guide, ou de commandante. La prédominance de l'image de Merkel comme cheffe s'inscrit ainsi dans une logique de conformité aux normes du leadership politique traditionnellement masculin, façonnées par des codes culturels masculins historiquement perpétués (Trimble, 2014). En effet, la chancelière allemande a mobilisé au cours des trois périodes étudiées des attributs associés à un style de leadership plus masculin, comme une posture ferme devant les inconduites, une imposition de sa vision de la situation comme la vérité, ainsi qu'une mise en scène de son autorité en situation de crise, que ce soit par une posture surplombante face à ses concitoyen·ne·s ou en indiquant clairement, voire en ordonnant, ce qu'il faut faire. Nous avons noté que certains de ces *èthè*, notamment celui de commandante, reflètent encore plus ces attributs masculins, positionnant sa présentation de soi comme une contre-performance de son genre. En revanche, il semble que les

*èthè* de cheffe et de guide, tels qu’endossés par la chancelière allemande, soient davantage le reflet de son rôle de cheffe d’État que de son genre. Dans les deux cas, la mise de l’avant d’une image de cheffe typiquement masculine occulte le genre de la chancelière, et n’offre pas d’ouverture à une présentation de soi réellement transgressive.

De fait, il y a lieu de croire que l’exigence de légitimer son leadership comme femme a constitué une contrainte déterminante dans la construction de ses *èthè*. Comme nous l’avons exposé dans notre cadre théorique, les politicien·ne·s doivent composer avec divers cadres et contraintes pour gouverner. Il y a d’abord les contraintes liées aux stéréotypes et aux représentations sociales qui peuvent être opposées aux imaginaires sociodiscursifs, c’est-à-dire aux univers de pensée qui influencent la perception que nous avons des chef·fe·s d’État, ainsi que les attentes quant à la manière de se présenter, parler ou interagir (Charaudeau, 2023). Et, dans ces schèmes de pensée collectifs, être femme et politicienne apparaît déjà comme une discordance. Ainsi, Angela Merkel a dû, à travers le temps, adapter ses stratégies d’*ethos* avec précaution, afin d’assurer l’efficacité de son image et d’éviter les dissonances entre son rôle de chancelière et son genre (Amossy, 2010).

Il convient de souligner que le corpus sur lequel nous nous sommes penchés débute près de 10 ans après la première année d’Angela Merkel au pouvoir. Les *ethos* que nous avons dévoilés sont donc alors déjà bien établis dans l’espace public allemand, et même dans l’espace public international au moment où ils sont énoncés (Autret, 2013). Ces images, loin d’être spontanées ou épisodiques, s’apparentent à des couches d’une stratification identitaire, stabilisée grâce à une sédimentation à travers le temps. Ainsi, ses premières images publiques de ses débuts en politique pourraient être comparées à des couches superficielles, friables et facilement altérées par les circonstances. À mesure que les années au pouvoir passent, d’autres discours et d’autres représentations médiatiques viennent se superposer à ces premières couches, créant une stratification où certaines représentations se compactent, se combinent à d’autres, jusqu’à former une sorte de masse solide – bien que jamais totalement à l’abri d’un événement politique susceptible de la fissurer. Nous avons donc été témoins dans cette analyse de stratégies d’*ethos* travaillées par Merkel à travers le temps, qui tiennent compte des interactions avec ses concitoyen·ne·s et ses collègues, et du dialogue avec les médias qui réinterprètent ses images publiques presque quotidiennement (Turbide, 2017). Notre analyse nous a donc sans doute permis de révéler beaucoup moins de dissonances entre ses images publiques que lors de ses premières apparitions publiques.

Un autre cadre structurant avec lequel Merkel devait composer afin d'assurer sa crédibilité est celui de l'activité de communication. En effet, le type d'activité de communication dans lequel l'*ethos* prend forme joue un rôle structurant : il en délimite les contours et en influence les modalités. L'énonciateur·ice doit alors maîtriser les codes associés au rôle socialement typé qu'iel incarne dans ce contexte, afin de garantir la légitimité de sa parole (Amossy, 2010). Tel que nous l'avons évoqué précédemment, le rôle socialement typé que Merkel occupe est un rôle traditionnellement masculin. En tant que première femme chancelière d'Allemagne, Angela Merkel devait donc s'imposer dans un espace politique, voire défricher un terrain hautement teinté d'exigences patriarcales et de codes discursifs visant expressément à exclure les femmes, les classes populaires et les personnes racisées de cet espace androcentré (Fraser, 1990). Elle devait non seulement identifier quelles contraintes étaient trop enracinées pour être transformées, mais aussi repérer et saisir les opportunités pour négocier les normes établies, les reconfigurer, et potentiellement les éclater en esquissant un modèle de leadership féminin ou transgressif.

Si l'*ethos* est le produit d'une stratégie par laquelle l'énonciateur·ice se façonne une identité liée à sa prise de parole, et ce, en fonction des contraintes présentes (Maingueneau, 2002), alors nous pouvons formuler l'hypothèse que, dans le cas qui nous concerne, les contraintes patriarcales associées au rôle de chancelière furent trop profondément enracinées dans les représentations collectives pour être véritablement dépassées. L'hégémonie masculine en politique ferait donc en sorte que la façon masculine d'incarner le rôle de politicien·ne devient la norme implicite, et la performance attendue. Ainsi, dans une situation de crise, les attentes liées au rôle de genre des femmes ne primeraient pas, en particulier dans le cadre des fonctions de cheffe d'État, c'est-à-dire que bien que les contraintes liées au rôle de genre ne disparaissent pas, elles sont reléguées au second plan. La chancelière allemande devait donc s'inscrire dans une performance masculine d'abord, et répondre aux attentes liées à son genre ensuite. Dès lors, se montrer compétente et légitime dans ce rôle semble, dans le cas d'Angela Merkel, avoir nécessité un effacement stratégique de son genre, conséquence directe des exigences patriarcales inhérentes à la fonction. Nous pourrions même poser l'hypothèse que répondre aux codes discursifs patriarcaux a contribué à son règne politique de longue durée, en évitant de lutter pour une représentation féminine de son leadership et en contournant du même coup polémiques ou divisions par rapport à son image publique.

Mais en 16 ans au pouvoir, y aurait-il eu des opportunités pour Angela Merkel de transgresser certains de ces stéréotypes qui discréditent les femmes occupant des postes de haute responsabilité? En tant que l'une des rares femmes à avoir dirigé un État aussi longtemps, tout en exerçant une influence significative sur la scène politique internationale contemporaine, aurait-elle pu, avec le temps, façonner un modèle de leadership plus féminin ou transgressif, et remettre en question les normes établies du pouvoir politique? Nous élaborerons sur ces ouvertures que Merkel aurait empruntées dans la prochaine section de ce chapitre. Mais, ce questionnement laisse tout de même planer un constat : en performant son rôle de cheffe d'État principalement sous le prisme de l'exigence patriarcale du poste, Merkel a reproduit des normes implicites à sa fonction, et a donc imprimé davantage dans l'imaginaire collectif l'idée que ce rôle doit passer par des attributs masculins d'abord. En effet, les représentations du genre féminin se déposent dans les normes et dans les imaginaires à force de répétitions et de performances plus ou moins collées à la représentation que nous nous faisons des femmes dans un certain contexte (Butler, 2005). Ainsi, en contre-performant son genre, Angela Merkel suggère que le genre féminin n'est pas admis dans cette fonction, et qu'il doit être occulté au profit de la norme patriarcale. Et en reproduisant cette matrice de normes patriarcales, la chancelière allemande a perpétué une vision binaire et hégémonique du genre, où les femmes doivent se cacher derrière une performance, un masque (Goffman, 1973) masculin pour gouverner.

Effectivement, Angela Merkel ne revendique pas un modèle de leadership féminin. Mais est-ce que sa simple présence, ainsi que sa visibilité à long terme dans l'espace public, représentent une avancée en soi? Selon Adut (2012), puisque l'espace public est un lieu de signes gouverné par les apparences, la publicité (dans son sens habermassien) de la simple présence d'une femme dans un poste de pouvoir aussi central à la société allemande et aussi médiatisée a le pouvoir de normaliser la place des femmes en politique : « *High visibility can normalize if the public space where it happens is a central one—due to high publicity or symbolic prestige. Increased visibility can also signify enhanced power for authorities or social actors with political aspirations* » (Adut, 2012, p. 252). Néanmoins, il semble que ce symbolisme de la présence des femmes en politique peut être vu sur un spectre, allant d'un symbolisme fort, incarné par un leadership féminin ou transgressif, à un symbolisme faible, où les représentations de la masculinité hégémonique affectent la perception du public sur les attributs masculins nécessaires à l'obtention d'un poste de pouvoir (Fernandes,

2012). De la sorte, bien que la chancelière allemande n'ait pas fait éclater les normes de genre, sa présence légitimée par les médias dans l'espace public, et ce, sur une longue période, a pu représenter un modèle pour d'autres femmes qui aspirent à occuper des postes de pouvoir. Bref, a-t-elle adopté l'étiquette féministe et revendiqué un modèle de leadership féminin? Non (Mushaben, 2017b). A-t-elle perpétué des normes patriarcales imposées par les contraintes inhérentes à sa fonction? Oui. Mais a-t-elle participé à rendre légitime l'accès à des femmes aux plus hauts postes de pouvoir? Oui. Ainsi, elle a tout de même offert à d'autres femmes l'opportunité de se voir en elle, puisque comme l'activiste Marian Wright Edelman<sup>82</sup> l'évoque : « *You can't be what you can't see* »<sup>83</sup>.

### 5.3. Crises et leadership féminin : un terrain de négociation des normes genrées

Entre les schémas de pensée collectifs, comme les stéréotypes, et les stratégies personnelles pour gouverner, nous constatons que les structures idéologiques patriarcales nuisent à la liberté relative des politiciennes comme Angela Merkel de s'affranchir de ces contraintes, notamment dans le cadre du discours politique typé (Martel, 2008). Cela se reflète par la primauté des *èthè* de cheffe dans toutes les situations de crise que nous avons analysées, tel que nous l'avons établi à la section précédente, et qui relèguent au second plan des *èthè* féminins ou brouillant les distinctions entre le féminin et le masculin. Les situations de crise aussi auraient tendance à accentuer la primauté du leadership masculin, où un·e chef·fe fort·e doit montrer la voie à suivre avec « hauteur », et sembler en contrôle de la situation (Giasson et Prince, 2019, p. 65). Toutefois, il semble que certaines situations de crise, comme la crise des migrant·e·s, peuvent aussi offrir un terrain fertile à des politiciennes pour s'écarter des normes établies ou les reconfigurer (Amossy, 2010). À cet égard, nous avons souligné qu'il semble qu'une transgression complète des normes liées à la fonction de chancelière, tout comme celles liées au genre, ne semble pas encore bénéficier des conditions sociales propices à sa pleine réalisation. Mais les crises sociales, les guerres, et même les crises sanitaires semblent offrir une ouverture à repenser le rôle d'un·e chef·fe d'État de manière plus

---

<sup>82</sup> Marian Wright Edelman est une avocate et activiste américaine qui a lutté pour les enfants en situation de pauvreté toute sa vie. Elle fut la première femme noire admise au barreau du Mississippi dans les années 1960 :

<https://www.childrensdefense.org/about-us/our-history/>

<sup>83</sup> Tel que vu sur le site : <https://unitar.org/about/news-stories/stories/you-cant-be-what-you-cant-see>



féminine, afin qu'avec le temps, ces traits plus typiquement féminins se normalisent dans le cadre d'un poste de pouvoir.

Ainsi, bien qu'Angela Merkel semble s'être d'abord présentée à travers des *èthè* de cheffe, en s'inscrivant dans les codes et les normes du leadership patriarcal, il semble néanmoins que certains de ses *èthè* reconfigurent subtilement certains codes inhérents à la fonction de chancelière. En effet, certains *èthè* introduisent une plus grande sensibilité, une proximité, voire une plus grande empathie qui contraste avec les modèles masculins traditionnels en politique, et contribuent à nuancer les représentations dominantes du pouvoir. En fait, tel que nous l'avons vu à la figure 4.2, l'*ethos* de guide tel que présenté lors de la crise des migrant·e·s est bel et bien un dérivé de l'*ethos* de cheffe, mais s'arrime aussi à l'*ethos* empathique dans cette même allocution. Dans ce discours, Angela Merkel ne fait pas que rallier son public derrière la représentation des bon·ne·s citoyen·ne·s, elle les met en relation avec le tiers réfugié en mettant en scène les émotions causées par cette situation extrême, comme si son public allemand pouvait les vivre, en les forçant à se mettre à la place des réfugié·e·s à travers ses paroles. Cette démonstration d'empathie envers les réfugié·e·s est, dans cette allocution, le moteur qui justifie et motive ses actions – l'ancrage des valeurs incontestables qu'elle défend à travers son *ethos* de guide. Néanmoins, comme nous l'avons évoqué dans cette analyse, l'empathie de Merkel se présente comme pragmatique (Bonnafous, 2003), laissant ré-émerger l'exigence de montrer un leadership ferme et droit. Ainsi, l'*ethos* empathique ne prime pas dans ce discours où l'*ethos* de guide lui est prédominant, tant quantitativement que qualitativement, montrant une retenue générale de sa sensibilité.

L'analyse de ces *èthè* tendent à nous faire croire qu'Angela Merkel a su s'adapter de manière stratégique, en capitalisant tant sur les forces stéréotypées masculines que féminines. En ce sens, elle semble avoir mobilisé certains traits traditionnellement féminins de manière complémentaire à ceux attendus dans le poste de chancelière, afin de répondre auxdites attentes contradictoires, c'est-à-dire à la double contrainte qui pèse sur les femmes en position de pouvoir (Bourdieu, 1998). La littérature souligne en effet que les politiciennes tendent à ajuster leurs comportements et leurs discours grâce à un agencement de traits typiquement féminins, comme la sensibilité et l'écoute, à des traits plus masculins, comme l'autorité et la rationalité, afin de compenser leurs « faiblesses stéréotypées » (Schnoebelen et Winfrey, 2019, p. 123). Cet agencement discursif pourrait justement s'apparenter au modèle pragmatique et empathique proposé par Bonnafous (2003),

capable de conjuguer l'efficacité politique grâce à un discours nuancé et concret, et une sensibilité rationnelle qui renforce une proximité avec le public (Bonnafous, 2003). Connue sous le terme « *gender adaptiveness* » (Schnoebelen et Winfrey, 2019), ce phénomène peut être interprété comme le reflet d'une négociation constante, causée par la scrutation exacerbée des politiciennes dans les médias (Schnoebelen et Winfrey, 2019), entre un rôle politique androcentré et une identité de genre féminine. Il ne s'agit pas simplement d'une juxtaposition de traits, mais bien d'une stratégie dynamique d'ajustement, qui permet aux femmes leaders de composer avec les normes dominantes tout en y imprimant, parfois subtilement, leur propre marque, par exemple en refusant d'adhérer au manichéisme ou à des joutes oratoires plus agressives.

Cela est non sans nous faire penser à l'étude de Windsor et ses collaborateur·ice·s (2020), selon laquelle le succès perçu — notamment par les médias — des cheffes d'État dans la gestion de la pandémie de la COVID-19 fut provoqué par la mobilisation chez ces dernières de traits stéréotypés associés aux femmes dans un contexte qui y est propice. Dans les faits, des traits comme la sollicitude, la proximité présumée des femmes avec les enjeux de santé en raison de leur lien historique avec les métiers du *care*, leurs priorités orientées vers la prévention, et leur style de leadership décrit comme fondé sur la résilience, auraient renforcé leur légitimité dans la gestion de la pandémie en comparaison à leurs homologues masculins (Windsor *et al.*, 2020). Cela aurait constitué pour les politiciennes une occasion inédite de composer avec le problème de la double contrainte de leur image publique, en exprimant de la compassion envers la population tout en mettant en œuvre des mesures strictes et sans précédent (Bourdieu, 1998). Cela s'explique grâce à la théorie de la congruité avec le rôle de genre (« *role congruity theory* »), selon laquelle l'alignement perçu entre le genre, le type de dossier touché par la crise, et le style de communication demandé dans la situation offrent une conjoncture favorable pour les politiciennes de miser sur un leadership plus féminin (Davidson-Schmich *et al.*, 2023; O'Brien et Piscopo, 2023). Bref, dans le cas de la pandémie de la COVID-19, la littérature nous montre que l'opportunité s'offrait à plusieurs cheffes d'État pour reconfigurer leurs images publiques afin de faire émerger une manière plus féminine ou transgressive de gouverner.

De cette façon, l'agencement stratégique de traits stéréotypés comme féminins ou masculins est à la fois le reflet de contraintes patriarcales et une opportunité à saisir, notamment dans une situation propice comme celle de crises sociales, afin de reconfigurer les normes de genre. Conséquemment,

pourrions-nous affirmer qu'Angela Merkel a négocié stratégiquement ses *èthè* de manière à miser sur les forces stéréotypées de certains codes féminins ou masculins, selon la situation? À notre avis, oui, mais à différents degrés. Malgré une présence plus marquée d'une stratégie d'agencement de stéréotypes lors de la crise des migrant·e·s, dans les trois crises que nous avons analysées, nous avançons que la chancelière allemande semble avoir activé les bons stéréotypes au bon moment, selon la situation. En effet, il semble que cet agencement d'attributs dits féminins est davantage présent lors de la crise des migrant·e·s que lors des autres crises analysées, où Merkel semble se coller à la situation d'une crise à échelle humaine. Tel que nous l'avons évoqué, l'*ethos* de guide et l'*ethos* empathique se rapprochent du modèle pragmatique et empathique de Bonnafeux, grâce à un lexique lié à la compassion, une expression discursive peu métaphorique, et un dialogue plus ou moins fictif qui contribue à rendre les situations évoquées plus concrètes (2003, p. 135-137). L'agencement de ces deux *èthè*, sans arriver à transgresser les normes de genre, permet néanmoins de les réorganiser subtilement, en orchestrant la sensibilité au profit de la fonction, qui elle est plus directive. Par ailleurs, un autre exemple d'un agencement stratégique de la présentation de soi de Merkel réside dans sa manière d'arrimer le conflit ukrainien au registre d'une crise sécuritaire. En ce sens, mobiliser un *ethos* davantage masculin a semblé adapté dans la situation, afin de se coller à des traits comme la fermeté et projeter une image forte qui lui donne la légitimité nécessaire pour jouer au bras de fer avec le président russe. Mais dans ce même discours, nous retrouvons un *ethos* de bonne élève et un *ethos* de gardienne de la mémoire qui, chacun à leur manière, mobilisent des éléments de la sensibilité de la chancelière de manière à susciter une proximité avec le public allemand, et leur adhésion aux sanctions mises en place contre la Russie. Cette sensibilité s'articule, en guise de rappel, autour de références à la guerre, en dénonçant les horreurs comme celles vécues par le peuple allemand. Elle permet à Merkel de s'opposer aux actions de la Russie, sans entrer dans un vocabulaire agressif, tout en créant une connivence avec le public allemand grâce à un appel à leur sensibilité, en évoquant sobrement et humblement des maux du passé allemand.

Ainsi, en activant une forme de sensibilité à travers un *ethos* généralement ferme, Angela Merkel a fait un usage stratégique de ses attributs dits féminins, afin de se rapprocher de son public, et ultimement, avec l'objectif perlocutoire que ceux-ci adhèrent davantage à son message. En ce sens, nous pouvons penser qu'elle s'est conformée aux attentes associées à la situation de crise, où un *ethos* de cheffe, sans aucune empathie ni bienveillance, aurait été contre-performant. D'ailleurs,

cet agencement stratégique d'attributs dits féminins et masculins est également présent au cours de la pandémie de la COVID-19. De ce fait, l'*ethos* de guide tel qu'incarné par la chancelière allemande, bien qu'il soit issu de la figure générale de la cheffe, mise sur des éléments typiquement féminins afin de favoriser l'adhésion du public allemand aux mesures sanitaires sévères et légitimer des actes de langage directifs. Cela se construit à travers une mise en scène des Allemand·e·s sous toutes leurs coutures, et en représentant des éléments de leur vie quotidienne auxquels iels peuvent tous·tes se reconnaître, favorisant une mise en scène de sa compréhension de leur situation, et donc de sa sensibilité devant l'état des choses.

Par conséquent, si Angela Merkel peut miser sur des stratégies d'*ethos* différentes selon la situation, pourrions-nous parler ici d'une forme d'agentivité discursive, manœuvrée non pas en transgressant les normes de genre, mais ayant tout de même comme effet de réorganiser certaines représentations traditionnelles du pouvoir? Nous croyons effectivement que oui; que malgré les contraintes patriarcales en place, la chancelière allemande aurait exercé une forme d'agentivité dans ses discours afin de mettre un peu plus de l'avant des attributs dits féminins. Effectivement, soutenue par l'idée que les structures sociales, y compris discursives, sont coconstruites, évolutives et continuellement réactualisées, la parole apparaît comme une forme de pouvoir d'influence subtile que les femmes peuvent investir (Gardiner, 1995). Ce pouvoir peut servir tant à reproduire les normes patriarcales qu'à les subvertir, en contribuant à transformer les structures existantes. Cette possibilité d'influence sur sa propre représentation passe par un ensemble de choix discursifs, comme des modifications ou des réfutations, qui sont énoncées en tenant compte de la subjectivité des autres (Davies, 1991). Ainsi, voir émerger des *èthè* montrant une plus grande sensibilité que ce qui est normalement admis dans le cadre d'un rôle comme celui de chancelière peut nous amener à croire que dans certains cas, Angela Merkel a, plus ou moins consciemment, fait preuve d'agentivité dans sa présentation d'elle-même. Bien que nous ne connaissons pas les motifs derrière ses choix, son agentivité aurait pu être exercée afin de faire preuve d'une plus grande authenticité, d'avoir un avantage stratégique par rapport à ses adversaires politiques, ou encore afin de mieux rallier son public. D'ailleurs, les stratégies d'*ethos* qu'elle a employé ne correspondaient pas toujours aux stratégies de ses homologues européens au cours d'une même crise. Par exemple, l'Italie, qui a elle-même accueilli énormément de réfugié·e·s à leur entrée en Europe, a adopté une stratégie militaro-humanitaire en misant sur la sécurité de ces dernier·ère·s, mais surtout de sa

population (Campani, 2019). En opposition beaucoup plus claire à la présentation de soi d'Angela Merkel, Viktor Orbán, premier ministre de la Hongrie à l'époque, a été reconnu dans cette crise pour sa rhétorique populiste et son acharnement public à l'endroit des réfugié·e·s, les dépeignant comme un risque de sécurité, voire un risque terroriste pour les Hongrois·e·s (Campani, 2019, p. 34). On peut donc considérer que de mettre en scène le tiers réfugié avec empathie et sensibilité a constitué un choix stratégique conscient de la chancelière, notamment par le rapprochement de leur vécu à l'expérience sensible des Allemand·e·s, afin peut-être de stimuler l'empathie nécessaire chez eux pour susciter leur adhésion. Toujours en ligne avec le saisissement de son pouvoir d'action, ce choix discursif pourrait presque être considéré comme une mission personnelle, puisqu'il semble que l'adhésion à un accueil aussi massif de réfugié·e·s en Allemagne se serait effritée avec le temps, et que cette « culture de l'accueil » (*Willkommenskultur*) doublée de l'entêtement<sup>84</sup> de Merkel ait fait controverse (Amossy et Siess, 2021).

En somme, les crises apparaissent comme des moments charnières où les représentations genrées du pouvoir peuvent être subtilement reconfigurées. Si Angela Merkel s'est inscrite, au cours des trois crises analysées, dans les codes du leadership masculin traditionnel, certaines de ses prises de parole en situation de crise, particulièrement lors de la crise des migrant·e·s, révèlent une agentivité discursive qui conjugue autorité et empathie, de manière à configurer stratégiquement le bon stéréotype dans la bonne situation. Sans se détacher de la dominance du binarisme des genres, ces *èthè* hybrides ou ces agencements d'*èthè* combinant des attributs féminins et masculins ouvrent la voie à des figures politiques féminines plus nuancées, capables de redéfinir les normes du pouvoir sans nécessairement les renverser.

#### 5.4. Entre institutionnalisation et stéréotypisation des représentations médiatiques

Si Angela Merkel arrive ponctuellement et subtilement à reconfigurer des normes genrées du pouvoir, l'influence du discours sur les normes de genre ne se limite pas au discours politique. Nos résultats ont révélé en ce sens que les images attribuées à Angela Merkel par les médias, façonnées à partir de sa propre présentation de soi, se sont parfois collées à la proposition de la chancelière,

---

<sup>84</sup> Selon le média Le Point, Merkel aurait vu ses appuis en Europe s'effriter, alors que l'accueil massif de réfugié·e·s n'était plus tenable selon certains : [https://www.lepoint.fr/monde/migrants-angela-merkel-plaide-pour-une-action-commune-des-europeens-17-02-2016-2019055\\_24.php](https://www.lepoint.fr/monde/migrants-angela-merkel-plaide-pour-une-action-commune-des-europeens-17-02-2016-2019055_24.php)

mais ont aussi parfois amplifié des stéréotypes mis de l'avant par cette dernière. Cette amplification de certains stéréotypes, comme présenté à la section 4.4, appelle à une réflexion approfondie de la pratique journalistique compte tenu la posture hégémonique qu'occupent les médias dans l'espace public. En effet, le discours médiatique a une influence marquée dans l'espace public vu sa circulation importante et rejoignant quotidiennement bien des citoyen·ne·s (Talbot, 2007). Mais surtout, son influence réside dans sa puissance symbolique, c'est-à-dire dans sa capacité à nommer, qualifier, narrer, modaliser, raconter et expliquer les actualités (Charaudeau, 2011). En choisissant certains extraits des discours politiques, les médias fragmentent le discours politique en resignifiant différemment l'allocation initiale, c'est-à-dire en donnant à voir une nouvelle allocation telle que resignifiée dans le discours médiatique (Turbide, 2018). Ainsi, le discours politique se rend souvent aux oreilles de son public par le biais du discours médiatique (Trimble *et al.*, 2010). On comprend donc l'importance portée aux *èthè* attribués à la chancelière allemande, puisque le discours médiatique a le pouvoir de jouer avec la représentation que l'on se fait d'une allocation, ou même de son énonciatrice. Ces *èthè* attribués à la politicienne produisent des effets de réputation avec lesquels cette dernière doit composer dès sa prochaine intervention publique (Amossy, 2010; Turbide, 2018). Plus encore, ce discours médiatique se colle à l'idéologie dominante qui, telle que nous l'avons vu, propose un miroir de l'androcentrisme de notre société et perpétue trop souvent une évaluation différenciée des politiciennes en masquant les rapports de domination (Ouellet, 2016; Cummings et Lennox Terrion, 2021). Ce phénomène est expliqué par le concept de médiatisation genrée, où la construction du discours sur les femmes reflète, conforte et reproduit des préconceptions basées sur le genre, à travers un renvoi à leur corps, à leur rôle de genre comme épouses, mères ou filles, et au rappel de leur anomalie dans l'espace public, vu leur exclusion historique de celui-ci. En effet, la couverture médiatique influencée par des représentations stéréotypées du genre tend à privilégier des récits aux codes masculins, ayant pour effet de déformer la représentation des femmes en politique dans un monde n'étant apparemment pas construit pour elles (Lazar, 2007; Trimble, 2014). Par exemple, l'utilisation de vocabulaire tiré de la norme masculine, comme les métaphores sportives et guerrières dans la couverture médiatique de la politique, tend à renforcer l'androcentrisme de la sphère publique en continuant de montrer les femmes comme des anomalies en politique (Howe, 1988; Burke et Mazzarella, 2008). Ces registres renforcent des *èthè* ancrés dans la norme masculine, où la force, la fermeté et l'autorité sont valorisées, et où les *èthè* dits féminins sont souvent discrédités dans la couverture médiatique,

ou encore valorisés uniquement dans le contexte de dossiers liés au *care* (Fridkin et Kittilson, 2008). Ainsi, une vision binaire du genre continue à être perpétuée par les médias, où les femmes ne peuvent échapper à une association à leur rôle de genre ou aux stéréotypes qui leur sont attribués (Butler, 2005).

Toutefois, il semble y avoir des avenues de représentation plus justes des politiciennes, notamment en situation de crise. Dans différentes situations de crise, comme les crises sociales, environnementales et sanitaires, les politiciennes auraient devant elles une opportunité pour faire valoir leur leadership, leurs compétences, et même potentiellement pour transgresser certains stéréotypes de genre (Davidson-Schmich *et al.*, 2023). Cela s'explique par la tendance des médias à se coller aux propos et aux *èthè* proposés par les cheff·e·s d'État, en relayant plus fidèlement leurs images. Carignan et Lacroix (2020) expliquent à cet effet que bien que le « rôle de chiens de garde de la démocratie et d'informateurs en chef [est] renouvelé et [prend] une importance névralgique » (p. 272) dans le cadre d'une crise comme celle de la pandémie de la COVID-19, les journalistes se retrouvent déchiré·e·s entre l'importance de relayer les messages des autorités et d'informer le public d'enjeux et de dérives possibles dans la gestion de cette crise. Cela viendrait expliquer pourquoi les médias semblent surtout s'être collés aux *èthè* principaux proposés par Merkel, c'est-à-dire à ses *èthè* de cheffe et leurs dérivés. Alors que les informations dans les périodes étudiées provenaient principalement du gouvernement, et ce particulièrement lors de la pandémie de la COVID-19, les *èthè* attribués à Merkel dans les médias ne sont pas antinomiques à ce qu'elle a proposé. Ainsi, les *èthè* de Merkel sont peu contestés par les médias, ayant comme effet de reconnaître son leadership dans la situation. Ce constat nous rappelle la recherche de Johnson-Myers (2021), où Portia Simpson-Miller, première ministre de la Jamaïque, était d'abord représentée par les médias sous la lunette de son rôle gouvernemental, signe de l'évolution de l'institutionnalisation des politiciennes dans l'espace public. Dès lors, pourrions-nous affirmer que la présentation de soi d'Angela Merkel fut institutionnalisée à travers sa couverture médiatique au fil du temps? Oui, puisque sa présentation de soi dite masculine fut associée au début de sa vie politique à la figure de la « dame de fer »<sup>85</sup>, mais cette représentation médiatique péjorative s'est visiblement estompée avec le temps (Holtz-Bacha, 2014). Les médias se seraient ainsi acclimatés

---

<sup>85</sup> Tel que vu dans notre problématique, Angela Merkel a subi des rapprochements à la figure de la « dame de fer » attribuée originalement à Margaret Thatcher, première ministre du Royaume-Uni (Van Zoonen, 2006).

à sa présence dans l'espace public comme femme de pouvoir, donnant lieu à des *èthè* de cheffe peu négociés, voire légitimés par les médias. Nous pourrions donc formuler l'hypothèse que, lors d'une situation de communication favorable, la chancelière allemande, en se conformant par sa présentation de soi aux exigences patriarcales du poste, n'a pas remis en cause le modèle de leadership attendu en temps de crise, ne laissant ainsi aucune ouverture aux médias pour la discréditer.

Néanmoins, nos résultats ont montré que lorsque des attributs dits féminins étaient présentés par Angela Merkel dans son allocution, les médias ont eu tendance à amplifier ces attributs en stéréotypes dans leur couverture médiatique. L'exemple le plus probant de cette amplification, voire dans ce cas, de cette exagération, est le passage d'un *ethos* empathique tel que présenté par Merkel, à un *ethos* de supplication lui ayant été attribué par les médias dans le cadre de la crise des migrant·e·s. Ici, les médias ont clairement attaché une connotation péjorative, au détriment du versant mélioratif de la sensibilité montrée dans l'allocution de Merkel, en représentant cette sensibilité directement en opposition à son rôle de chancelière. En effet, dans un poste aussi typé masculin, il semble que montrer de la compassion pour autrui fut dépeint par les médias comme une perte de contrôle, un rappel de l'anomalie que représente le simple fait d'être une femme, et qui plus est au pouvoir, dans l'espace public. Cette mise en scène de l'anomalie que présentent les femmes dans l'espace politique et médiatique est d'autant plus visible lorsqu'on compare leurs expériences à celles des hommes, considérant que les politiciens ne semblent pas être soumis aux mêmes contraintes. Effectivement, leurs émotions sont perçues plus positivement que celles des femmes, comme un signe de leur authenticité, de leur vertu et de leur franchise (Zengin, 2024). À l'inverse, les émotions des femmes sont perçues comme exagérées, incontrôlées et amplifient le stéréotype de leur irrationalité (Shepard, 2009). Ainsi, il semble que lorsque des images plus féminines sont proposées par des politiciennes, les médias tendent à dramatiser la mise en scène initiale de l'émotion, de manière à essentialiser leur image : une femme ne peut donc pas performer son genre selon ses attributs dits féminins sans être réduite à son genre. Cela discrédite forcément la prise de parole des politiciennes, ou les contraint à adopter le modèle masculin dominant, tel que nous l'avons d'ailleurs vu dans les *èthè* de cheffe dominant le corpus des allocutions d'Angela Merkel<sup>86</sup>. Ce constat soulève des enjeux importants pour la représentation des femmes en politique.

---

<sup>86</sup> Voir aussi section 5.2. de la discussion.



Si nous généralisons ce constat, il semblerait que la représentation des femmes dans l'espace public serait minée par l'idéologie patriarcale dans les médias, qui représenterait un second plafond de verre à percer après avoir été élue : celui d'une représentation juste et fidèle à ce qu'elles incarnent.

## CONCLUSION

Alors que le plafond de verre en politique est fissuré par des femmes partout dans le monde, tant à l'échelle locale qu'internationale, quels obstacles continuent de nuire à la représentation des femmes en politique? Et surtout, quelle marge de manœuvre ont-elles réellement afin de transformer, ou, du moins, de négocier les stéréotypes de genre qui leur sont attribués? Ce sont les questions qui ont motivé, dès ses premiers balbutiements, cette recherche. Ainsi, ce mémoire avait comme objectif de comprendre les défis autour de l'affirmation libre du genre que vivent les politiciennes dans l'espace public, où les représentations sociales sont produites, reproduites et contestées. À ces fins, nous avons identifié quatre contraintes véhiculées par les médias et vécues par les politiciennes dans la construction de leurs images publiques :

1. Leur faible visibilité médiatique, qui semble de moins en moins représenter un enjeu contemporain ;
2. Le renvoi à leur rôle de genre traditionnel comme femmes ;
3. Le renvoi à leur corps, que ce soit à travers leur physique que leur habillement ;
4. Le problème de la double-contrainte, deux injonctions opposées, soit de respecter leur rôle social de femme, tout en devant composer avec les codes masculins en vigueur dans l'espace public.

Au regard de ce contexte politico-médiatique, nous avons étudié la présentation de soi ainsi que la construction médiatique des images publiques d'Angela Merkel. Vu la place marquante et prolongée de la chancelière allemande sur la scène internationale, notamment lors d'événements internationaux d'envergure, nous nous sommes plus spécifiquement intéressés à ses images publiques en temps de crise.

En mobilisant une posture socioconstructiviste et féministe, selon laquelle le langage est un lieu de lutte entre représentations sociales divergentes (Butler, 2005; Lazar, 2007), l'analyse a permis de mettre en lumière les tensions qui existent entre les normes patriarcales masculines de l'espace public et les attentes stéréotypées envers les femmes. Dans des situations de crise donnant lieu à une plus grande visibilité du leadership des chef·fe·s d'État, mais menant aussi éventuellement à

une plus grande marge de manœuvre dans la construction de leurs images publiques selon le type de crise, nous avons exploré les stratégies discursives de la chancelière allemande et la manière dont ses *èthè* furent (ré)interprétés par les médias. Ultimement, notre analyse a permis de répondre à notre question générale de recherche : comment les *èthè* d'Angela Merkel se construisent au regard des attentes et des stéréotypes de genre à son endroit, et ce, en situation de crise internationale ou régionale?

En ayant recours aux outils que nous offre l'analyse féministe et critique de discours (Lazar, 2007; Turbide et Duval, 2022), nous avons analysé un corpus d'allocutions d'Angela Merkel, ainsi qu'un corpus médiatique traitant de ladite allocution, lors de trois crises internationales ou régionales marquantes : le conflit ukrainien, la crise des migrant·e·s et la pandémie de la COVID-19. Ce corpus nous a permis d'observer la coconstruction des images publiques de Merkel, les potentielles négociations de ces images ou encore les transgressions. Nos résultats ont révélé des *èthè* en tension, oscillant entre autorité et empathie, entre rationalité et sensibilité. L'analyse met en évidence une prédominance d'*èthè* de cheffe orientés par les normes masculines du poste, tant proposés par la chancelière allemande qu'attribués par les médias. D'autres *èthè* présentant des attributs dits féminins, comme l'*ethos* empathique et son pendant médiatique davantage stéréotypé, ont semblé subir une plus grande négociation entre les deux corpus, une négociation entre performance de genre et normes masculines du champ politique. Ainsi, si certaines représentations médiatiques tendent à reconduire des stéréotypes féminins traditionnels liés à l'émotivité, attitude incompatible à leur poste de pouvoir, d'autres s'inscrivent dans une logique de neutralisation du genre, où des contre-stéréotypes sont mobilisés pour s'adapter, voire adhérer aux exigences patriarcales inhérentes à la fonction de chancelière. L'analyse met en évidence que, loin de se réduire à une simple reproduction des normes masculines, Merkel a tenté de se fondre dans le *Boys Club* politique et médiatique (Delvaux, 2019) en proposant des images publiques stratégiquement adaptées aux contraintes patriarcales. En injectant une part de sa sensibilité, mais aussi de sa rationalité scientifique dans sa présentation de soi, Merkel aurait favorisé une présentation de soi hybride, ne subvertissant cependant pas les normes de genre en place.

Néanmoins, comment évaluer l'impact de ses images publiques sur la représentation des femmes dans l'espace public? Il apparaît clairement qu'Angela Merkel a laissé sa trace durablement, non seulement en tant que femme occupant l'un des plus hauts postes de pouvoir pendant près de 16

ans comme femme, mais aussi en incarnant un modèle féminin d'excellence en temps de crise (Windsor *et al.*, 2020; Davidson-Schmich *et al.*, 2023). Largement reconnue comme « *crisis manager* »<sup>87</sup> exemplaire, Merkel s'est distinguée pour sa gestion de crise efficace et empreinte de sensibilité. Son pragmatisme et son empathie (Bonnafous, 2003) ont été valorisés comme modèle où des attributs féminins peuvent être mis au profit du succès du discours de crise (Diamantaki et Mourka, 2023). En ce sens, elle a contribué à redéfinir les contours du leadership politique, en démontrant que les qualités traditionnellement perçues comme féminines peuvent non seulement coexister avec le leadership, mais parfois en renforcer l'efficacité. Comme quoi les femmes peuvent non seulement occuper l'espace public, mais aussi, en sillonnant les contraintes patriarcales, y imposer graduellement une nouvelle grammaire du pouvoir, où la gestion des crises devient une opportunité pour affirmer une présence féminine légitime, compétente et influente.

Soulignons en conclusion quelques limites de cette recherche. En premier lieu, nous avons comme objectif de comprendre ce qui obstrue l'affirmation libre du genre, c'est-à-dire l'agentivité relative d'Angela Merkel sur ses propres images. Bien que le concept d'agentivité discursive fut mobilisé, il aurait été d'autant plus intéressant d'interviewer Angela Merkel ou son personnel politique, avec une posture ethnométhodologique, afin d'avoir accès à l'arrière-scène de comment, dans la pratique, les stéréotypes de genre furent négociés, produits ou reproduits. Est-ce que ces adaptations furent réfléchies, ou plutôt le fruit de microadaptations graduelles aux contraintes en place? Aurions-nous découvert de nouvelles contraintes à l'expression libre des femmes dans l'espace public, comme les luttes de pouvoir gouvernementales internes? Ce genre d'entrevue n'était toutefois pas possible dans le cadre de cette recherche à cause de la barrière de la langue, des ressources, mais surtout à cause de la disponibilité limitée de ces personnes.

En deuxième lieu, notons que notre corpus est relativement restreint, vu nos contraintes de temps et de ressources. Nous avons fait le choix d'un corpus plus petit afin d'y appliquer une méthodologie rigoureuse, qui demandait de s'attarder à chaque indice énonciatif, sémantique, rhétorique et pragmatique que le discours propose, et d'en faire l'analyse en contexte. Plusieurs autres avenues auraient été fort pertinentes, comme une analyse comparative avec une autre cheffe d'État d'envergure, par exemple Jacinda Ardern de la Nouvelle-Zélande, pour voir comment des

---

<sup>87</sup> Tel qu'énoncé notamment par Chazan : <https://www.ft.com/content/46988700-700b-11ea-9bca-bf503995cd6f>

*èthè* féminins peuvent s'incarner. Ou encore, une analyse comparative entre la couverture médiatique nationale et internationale pour une même allocution de la chancelière aurait pu montrer des stratégies discursives différentes, malgré que cette deuxième option n'ait pas été possible vu notre barrière de langue. Bref, l'avenue choisie, bien que fort pertinente, propose des résultats qui mériteraient d'être confirmés par d'autres recherches sur la négociation des stéréotypes de genre par des femmes au pouvoir. De plus, soulevons à nouveau que les recherches combinant des corpus de discours politiques et médiatiques sont rares, ce qui confirme la pertinence de notre recherche.

En troisième lieu, s'en tenir aux situations de crise a pu avoir un impact sur l'analyse du corpus médiatique, puisque cette situation de communication contraint à l'adoption d'une image forte de cheffe. Par ailleurs, il semble que les situations de crise favorisent non seulement la visibilité des chef·fe·s d'État, mais aussi un rapprochement plus étroit entre les *èthè* proposés par la politicienne et ceux attribués par les médias. Tel que nous l'avons vu, les médias semblent déchirés, lors de crises sociales majeures, entre leur rôle de chien de garde de la démocratie et de relayeurs principaux des consignes gouvernementales. Ainsi, un contexte différent, comme celui de campagne électorale, du quotidien politique, ou même d'une crise politique (Giasson et Prince, 2019) aurait pu produire des résultats différents, comme des représentations médiatiques d'Angela Merkel en rupture avec sa présentation de soi. De même, s'attarder à une période plus près de l'entrée de Merkel sur la scène politique nous aurait peut-être permis de constater des *èthè* attribués à la chancelière davantage stéréotypés, puisque les médias n'étaient alors pas acclimatés à sa présence dans un espace historiquement masculin (Amossy, 2010; Autret, 2013; Holtz-Bacha, 2014). En tant que première femme chancelière en Allemagne, il y aurait forcément eu des logiques d'adaptation et de négociation intéressantes à étudier. Cependant, nous avons constaté un accès limité au corpus à cet effet.

En définitive, ce mémoire souligne l'importance de la coconstruction des images publiques des politiciennes comme un processus dynamique, où des leaders féminines sont à la fois contraintes par des structures patriarcales oppressives, et capables de redéfinir, parfois subtilement, les normes en place et revendiquer avec le temps des représentations pleinement féminines. Il invite à poursuivre la réflexion sur les conditions d'émergence d'un leadership véritablement transgressif, alors que le binarisme des genres continue de s'imposer comme modèle hégémonique régissant les représentations dans l'espace public.

## ANNEXE A

### *Allocution Policy Statement by Federal Chancellor Angela Merkel on the Situation in Ukraine*

Thursday, 13 March 2014 in German Bundestag

Mr President, fellow members of this House, ladies and gentlemen, for hundreds of years, relations among European countries were marked by rivalry, changing alliances and recurring rounds of horrendous bloodshed. We remember this most particularly in 2014, this year of anniversaries.

We are remembering the First World War, which broke out 100 years ago. It was the first great catastrophe of the 20 century and was soon followed by a second: the outbreak of the Second World War 75 years ago and the Shoah, that ultimate betrayal of all civilised values. That these horrors have been followed by more than half a century of peace, freedom and prosperity in most parts of Europe can still be considered a miracle. By embracing European integration, Europe has shown that it has learned the lessons from its painful history, initially in western Europe, and after 1989 beyond that. This year also marks the 25 anniversary of the fall of the Berlin Wall and the 10 anniversary of the start of the EU's eastward enlargement. In the 21 century, European integration continues to represent the great promise of peace, freedom and prosperity.

The globalisation of our world – how we live, how we work and how we do business – has long since reached ever last corner. Today more than seven billion people live on our planet. They all want to enjoy a measure of prosperity. No-one can confine themselves any longer to only watching out for their own interests. And anyone who does so will harm these interests in the short or long term. That applies to everyone. It applies to Germany and it applies to our neighbours. It even applies to a large and powerful country such as the United States, as well as to China and Russia. We are all, and indeed to an ever greater degree, interconnected – Russia, too.

This interconnection is demonstrated, inter alia, by the annual German-Russian intergovernmental consultations, the Petersburg dialogue, the German-Russian Raw Materials Forum, more than 20 bilateral agreements between Russia and the European Union, the CBSS, our cooperation with Russia in the G8 and the G20, the NATO-Russia Council, negotiating mandates in the Middle East peace process and in the talks with Iran on its nuclear programme and much, much more.

All of this is globalisation in action in the 21 century. It is indicative of our acknowledgement that all of us in Europe and beyond have to join forces to master major challenges we face. It shows that each one of us on our own will achieve less than if we all work together.

It is in this context, fellow members of this House, first in Georgia back in 2008 and now in the heart of Europe, in Ukraine, that we are witnessing a conflict about spheres of influence and territorial claims, such as those we know from the 19 and 20 century but thought we had put behind us.

It is very evident from three items of news from the last 14 days, however, that this is not the case: 27 February. The Crimean Parliament appointed a new government in a closed session during which it voted in favour of a referendum on the region's future status, initially scheduled for 25 May. This was then brought forward to 30 March and finally to 16 March. This is a violation of

37 Ukraine's constitution, which prohibits referendums on secession in individual regions without the  
38 consent of the entire state.

39 1 March. At the request of President Putin, Russia's Council of the Federation approved a  
40 contingency decision authorising military intervention in the Crimea in principle, after – it was  
41 claimed – Russia had been asked to provide assistance.

42 11 March. The Crimean Parliament voted in favour of the Crimea's independence from Ukraine,  
43 an act intended to get round the ban on secession referendums anchored in the Ukrainian  
44 constitution.

45 Ladies and gentlemen, it is clear that Ukraine's territorial integrity and thus its unity are being  
46 blatantly called into question and violated.

47 At a time of great uncertainty in Ukraine, Russia has not proven to be a partner for stability in its  
48 neighbouring country, with which it has close historical, cultural and economic ties. Instead, it is  
49 exploiting its weakness. The law of the strong is being pitted against the strength of the law, and  
50 one-sided geopolitical interests are being placed ahead of efforts to reach agreement and  
51 cooperation.

52 Actions modelled on those of the 19 and 20 century are thus being carried out in the 21 century. For  
53 let me say again: no-one, certainly not the European Union or countries such as the United States  
54 or even Russia, none of us can confine ourselves to only looking out for our own interests in the  
55 21 century. Anyone who does so will harm these interests in the short or long term.

56 Without a doubt, what we are currently witnessing in the heart of Europe is disturbing. I fear we  
57 will need much patience to resolve this conflict. However, we can take up this major challenge for  
58 Europe with resolve. This is about the territorial integrity of a European neighbour, about respect  
59 for the principles of the United Nations, about principles and methods of accommodating  
60 conflicting interests in the 21 century.

61 As a comparison has been drawn with the Kosovo conflict by some during the last few days – and  
62 perhaps such a comparison will be made again in the course of this debate – I would like to  
63 comment briefly on this. After the international community had stood by more or less helplessly  
64 for years watching Milosevic's so-called ethnic cleansing wars in the territory of the former  
65 Yugoslavia, after the sanctions and negotiations had failed to have any impact, NATO decided to  
66 launch a military intervention without a UN mandate, also because Russia had blocked any  
67 resolution by the UN Security Council for such a mandate. I want to state quite clearly that the  
68 situation at that time cannot be compared in any way to that in Ukraine today.

69 But as I have addressed this – in my view – shameful comparison, I would like to state that the  
70 following must apply: Russia's actions in Ukraine undoubtedly represent a violation of  
71 fundamental principles of international law. They would not be relativized by other international  
72 law violations.

73 They remain a violation of international law in the heart of Europe, and it is vital that we do not  
74 simply return to business as usual, and indeed we have not done so.

75 We have to find ways to defuse this tense and dangerous situation. The conflict cannot be resolved  
76 by military means. I say to everyone who is worried and concerned: military action is not an option  
77 for us. Rather, this Government, along with our partners in the European Union and the United  
78 States, is pursuing a three-pronged political and economic approach.

79 First, we are working hard to establish an international observer mission and a contact or  
80 coordination group – whatever you want to call it. We are seeking through these means to find a  
81 political and diplomatic solution to the crisis.

82 The aim of the observer mission would be to examine claims and gain an objective picture of the  
83 situation throughout Ukraine. The aim of a contact group would be for international partners to  
84 help build a channel of communication between Moscow and Kyiv. Such talks would have to  
85 address all the issues which led to the current conflict or which could exacerbate it further in future.  
86 Naturally, the Crimea’s right to autonomy and language issues would also be discussed. However,  
87 one thing must be crystal clear: Ukraine’s territorial integrity is not negotiable.

88 In this connection, I want to stress that other states, such as the Republic of Moldova or Georgia,  
89 deserve our solidarity in such a situation.

90 Second, at their meeting on 6 March 2014, the Heads of State and Government of the European  
91 Union decided to provide Ukraine with substantial assistance. We welcomed the support  
92 programme totalling 11 billion euros put forward by the Commission. It also includes measures by  
93 the European promotional banks, the EIB and the EBRD. Swift assistance is now needed. And  
94 close coordination with the IMF is essential for EU assistance. An IMF and an EU delegation are  
95 already in Kyiv to gain a full picture of the situation in Ukraine and to draw up initial proposals on  
96 a possible support and reform programme.

97 Last week in Brussels, we decided together to sign the political section of the EU Association  
98 Agreement with Ukraine soon, which – above all – provides key impetus in the sphere of the  
99 development of the rule of law. The EU wants to make some of the economic advantages of the  
100 comprehensive free trade zone set out in the Agreement available in the short term through  
101 unilateral trade facilitations such as a reduction in duties.

102 In this situation it is, of course, also extremely important to foster contacts between people. We  
103 want to move faster on the negotiations on visa facilitations for Ukraine. Similarly, with regard to  
104 energy, the EU is prepared to assist Ukraine in strengthening its energy security, for instance by  
105 increasing the diversity of energy sources and transport methods and by modernising the system.

106 However, signals of solidarity from person to person will also be very important, especially in  
107 eastern Ukraine. Existing town twinning arrangements – of which there are a great number – and  
108 other contacts between civil societies can play a key role in this connection.

109 I would like to encourage those towns and cities in Germany, but also schools, universities and  
110 associations, with partners in Ukraine to step up contact at this particular time and see whether  
111 there is any way to provide practical help.

112 We are supporting the interim government in Kyiv in its aim to be a government for all Ukrainians.  
113 The task is to overcome divides, take the first steps towards economic stabilisation and make free  
114 and fair elections in May possible.

115 Ukraine should continue to be a place in which all citizens can live peacefully together, irrespective  
116 of what language they speak – Ukrainian, Russian, Tatar or one of the country’s other languages –  
117 and what faith they profess.

118 If the road through this transition is successfully steered, the European offer of a reform partnership  
119 can be realised, as set forth in the Association Agreement and the Deep and Comprehensive Free-  
120 Trade Agreement. This goal is very closely interwoven with the expectations voiced by the



121 protesters on the Maidan: the strengthening of the rule of law, independence of the judiciary,  
122 increased transparency, less corruption and a further dismantling of barriers to trade. This offer of  
123 help with modernisation is a Neighbourhood Policy approach, not a geopolitical one. It is not  
124 directed against anyone.

125 I repeat in this context what I said here in the Bundestag on 18 November last year in my policy  
126 statement on the EU Eastern Partnership Summit, namely that neither the Eastern Partnership nor  
127 the bilateral agreements the EU wants to conclude with its partners are directed against Russia. We  
128 must – as I said on that occasion – continue to work to ensure that the Eastern Partnership countries  
129 are not faced with a stark either/or choice – either moving closer to the EU or responding to  
130 Russia’s efforts to forge a closer partnership with them.

131 Events in recent weeks seem to be blowing this aside. Nevertheless, the correct thing remains not  
132 to leave anything untried to continue to pursue this course, for which the EU has tabled concrete  
133 proposals.

134 By the way, Russia too has benefited from the strengthening and modernising of our eastern  
135 partners’ economies. And so naturally we feel we must discuss with Russia any supposed  
136 disadvantages for Ukrainian-Russian trade arising from Ukraine’s association with the EU. This  
137 includes working together with Russia to find ways to resolve outstanding conflicts in countries  
138 which are neighbours to us both.

139 This would also include talking with Russia about a new economic agreement.

140 Third, in the event, however, that Russia is not prepared to return to the path of cooperation and  
141 law, in the event that Russia remains unprepared to help deescalate the situation, the Heads of State  
142 and Government of the European Union decided at their meeting in Brussels last week on three  
143 steps that would be taken.

144 The first step is that we have suspended negotiations with Russia on visa matters as well as on a  
145 new agreement on the framework for EU-Russia relations. If negotiations do not start with Russia  
146 in the next few days – negotiations which produce results, not negotiations playing for time – the  
147 Foreign Ministers of the EU member states will move to the second stage and agree on further  
148 measures at their Council meeting this coming Monday, 17 March. These measures will include  
149 travel bans, asset freezes and the cancellation of the EU-Russia summit.

150 Fellow members of this House, I think I speak for all of you in taking this opportunity to thank our  
151 Foreign Minister, Frank-Walter Steinmeier. I thank him for his tireless efforts in seemingly endless,  
152 unfortunately also frustrating, talks, and for his unwavering commitment to our shared resolve to  
153 find a way out of the crisis.

154 It goes without saying that the next regular Council meeting of Heads of State and Government  
155 will of course be looking at the latest developments in Ukraine as well as the other points on the  
156 long-planned agenda on climate and energy issues.

157 In the event that Russia further destabilises the situation in Ukraine – we are seeing worrying  
158 developments in eastern Ukraine too – the Heads of State and Government decided at their meeting  
159 on 6 March on a third round of measures we would be ready to take. These could affect economic  
160 cooperation with Russia in many different ways.

161 To make it absolutely clear: none of us wants these measures to be taken. But we would all be  
162 ready and determined to take them if they become unavoidable.

163 All of us – that is the 28 member states of the European Union in very close coordination with our  
164 transatlantic partners and within the G7. Last week we decided in the G7 to suspend our  
165 participation in the preparations for the G8 Summit planned for June until the restoration of an  
166 atmosphere conducive to sensible talks in the G8 framework.

167 If Russia continues along its course of the past few weeks, it will not only be a catastrophe for  
168 Ukraine. We would not only regard it as a threat as neighbouring states of Russia. It would not only  
169 change the relationship of the European Union as a whole with Russia. No, it would, I am  
170 absolutely convinced, hugely damage Russia not least of all, both economically and politically.  
171 Because, and I cannot stress this often or firmly enough, the clock cannot be turned back. Conflicts  
172 of interest at the heart of the Europe of the 21 century can only be successfully resolved if we do  
173 not resort to the solutions of the 19 and 20 centuries.

174 They can be resolved only if we apply the principles and instruments of our age, the 21 century.

175 Equally, geopolitical strength can only be developed if we use the principles and instruments of  
176 our age. This presents so many more opportunities than threats for all of us in Europe and the world,  
177 including Russia. This is why the Federal Government takes a three-pronged approach – talks,  
178 assistance and sanctions – with Germany taking each new step in the current crisis in close  
179 coordination with our partners. I ask for your support in this.

180 Thank you very much.

## ANNEXE B

### Allocution du 31 août 2015, au sujet de la crise des migrant·e·s en Europe, traduite en anglais par le traducteur agréé M. Michael Varga

1 CHAIR WELTY: Ladies and gentlemen, welcome to this federal press conference. Please join me  
2 in extending a warm welcome to Chancellor Dr. Angela Merkel. Welcome! The floor is all yours.

3 CHANCELLOR DR. MERKEL: Ms. Welty, I would like to thank you for inviting me to the federal  
4 press conference and also for your understanding that we had to postpone the press conference  
5 scheduled for July 17, due to the vote on Greece. Today is August 31, and even **when referring**  
6 **to the weather**,<sup>88</sup> it is still possible to speak of summer. In that respect, we are still just on time.

7 I would like to devote another brief moment to the topic of Greece and state that we have a third  
8 program in place now. We have disbursed the first installment under the program. New elections  
9 will be held in Greece, and I am confident that Greece will honour its responsibilities.

10 I am sure that today we will be able to discuss all the issues on our minds: Ukraine, climate  
11 protection, energy transition, federal and state-level finances, and so forth. I could name even more  
12 topics. However, to begin with, I would like to briefly elaborate on just one topic: the many people  
13 from countries all over the world, who are seeking refuge among us in Germany.

14 Ladies and gentlemen, the events currently playing out in Europe may not be a natural disaster, but  
15 there are many disastrous situations. Countless tragedies are taking place, including inconceivable  
16 horrors, as happened in Austria a few days ago, when more than 70 dead people were discovered  
17 inside a truck, wiped out by ruthless people smugglers. In the face of these atrocities, which are  
18 impossible to comprehend, we are compelled to say: These images are beyond our imagination.  
19 All this is happening while we are living our lives in very orderly circumstances.

20 We will shortly also talk about initial reception centres, processing times, repatriations, fair  
21 distribution within Europe, safe countries, and combating the root causes of migration and flight.  
22 It is something we must do. But first we need to discuss what our guiding principles ought to be,  
23 which is also on my mind when we talk about the prospect of up to 800,000 people **arriving here**<sup>89</sup>  
24 this year—according to the latest projections.

25 Most of us, fortunately, do not know what it means to be on the run and in a state of complete and  
26 utter exhaustion while also fearing for our life or the life of our children or partner. For example,  
27 people who set out on their journey in places like Eritrea, Syria or northern Iraq are often forced to  
28 overcome situations or endure fears that would probably cause us to simply break down. That is  
29 why we need to apply a set of clear principles for dealing with these people who are **coming here**.<sup>90</sup>  
30 The source of these principles is nothing more and nothing less than the Basic Law, our  
31 Constitution.

32 First of all, the fundamental right to asylum is applicable to persons who are subject to political  
33 persecution. We can take pride in the humanity of our Basic Law. It is particularly evident in this

---

<sup>88</sup> Merkel uses the term *meteorologisch*, meaning “in meteorological terms.”

<sup>89</sup> Merkel uses the term *zu uns kommen*, meaning “arriving among us”

<sup>90</sup> Merkel uses the phrase *zu uns kommen*: “arriving among us”

34 section. We also grant protection to anyone fleeing wars who arrives **here**.<sup>91</sup> They too are entitled  
35 to this protection.

36 The second guiding principle is the dignity of all human beings. This is the same principle as set  
37 out in Section 1 of the Basic Law. It doesn't matter whether or not a person is a citizen, where they  
38 come from, why they come here or what their chances are of being granted asylum at the end of  
39 application process—we respect each and every person's human dignity, and we respond with the  
40 full force of the law whenever anyone verbally abuses or physically assaults others, sets their  
41 **homes**<sup>92</sup> on fire or intends to become violent. We are opposed to anyone who uses hateful chants  
42 to incite protests. There can be no tolerance of anyone who calls into question the dignity of other  
43 human beings. As I mentioned at the beginning of the year in my new year's message, and I repeat  
44 once again today to all those who, for whatever reason, join in these protests: Don't fall in with  
45 these people who incite these protests! All too often, their hearts are cold and harbour prejudice or  
46 even hate. Keep your distance!

47 But I also say: In spite of all that, our country is still a good country. It is in good shape. The much-  
48 cited civil society is a reality **here**,<sup>93</sup> and it fills me with pride and gratitude to see how so many  
49 people in Germany are responding to the arrival of refugees. The numbers of people who are there  
50 for the refugees today, the numbers of helpers, the numbers of those who guide strangers through  
51 our cities, go with them to public offices and agencies, or even take them into their homes, they far  
52 exceed the numbers of agitators and xenophobes. And their numbers continue to grow, not least—  
53 and I would like to make a point of that here—thanks to the many wonderful reports on this subject  
54 by you, the media, particularly over the past few days. For once, I will make an exception and want  
55 to encourage you to continue in the same vein; that way you give the many good citizens an  
56 opportunity to see people just like them covered in the press, and showcase role models and  
57 examples, and you bolster people's confidence.

58 The overwhelming majority of our people are open-minded. We have a strong economy and a  
59 robust, even buoyant labour market. Consider the skilled worker aspect. The fact that so many  
60 people go through so much trouble to make their dream of a life in Germany come true **can hardly**  
61 **be a bad reflection on us**.<sup>94</sup> Our freedom, the rule of law, our economic strength, our orderliness,  
62 how we live side by side—that is what fuels the dreams of people who have known persecution,  
63 war, authoritarianism. The world sees Germany as a land of hope and opportunity, even if we know  
64 that hasn't always been the case.

65 This begs the question: What do we do in a situation like this, when we're obviously facing an  
66 enormous challenge? I have a few things to say about that.

67 During the meeting of the state premiers with the federal government and leading municipal  
68 organizations in June, we already came to a shared realization: We are facing a major national task  
69 that concerns everyone. This task will be a core challenge, not only over several days or months,  
70 but, as far as we can see, over a longer period. That is why it is important to say this: German  
71 thoroughness is excellent, but what we will need now is German flexibility. There are countless  
72 examples that have demonstrated that we are up to the task.

---

<sup>91</sup> Merkel uses the phrase *zu uns*: “among us”

<sup>92</sup> Merkel uses the term *Unterkünfte*, meaning “housing” or “shelters”

<sup>93</sup> Merkel uses the term *bei uns*, meaning “among us”

<sup>94</sup> Merkel uses the phrase *stellt uns das ja nun wirklich nicht das schlechteste Zeugnis aus*, meaning “it's not as if we are getting the worst-possible report card”

73 Think of the **banking bailout package**.<sup>95</sup> When the international financial crisis happened, we—  
74 the federal government together with the states—pushed through the necessary laws in a matter of  
75 days.

76 Think of the nuclear phaseout, when as part of the energy transition, we swiftly achieved a  
77 transition in the truest sense of the word.

78 Think of the natural disasters, that we—the federal government, states and municipalities—have  
79 always dealt with resolutely as a united team.

80 And in this 25th year of German unification, I would like to remind you, if I may, of a particularly  
81 beautiful example: We didn't solve German unification through normal efforts either. We **broke**  
82 **new ground on many fronts**,<sup>96</sup> for example with the Act of Acceleration of Traffic Infrastructure  
83 Planning or the secondment of many volunteer helpers to the new federal states.

84 We are facing the same kind of challenge again. The past examples have shown that when it  
85 matters, we—the federal government, states and municipalities—are capable of doing what is right  
86 and necessary. But this time we must act even faster. We need to temporarily suspend what is  
87 preventing us from doing the right thing, and that is why we need to demonstrate some courage  
88 too. It is something we need to do right here in our country.

89 We have now set up the structures that will enable us, I believe, to implement this show of national  
90 force and solve this national task. Located in the Federal Ministry of the Interior, we have a  
91 permanent office for the coordination of federal and state-level affairs. On September 9, the heads  
92 of the state chancelleries will meet with the Federal Minister of the Interior and the Head of the  
93 Chancellor's Office. On September 24—the target date we are working towards—we will decide  
94 on a comprehensive package that I hope we will also be able to push through parliament quickly  
95 and that will put in place the necessary regulations. We will then also host a meeting with  
96 community groups so we can better pool our collective efforts.

97 What are the issues? For one thing, we need to speed up the procedures. Among other things, we  
98 need more initial reception centres because our ability to make quick decisions hinges on the  
99 cooperation between the Federal Office for Migration and Refugees and the initial reception  
100 centres. We need to be able to say, "Who has good chances of being allowed to stay?" And we  
101 also need to be able to say, "Who has practically no chance of being allowed to stay?" These  
102 applications must be decided fast and then we need to quickly follow up with repatriations, in  
103 particular to the countries in the Western Balkans. That must happen at the initial reception centre  
104 level.

105 We have been cooperating very closely with the states in this regard, as there are naturally many  
106 practical issues to consider in relation to accommodations and, in particular, the creation of initial  
107 reception centres. We now have very smooth collaborations with the Institute for Federal Real  
108 Estate. Federal real estate is being made available with very little red tape. But we must also look  
109 into how we can set up even more initial reception centres. How can the federal government and  
110 the states best collaborate on this matter?

111 There are a lot of practical issues to consider, such as fire safety requirements and ambient pollution  
112 control, that clash with building regulations. We are currently collecting feedback from the

---

<sup>95</sup> Merkel uses the term *Bankenrettung*, meaning "rescue of the banks"

<sup>96</sup> Merkel's literal expression is *wir sind viele neue Wege gegangen*, meaning "we set out on many new paths"

113 municipalities and states. All of this will have to go into a legislative proposal, where we will  
114 temporarily suspend these standards that prevent us from doing what is necessary or allow for  
115 deviations so we can act promptly.

116 The second point is about the fair distribution of costs, of course. We will draw up a list: Who is  
117 doing what? What are the municipalities doing? What are the states doing? What is the federal  
118 government doing? That way, the federal government won't oppose a fair distribution of costs. On  
119 the contrary: We are well aware that we will be doing more than we have until now.

120 Third, we will need integration efforts, once the applications get processed more quickly, including  
121 for people who have good chances of being allowed to stay, particularly refugees from Syria or  
122 other regions where there are civil wars. Then we will need to find teachers who can provide  
123 German lessons and teach the children. There are already more than 400 new classes each in cities  
124 like Berlin and Munich. You can imagine that these new numbers cannot be handled by the teachers  
125 already working in our schools on their own. We will quickly have to put together courses to teach  
126 German and many other things. We won't be able to manage based on our usual German approach.  
127 The same is also true when it comes to looking after underage youth. Bear in mind that in Munich  
128 alone, there are 4,000 such youth, but it takes several years to train a youth care worker. We have  
129 to find ways and means and temporary solutions. We need to talk about all these things.

130 Then there is the question of longer-term accommodation and job prospects. Ideally, the Federal  
131 Employment Agency should be present in every initial reception centre—that would make good  
132 sense. They could make inventories of qualifications. We are working on these things.

133 I will speak bluntly: Germany is a robust country. Our motto for approaching these tasks needs to  
134 be: We have achieved so much—we will accomplish this! We will accomplish this, and whenever  
135 we encounter an obstacle, we need to overcome it, must work on it. The federal government will  
136 do everything in its power—together with the states, together with the municipalities—to achieve  
137 precisely that.

138 And then there is the European dimension, and I believe we may say this: Europe as a whole must  
139 move. The member countries must share the responsibility for asylum-seeking refugees. To date,  
140 universal civil rights have been closely intertwined with Europe and its history. It is one of the  
141 founding inspirations of the European Union. Should Europe fail on the refugee issue, this close  
142 association with universal civil rights will unravel. It will be destroyed, and the Europe we will  
143 have will no longer live up to our imagination. It will no longer be the Europe whose foundation  
144 myth we need to develop further.

145 What follows on an operational level is that Germany and France are in agreement to a very high  
146 degree as to what the next steps should be, and we are now consulting with other countries. There  
147 is no point in publicly bad-mouthing each other, but we need to come out and say it: The current  
148 situation is less than satisfactory. The ministers of the interior will be meeting on September 14.  
149 The heads of government will stand to the ready, if necessary. They will be discussing safe  
150 countries of origin. They will be talking about the "hot spots" that are being set up in Italy and  
151 Greece. They will discuss how to share the burden fairly, in other words quotas within Europe,  
152 which won't only be based on population numbers but also on economic strength, but it will be  
153 about a measure of fairness.

154 There is a third point we need to pay attention to: how to combat the causes of migration and flight.  
155 This is where the importance of foreign policy enters into the picture, as well as the importance of  
156 international cooperation. We are now not only witnessing how the conflict in Syria is taking place

157 not so far away, but also that a situation has developed that is overwhelming all of Syria's  
158 neighbouring countries: Lebanon, Jordan and Turkey. Given that this issue has now reached us, we  
159 ought to double down and increase our determination to give diplomatic efforts a chance to solve  
160 this conflict. I am well aware that **this will be a hard nut to crack**,<sup>97</sup> but there is no way around  
161 it.

162 We must continue our efforts concerning the Afghanistan question. Our Federal Foreign Minister  
163 is currently there. We need to continue talks with the Taliban.

164 A summit scheduled for November in Malta will bring together European heads of state and  
165 government and African countries to discuss what it means for Africa to see the best of its young  
166 people abandon the continent because they see no hope there.

167 I am also greatly encouraged by the fact that we launched the Western Balkans conference last  
168 year, as the Western Balkans are another region where people's prospects need to be improved if  
169 we don't just want to keep fending off, but actually help to improve the outlook in these countries.

170 That is what I wanted to tell you for a start. I am now available for all your questions, no matter  
171 the topic.

**Allocution du 31 août 2015, au sujet de la crise des migrant·e·s en Europe, version originale  
en Allemand fournie par le *Bundestag* via correspondances**

1 VORS. WELTY: Meine Damen und Herren, herzlich willkommen in der Bundespressekonferenz.  
2 Wir begrüßen sehr herzlich die Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel. Herzlich willkommen! Das  
3 Wort ist das Ihre.

4 BK'IN DR. MERKEL: Frau Welty, ich möchte mich für die Einladung der Bundespressekonferenz  
5 und auch für das Verständnis dafür bedanken, dass wir diese Pressekonferenz wegen der  
6 Griechenland-Abstimmung am 17. Juli verschieben mussten. Heute ist der 31. August, und selbst  
7 meteorologisch kann man noch von Sommer sprechen. Insofern ist es gerade noch in der Zeit.

8 Ich möchte noch kurz beim Thema Griechenland verharren und sagen, dass wir inzwischen ein  
9 drittes Programm haben. Wir haben die erste Tranche dieses Programms ausgezahlt. Es wird  
10 Neuwahlen in Griechenland geben, und ich gehe davon aus, dass Griechenland seinen  
11 Verpflichtungen nachkommen wird.

12 Heute werden wir sicherlich über alle Fragen sprechen können, die uns beschäftigen: Ukraine,  
13 Klimaschutz, Energiewende, Bund-Länder-Finanzen usw. Ich könnte noch viele Themen nennen.  
14 Aber ich möchte zu Beginn von meiner Seite ausführlicher nur zu einem Thema einige Worte  
15 sagen, und zwar zu den vielen Menschen aus aller Herrenländer, die bei uns in Deutschland  
16 Zuflucht suchen.

17 Meine Damen und Herren, was sich zurzeit in Europa abspielt, das ist keine Naturkatastrophe, aber  
18 es gibt eine Vielzahl katastrophaler Situationen. Es spielen sich unendlich viele Tragödien ab und  
19 es gibt auch unfassbares Gräuelt, wie vor einigen Tagen in Österreich, als in einem Lkw über 70

---

<sup>97</sup> Merkel's literal expression is *welch dickes Brett das ist, das wir bohren müssen*, meaning "what a thick plank of wood it is that we will need to drill through"

20 Menschen tot gefunden wurden, von skrupellosen Schleppern zugrunde gerichtet. Das sind  
21 Gräueltaten, die man gar nicht fassen kann und bei denen man einfach sagen muss: Das sind Bilder,  
22 die unsere Vorstellungskraft übersteigen. Das geschieht alles, während wir hier in sehr geordneten  
23 Verhältnissen leben.

24 Wir werden gleich auch über Erstaufnahmeeinrichtungen, Bearbeitungsdauer, Rückführungen,  
25 faire Verteilung in Europa, sichere Herkunftsländer, Bekämpfung von Fluchtursachen sprechen.  
26 Das müssen wir auch. Aber wir werden vorher darüber sprechen müssen, was uns eigentlich leiten  
27 sollte und was auch mich bewegt, wenn wir darüber sprechen, dass in diesem Jahr bis zu 800.000  
28 Menschen zu uns kommen werden. - So die jüngsten Prognosen.

29 Die allermeisten von uns kennen den Zustand völliger Erschöpfung auf der Flucht, verbunden mit  
30 Angst um das eigene Leben oder das Leben der Kinder oder der Partner, zum Glück nicht.  
31 Menschen, die sich zum Beispiel aus Eritrea, aus Syrien oder dem Nordirak auf den Weg machen,  
32 müssen oft Situationen überwinden oder Ängste aushalten, die uns wahrscheinlich schlichtweg  
33 zusammenbrechen ließen. Deshalb müssen wir beim Umgang mit Menschen, die jetzt zu uns  
34 kommen, einige klare Grundsätze gelten lassen. Diese Grundsätze entstammen nicht mehr und  
35 nicht weniger als unserem Grundgesetz, unserer Verfassung.

36 Erstens. Es gilt das Grundrecht politisch Verfolgter auf Asyl. Wir können stolz sein auf die  
37 Humanität unsres Grundgesetzes. In diesem Artikel zeigt sie sich ganz besonders. Schutz gewähren  
38 wir auch all denen, die aus Kriegen zu uns fliehen. Auch ihnen steht dieser Schutz zu.

39 Der zweite Grundsatz ist die Menschenwürde eines jeden. Das ist ein Grundsatz, den uns schon  
40 der Artikel 1 des Grundgesetzes aufgibt. Gleichgültig, ob er Staatsbürger ist oder nicht,  
41 gleichgültig, woher und warum er zu uns kommt und mit welcher Aussicht darauf, am Ende eines  
42 Verfahrens als Asylbewerber anerkannt zu sein - wir achten die Menschenwürde jedes Einzelnen,  
43 und wir wenden uns mit der ganzen Härte unseres Rechtsstaates gegen die, die andere Menschen  
44 anpöbeln, die andere Menschen angreifen, die ihre Unterkünfte in Brand setzen oder Gewalt  
45 anwenden wollen. Wir wenden uns gegen die, die zu Demonstrationen mit ihren Hassgesängen  
46 aufrufen. Es gibt keine Toleranz gegenüber denen, die die Würde anderer Menschen infrage stellen.  
47 Wie ich es schon zu Beginn dieses Jahres in meiner Neujahrsansprache gesagt habe, sage ich auch  
48 heute denen, die, aus welchen Gründen auch immer, bei solchen Demonstrationen mitlaufen:  
49 Folgen Sie denen nicht, die zu solchen Demonstrationen aufrufen! Zu oft sind Vorurteile, zu oft ist  
50 Kälte, ja sogar Hass in deren Herzen. Halten Sie Abstand!

51 Ich sage aber auch: Trotz alledem ist unser Land immer noch ein gutes Land. Es ist in guter  
52 Verfassung. Die oft beschworene zivile Gesellschaft, sie ist bei uns Wirklichkeit, und es macht  
53 mich stolz und dankbar zu sehen, wie unzählige Menschen in Deutschland auf die Ankunft der  
54 reagieren. Die Zahl derjenigen, die heute für Flüchtlinge da sind, die Zahl der Helfenden, die Zahl  
55 derjenigen, die fremde Menschen durch die Städte und Ämter begleiten, sogar bei sich aufnehmen,  
56 übertrifft die Zahl der Hetzer und Fremdenfeinde um ein Vielfaches, und sie wächst noch, auch -  
57 das möchte ich hier ausdrücklich erwähnen - dank vieler wunderbarer Berichte darüber von Ihnen,  
58 den Medien, gerade in den letzten Tagen. Ich erlaube mir ausnahmsweise einmal, sie auch zu  
59 ermutigen, genau das fortzusetzen; denn damit geben Sie den vielen guten Bürgerinnen und  
60 Bürgern die Möglichkeit, ihresgleichen in der Berichterstattung zusehen, damit zeigen Sie  
61 Vorbilder und Beispiele, und Sie machen wieder anderen Mut.

62 Die überwältigende Mehrzahl unserer Menschen ist weltoffen. Unsere Wirtschaft ist stark, unser  
63 Arbeitsmarkt ist robust, ja sogar aufnahmefähig. Denken wir an den Bereich der Fachkräfte. Wenn



64 so viele Menschen so viel auf sich nehmen, um ihren Traum von einem Leben in Deutschland zu  
 65 erfüllen, dann stellt uns das ja nun wirklich nicht das schlechteste Zeugnis aus. Unsere Freiheit,  
 66 unser Rechtsstaat, unsere wirtschaftliche Stärke, die Ordnung, wie wir zusammenleben - das ist es,  
 67 wovon Menschen träumen, die in ihrem Leben Verfolgung, Krieg, Willkür kennengelernt haben.  
 68 Die Welt sieht Deutschland als ein Land der Hoffnung und der Chancen, und das war nun wirklich  
 69 nicht immer so.

70 Nun stellt sich die Frage: Was müssen wir in einer solchen Situation, in der wir natürlich vor einer  
 71 riesigen Herausforderung stehen, tun? Dazu will ich einiges sagen.

72 Im Juni bereits haben wir bei dem Treffen der Ministerpräsidenten mit der Bundesregierung und  
 73 den kommunalen Spitzenverbänden gemeinsam festgestellt: Wir stehen vor einer großen  
 74 nationalen Aufgabe; die geht jeden an. Und dies wird eine zentrale Herausforderung sein, nicht nur  
 75 für Tage oder Monate, sondern, soweit man das absehen kann, für eine längere Zeit. Deshalb ist es  
 76 wichtig, dass wir sagen: Deutsche Gründlichkeit ist super, aber es wird jetzt deutsche Flexibilität  
 77 gebraucht. Es gibt eine Vielzahl von Beispielen dafür, dass wir gezeigt haben, dass wir dazu in der  
 78 Lage sind.

79 Ich will an die Bankenrettung erinnern. Bei der internationalen Finanzkrise haben wir - Bund,  
 80 Länder gemeinsam - innerhalb weniger Tage die notwendigen Gesetze durchgesetzt.

81 Ich will an den Atomausstieg erinnern, als wir in kürzester Zeit bei der Energiewende eine Wende  
 82 im wahrsten Sinne des Wortes vollzogen haben.

83 Ich will an die Naturkatastrophen erinnern, denen wir - Bund, Länder und Kommunen - immer  
 84 entschlossen und geschlossen begegnet sind.

85 Wenn ich vielleicht im 25. Jahr der deutschen Einheit noch an ein sehr schönes Beispiel erinnern  
 86 darf: Die deutsche Einheit haben wir auch nicht mit normaler Arbeit gelöst, sondern wir sind viele  
 87 neue Wege gegangen, ob das die Verkehrswegebeschleunigungsgesetze waren oder die Abordnung  
 88 von vielen ehrenamtlichen Helfern in die neuen Bundesländer.

89 Vor einer solchen Herausforderung stehen wir jetzt auch wieder. Die Beispiele der Vergangenheit  
 90 zeigen uns: Wann immer es darauf ankommt, sind wir - Bundesregierung, Länder und Kommunen  
 91 - in der Lage, das Richtige und das Notwendige zu tun. Aber wir müssen die Dinge jetzt  
 92 beschleunigen. Wir müssen das, was uns hindert, das Richtige zu tun, zeitweise außer Kraft setzen  
 93 und deshalb auch ein Stück Mut dabei zeigen. Das müssen wir also im Lande tun.

94 Wir haben jetzt die Strukturen aufgebaut, in denen wir, glaube ich, die nationale Kraftanstrengung  
 95 umsetzen, die nationale Aufgabe lösen können. Es gibt eine permanente Koordinierung des Bundes  
 96 mit den Ländern, angesiedelt beim Bundesinnenministerium. Wir werden am 9. September ein  
 97 Treffen der Chefs der Staatskanzleien mit dem Bundesinnenminister und dem Chef des  
 98 Kanzleramtes abhalten. Wir werden am 24. September - darauf arbeiten wir jedenfalls hin - ein  
 99 umfassendes Paket beschließen und es dann, hoffe ich, auch parlamentarisch sehr schnell  
 100 durchsetzen, mit dem wir die notwendigen Regelungen treffen. Wir werden dann auch Treffen mit  
 101 den gesellschaftlichen Gruppen durchführen, um hier die notwendigen Kraftanstrengungen auch  
 102 noch einmal zu bündeln.

103 Worum geht es? – Es geht zum einen um die Beschleunigung der Verfahren. Wir brauchen unter  
 104 anderem mehr Erstaufnahmeeinrichtungen, weil nur in der Kooperation des Bundesamtes für  
 105 Migration und Flüchtlinge und der Erstaufnahmeeinrichtungen schnelle Entscheidungen getroffen  
 106 werden können. Es geht dabei darum, zu sagen „Wer hat eine hohe Bleibeperspektive?“, und es

107 geht genauso darum, zu sagen „Wer hat so gut wie keine Chance, bei uns zu bleiben?“. Diese  
108 Anträge müssen schnell entschieden werden, und dann müssen die Rückführungen in die  
109 Heimatländer - hierbei geht es vor allen Dingen auch um die Länder des westlichen Balkans -  
110 schnell erfolgen. Das muss aus den Erstaufnahmeeinrichtungen heraus passieren.

111 Wir stehen hierbei in einer sehr intensiven Kooperation mit den Ländern; denn es gibt bei der  
112 Unterbringung und gerade bei der Schaffung der Erstaufnahmeeinrichtungen natürlich viele  
113 praktische Probleme zu bedenken. Es gibt inzwischen eine sehr gut funktionierende  
114 Zusammenarbeit mit der BImA. Die Zurverfügungstellung von Bundesliegenschaften erfolgt  
115 unbürokratisch. Aber wir müssen natürlich auch schauen: Wie können wir noch mehr  
116 Erstaufnahmeeinrichtungen schaffen? Wie können Bund und Länder hierbei zusammenarbeiten?

117 Hier stellen sich dann eine Reihe von praktischen Fragen wie Brandschutzanforderungen und  
118 Immissionsschutzgesetze, die sich mit Baugesetzen beißen. Wir sammeln im Augenblick alle  
119 Bemerkungen der Kommunen und auch der Länder. Das Ganze wird dann in eine  
120 Gesetzesinitiative münden müssen, in der wir solche Standards, die uns daran hindern, das  
121 Notwendige zu tun, dann auch zeitweise aufheben und Abweichungen möglich machen, damit wir  
122 schnell reagieren können.

123 Zweitens geht es natürlich um eine faire Kostenverteilung. Wir werden auflisten: Wer macht was?  
124 Was machen die Kommunen? Was machen die Länder? Was macht der Bund? - Dann wird sich  
125 der Bund einer fairen Kostenverteilung nicht entgegenstellen. Im Gegenteil: Uns ist auch klar, dass  
126 wir mehr tun werden, als wir bislang tun.

127 Drittens brauchen wir dann Integrationsanstrengungen, wenn die Anträge schneller bearbeitet  
128 werden, auch für diejenigen, die eine hohe Perspektive haben, hier zu bleiben, insbesondere auch  
129 Flüchtlinge aus Syrien oder aus anderen Bürgerkriegsregionen. Dann geht es darum, Lehrer zu  
130 finden, die Deutschunterricht geben können, die die Kinder unterrichten. Wir haben allein in  
131 Städten wie Berlin oder München mehr als 400 neue Klassen. Sie können sich vorstellen: Das geht  
132 nicht dadurch, dass man allein mit den jetzt gerade im Dienst befindlichen Lehrern arbeitet. Wir  
133 werden schnell Kurse machen müssen, wenn es um Deutschkenntnisse und um vieles andere geht.  
134 Das kann man mit dem normalen deutschen Vorgehen nicht machen. Das gilt auch für die  
135 Betreuung minderjähriger Jugendlicher, wenn Sie alleine daran denken, dass es in München 4.000  
136 gibt und dass eine Erzieherinnenausbildung Jahre dauert. Da müssen wir Mittel und Wege finden,  
137 auch Zwischenlösungen zu finden. All das muss besprochen werden.

138 Dann geht es natürlich um die langfristigen Wohnungs- und Arbeitsperspektiven. In jeder  
139 Erstaufnahmeeinrichtungen - so wäre es idealerweise sinnvoll - müsste auch gleich die  
140 Bundesagentur für Arbeit sitzen. Man müsste die Qualifikationen aufnehmen. Auf diese Dinge  
141 arbeiten wir hin.

142 Ich sage ganz einfach: Deutschland ist ein starkes Land. Das Motiv, mit dem wir an diese Dinge  
143 herangehen, muss sein: Wir haben so vieles geschafft – wir schaffen das! Wir schaffen das, und  
144 dort, wo uns etwas im Wege steht, muss es überwunden werden, muss daran gearbeitet werden.  
145 Der Bund wird alles in seiner Macht Stehende tun - zusammen mit den Ländern, zusammen mit  
146 den Kommunen -, um genau das durchzusetzen.

147 Es gibt dann die europäische Dimension, und hier glaube ich, dass wir schon sagen dürfen: Europa  
148 als Ganzes muss sich bewegen. Die Staaten müssen die Verantwortung für asylbegehrende  
149 Flüchtlinge teilen. Die universellen Bürgerrechte waren bislang eng mit Europa und seiner  
150 Geschichte verbunden. Das ist einer der Gründungsimpulse der Europäischen Union. Versagt

151 Europa in der Flüchtlingsfrage, geht diese enge Bindung mit den universellen Bürgerrechten  
152 kaputt. Sie wird zerstört, und es wird nicht das Europa sein, das wir uns vorstellen, und nicht das  
153 Europa sein, das wir als Gründungsmythos auch heute weiterentwickeln müssen.

154 Was operativ in Europa folgt, ist, dass Deutschland und Frankreich ein sehr hohes Maß an  
155 Übereinstimmung hinsichtlich der nächsten Schritte haben und dass wir dazu jetzt natürlich andere  
156 Länder konsultieren. Es hat auch keinen Sinn, dass wir uns gegenseitig öffentlich beschimpfen,  
157 aber man muss eben einfach sagen: Die derzeitige Situation ist nicht zufriedenstellend. Die  
158 Innenminister werden sich am 14. September treffen. Die Regierungschefs stehen, wenn  
159 notwendig, immer bereit. Es geht um sichere Herkunftsländer. Es geht um Hot Spots, die in Italien  
160 und Griechenland errichtet werden. Es geht um eine faire Lastenverteilung, also um Quoten  
161 innerhalb Europas, die natürlich nicht nur die Bevölkerungszahl in sich tragen, sondern auch die  
162 wirtschaftliche Kraft, aber um ein Stück Fairness.

163 Es gibt einen dritten Punkt, den wir beachten müssen, und das ist die Bekämpfung der  
164 Fluchtursachen. Hier zeigt sich, welche Bedeutung Außenpolitik hat und welche Bedeutung  
165 internationale Kooperation hat. Wir erleben jetzt, dass der Syrien-Konflikt nicht weit von uns  
166 entfernt stattfindet, sondern dass inzwischen eine Situation entstanden ist, in der alle Nachbarländer  
167 Syriens überfordert sind, ob es der Libanon ist, ob es Jordanien ist oder ob es die Türkei ist. Indem  
168 dieses Thema uns jetzt erreicht, sollte uns das darin bestärken, mit noch mehr Nachdruck den  
169 diplomatischen Bemühungen eine Chance zu geben, diesen Konflikt zu lösen. Ich weiß, welch  
170 dickes Brett das ist, das wir bohren müssen, aber es ist unabdingbar.

171 Wir müssen uns weiter um die Frage Afghanistans bemühen. Der Bundesaußenminister ist zurzeit  
172 gerade dort. Die Gespräche mit den Taliban müssen weitergeführt werden.

173 Wir werden im November auf Malta einen Gipfel seitens der europäischen Staats- und  
174 Regierungschefs mit den afrikanischen Ländern haben, um auch dort darüber zu sprechen, was es  
175 für den afrikanischen Kontinent bedeutet, wenn die besten jungen Menschen diesen Kontinent  
176 verlassen, weil sie für sich keine Hoffnung sehen.

177 Ich fühle mich auch darin bestärkt, dass wir letztes Jahr die Westbalkan-Konferenz ins Leben  
178 gerufen haben; denn gerade auch die Perspektiven auf dem westlichen Balkan müssen verbessert  
179 werden, wenn wir nicht nur abwehren wollen, sondern diesen Ländern wirklich eine Perspektive  
180 geben wollen.

181 Das wollte ich Ihnen zu Beginn sagen. Jetzt stehe ich für all Ihre Fragen zur Verfügung, egal aus  
182 welchem Themengebiet sie stammen.

## ANNEXE C

### *Allocution An Address to the Nation by Federal Chancellor Merkel*

1 Fellow citizens,

2 The coronavirus is changing daily life in our country dramatically at the present. Our idea of  
3 normality, of public life, social togetherness - all of this is being put to the test as never before.

4 Millions of you cannot go to work, your children cannot go to school or kindergarten, theatres and  
5 cinemas and shops are closed, and, perhaps what is most difficult, we all miss social encounters  
6 that we otherwise take for granted. Of course, each of us has many questions and concerns in a  
7 situation like this, about the days ahead.

8 I'm addressing you in this unconventional way today because I want to tell you what guides me as  
9 Federal Chancellor and all my colleagues in the Federal Government in this situation. This is part  
10 of what open democracy is about: that we make political decisions transparent and explain them.  
11 That we justify and communicate our actions as best we can, so that people are able to understand  
12 them.

13 I firmly believe that we will pass this test if all citizens genuinely see this as THEIR task.

14 Allow me therefore to say that this is serious. Please also take this seriously. Since German  
15 reunification, no, since the Second World War, there has not been a challenge for our country in  
16 which action in a spirit of solidarity on our part was so important.

17 I would like explain where we currently stand in this epidemic and what the Federal Government  
18 and the state levels are doing to protect everyone in our community and to limit the economic,  
19 social and cultural fallout. However, I also want to tell you why all of you are needed here, and  
20 what each and every individual can do to help.

21 As far as the epidemic is concerned – and everything I tell you about this comes from the Federal  
22 Government's ongoing consultations with the experts from the Robert Koch Institute and other  
23 scientists and virologists: the most intensive research is being conducted around the world, but  
24 there is still neither a way to treat the coronavirus, nor is there a vaccine.

25 As long as this is the case – and this is what is guiding all of our actions – then only one thing  
26 matters, namely that we slow the spread of the virus, flatten the curve over the course of several  
27 months and buy time. Time in which the research community can develop a medicine and vaccine.  
28 But, above all, time to allow those who fall ill to receive the best possible treatment.

29 Germany has an excellent healthcare system, perhaps one of the best in the world. We can take  
30 solace in this. But our hospitals would also be completely overwhelmed if, in the shortest space of  
31 time, too many patients were admitted, suffering severe symptoms as a result of the virus.

32 These are not just abstract numbers in statistics, but this is about a father or grandfather, a mother  
33 or grandmother, a partner– this is about people. And we are a community in which each life and  
34 each person counts.

35 I would like first of all to address all those who as doctors, nurses or in a different capacity work  
36 in our hospitals and in our healthcare system in general. You are on the front lines of this fight for

37 us. You are the first to see the sick and to see how severe the symptoms of the virus can sometimes  
38 be. And, day in, day out, you keep going back to work and are there to help people. You are doing  
39 tremendous work, and I would like to thank you from the bottom of my heart.

40 So, our aim is to slow the virus down as it makes its way through Germany. And we must, and this  
41 is absolutely vital, focus our attention on one thing above all else, namely powering down public  
42 life as far as possible. With reason and a sense of proportion, of course, since the state will continue  
43 to function. It goes without saying that supply chains will continue to be guaranteed, and we want  
44 to keep as much economic activity going as possible.

45 But we must now reduce everything that could put people at risk, everything that could harm not  
46 only individuals, but also the community. We must limit the risk of one person infecting another  
47 as much as we possibly can.

48 I know how dramatic the restrictions already are: no events, no trade fairs, no concerts any more,  
49 and, for the time being, also no school, no university, no kindergarten, no more playing at the  
50 playground. I know how invasive the closures that the Federation and the Länder have agreed to  
51 are in our lives, and also in terms of how we see ourselves as a democracy. These are restrictions,  
52 the likes of which the Federal Republic has never seen before.

53 Allow me to assure you that, for someone like me, for whom the freedom of travel and the freedom  
54 of movement were a hard-fought right, such restrictions can only be justified if they are absolutely  
55 imperative. These should never be put in place lightly in a democracy and should only be  
56 temporary. - But they are vital at the moment in order to save lives.

57 This is why, since the beginning of the week, more intensive border controls and restrictions on  
58 entry for a number of our most important neighbouring countries have been in force.

59 Things are already very difficult for the economy, for major companies, and also for small  
60 businesses, for shops, restaurants and freelancers. Things will get even more difficult in the weeks  
61 to come.

62 I assure you that the Federal Government is doing everything that it can to cushion the economic  
63 impact - and, above all, to safeguard jobs.

64 We can and we will do whatever it takes in order to help our companies and their employees get  
65 through this most difficult time.

66 And everyone can rest assured that the food supply is guaranteed at all times, and that if  
67 supermarket shelves happen to be empty on one day, they will be filled again on the next. I want  
68 to tell everyone going to the supermarket that bulk-buying makes sense; it always has. But only  
69 within reason. Panic buying, as if there's no tomorrow, is pointless and, at the end of the day, shows  
70 a complete lack of solidarity.

71 And allow me to express my thanks to those who are too seldom thanked. Those working as  
72 supermarket cashiers or restocking shelves, who are currently doing one of the most difficult jobs  
73 that there are at the moment. Thank you for being there for your fellow citizens and for keeping us  
74 all going.

75 Let me talk now about what I believe is most urgent today. All measures taken by the state would  
76 come to nothing if we were to fail to use the most effective means for preventing the virus from  
77 spreading too rapidly - and that is we ourselves. As indiscriminately as each one of us can be  
78 affected by the virus, each and every one of us must help. First and foremost, by taking seriously

79 what matters today. Not panicking, but also not thinking for a single moment that he or she doesn't  
80 matter after all. No one is expendable. Everyone counts, and we need a collective effort.

81 That is the message an epidemic brings home – how vulnerable we all are, how much we depend  
82 on the considerate behaviour of others and, ultimately, how, through joint action, we can protect  
83 ourselves and offer one another encouragement and support.

84 Every individual counts. We are not condemned to accept the spread of this virus as an inevitable  
85 fact of life. We have the means to fight it. We must be considerate and keep a safe distance from  
86 one another. Virologists are giving us clear advice: no more handshakes, we must wash our hands  
87 thoroughly and often, and we must keep at least one and a half metre's distance between ourselves  
88 and others. Ideally, we should avoid all contact with the elderly, because they are particularly at  
89 risk.

90 I know that this is asking a great deal of us. Especially when times are hard, we want to be close to  
91 one another. We show affection by staying close, and by reaching out to each other. But at this  
92 time, we must do the exact opposite. Every single one of us must understand that, right now, the  
93 only way to show we care is by keeping our distance.

94 A well-meant visit or a trip that is not essential can spread infection and really should not take place  
95 right now. There is a reason why experts say that grandparents and grandchildren should not come  
96 into contact with each other right now.

97 Everyone who avoids unnecessary encounters helps all those who are in hospitals providing care  
98 to more and more people each day. So that is how we will save lives. This will be difficult for  
99 many, and it will also be important not to abandon anyone and to take care of all those who need a  
100 dose of cheer and encouragement. As families, and as a society, we will find other ways to help  
101 each other.

102 Even now, we have come up with many creative ideas for standing up to this virus and its impact  
103 on society. Even now, grandchildren are recording podcasts for their grandparents, letting them  
104 know they are not alone.

105 We all must discover how we can show affection and express friendship. We are staying in touch  
106 via Skype, phone, email, and maybe also by writing old-fashioned letters. The post, after all, is  
107 being delivered. We're hearing about beautiful examples of neighbours helping one another. People  
108 are assisting the elderly who cannot themselves go shopping. I am certain there's plenty more we  
109 can do. We will prove, as a community, that we will not abandon one another.

110 I therefore urge you to abide by the rules that will remain in place for the time being. The  
111 government will constantly reassess what measures can be adjusted and also what further measures  
112 may still be necessary.

113 This is a developing situation, and we will ensure that we continue to learn from it so that we can  
114 adjust our thinking and deploy new instruments at any time. If we do so, then we will explain our  
115 reasons once again.

116 Therefore, I call on you to not believe any rumours, but rather only the official messages that we  
117 will always translate into many languages.

118 We are a democracy. We thrive not because we are forced to do something, but because we share  
119 knowledge and encourage active participation. This is a historic task, and it can only be mastered  
120 if we face it together.

121 I have absolutely no doubt that we will overcome this crisis. But how many victims will it claim?  
122 How many loved ones will we lose? The answer, to a great extent, lies in our hands. Right now,  
123 we can take decisive action all together. We can accept these current limitations and support one  
124 another.

125 The situation is serious, and the outcome uncertain.

126 Our success will also largely depend on how disciplined each and every one of us is in following  
127 the rules.

128 Even though this is something we have never experienced before, we must show that we can act  
129 warm-heartedly and rationally – and thereby save lives. It is up to each and every one of us to do  
130 so, without any exception.

131 Take good care of yourself and your loved ones.

132 Thank you.

## ANNEXE D

**Types de verbes mobilisés par Angela Merkel, associés aux pronoms à la 1<sup>re</sup> personne du pluriel, dans l’allocution du 31 août 2015, au sujet de la crise des migrant·e·s en Europe**

| <b>Types de verbes</b>                     | <b>Verbes</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Occurrences</b> | <b>Proportion</b> |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------|
| Verbes d’engagement                        | <i>To accomplish</i><br><i>To achieve</i><br><i>To act</i><br><i>To be working or to work</i><br><i>To break new grounds</i><br><i>To deal</i><br><i>To decide</i><br><i>To do</i><br><i>To double down</i><br><i>To speed up</i>                                                                       | 20                 | 22,5%             |
| Verbes concrétisant la gestion de la crise | <i>To apply</i><br><i>To continue</i><br><i>To develop</i><br><i>To disburse</i><br><i>To draw up</i><br><i>To follow-up</i><br><i>To grant</i><br><i>To implement</i><br><i>To launch</i><br><i>To manage</i><br><i>To postpone</i><br><i>To put together</i><br><i>To set up</i><br><i>To suspend</i> | 18                 | 20,2%             |
| Verbes de communication                    | <i>To come out</i><br><i>To demonstrate</i><br><i>To discuss</i><br><i>To respond</i><br><i>To say</i><br><i>To talk</i>                                                                                                                                                                                | 12                 | 13,5%             |
| Verbes expérientiels                       | <i>To be</i><br><i>To be capable</i><br><i>To have</i>                                                                                                                                                                                                                                                  | 12                 | 13,5%             |



|                                                  |                                                                                                                                                |           |             |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------|
|                                                  | <i>To live</i><br><i>To respect</i><br><i>To take pride</i>                                                                                    |           |             |
| Verbes de perception                             | <i>To be aware</i><br><i>To encounter</i><br><i>To find</i><br><i>To know</i><br><i>To pay attention</i><br><i>To see</i><br><i>To witness</i> | 8         | 9,0%        |
| Verbes de coopération                            | <i>To collect</i><br><i>To come to a shared realization</i><br><i>To consult</i><br><i>To cooperate</i><br><i>To host</i><br><i>To pool</i>    | 6         | 6,7%        |
| Verbes de résolution, liés à l'issue de la crise | <i>To achieve</i><br><i>To overcome</i><br><i>To push through</i><br><i>To solve</i>                                                           | 6         | 6,7%        |
| Verbes reflétant un désaccord                    | <i>To be opposed</i><br><i>To face</i>                                                                                                         | 4         | 4,5%        |
| Verbes de temporalité                            | <i>To be on time</i><br><i>To fend off</i>                                                                                                     | 2         | 2,2%        |
| Autres verbes                                    |                                                                                                                                                | 1         | 1,1%        |
| <b>TOTAL</b>                                     |                                                                                                                                                | <b>89</b> | <b>100%</b> |

## BIBLIOGRAPHIE

- Aaldering, L. et Van der Pas, D. J. (2018). Political Leadership in the Media: Gender Bias in Leader Stereotypes during Campaign and Routine Times. *British Journal of Political Science*, 50(3), 911-931. doi:10.1017/S0007123417000795
- Aaldering, L. et Van der Pas, D. J. (2020). Gender Differences in Political Media Coverage: A Meta-Analysis. *Journal of Communication*, 70(1), 114-143.  
<https://doi.org/10.1093/joc/jqz046>
- Adut, A. (2012). A Theory of the Public Sphere. *Sociological Theory*, 30(4), 238-262.  
<https://doi.org/10.1177/0735275112467012>
- Aggestam, L. et Hyde-Price, A. (2020). Learning to Lead? Germany and the Leadership Paradox in EU Foreign Policy. *German Politics*, 29(1), 8-24.  
<https://doi.org/10.1080/09644008.2019.1601177>
- Amossy, R. (2010). *La présentation de soi*. Presses Universitaires de France.
- Amossy, R. et Herschberg Pierrot, A. (2021). *Stéréotypes et clichés* (4e éd.). Armand Colin.
- Amossy, R. et Siess, J. (2022). Democratic Legitimacy and Authority in Times of Corona: Angela Merkel's Address to the Nation (18 March 2020). *Argumentation et Analyse du Discours*, 28. <https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.4000/aad.6400>
- Anadon, M. et Guillemette, F. (2007). La recherche qualitative est-elle nécessairement inductive? *Recherches Qualitatives*, 5, 26-37.
- Arquembourg, J. (2006). De l'événement international à l'événement global : émergence et manifestations d'une sensibilité mondiale. *Hermès, La Revue*, 46(3), 13-21.  
<https://doi.org/10.4267/2042/24050>
- Auchlin, A. (2000). Ethos et expérience du discours: quelques remarques. Dans *Politesse et idéologie. Rencontres de pragmatique et de rhétorique conversationnelles*, (77-95). Peeters.
- Augoustinos, M. et Walker, I. (1998). The Construction of Stereotypes within Social Psychology: From Social Cognition to Ideology. *Theory & Psychology*, 8(5), 629-652.  
<https://doi.org/10.1177/0959354398085003>
- Auriel, A., Lebas-Fraczak, L. et Spitzl-Dupic, F. (2016). *Étude de la dimension intersubjective de la communication et de la construction du sens dans les discussions à visée philosophique en contexte scolaire*. Université Blaise Pascal - Clermont-Ferrand II.  
<https://theses.hal.science/tel-01695850>
- Austin, S. et Clancy, L. (2023, 28 mars). *Fewer than a third of UN member states have ever had a woman leader*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/03/28/women-leaders-around-the-world/>

- Autret, F. (2013). *Angela Merkel. Une Allemande (presque) comme les autres*. Tallandier.  
<https://shs.cairn.info/angela-merkel--9791021000971?lang=fr>
- Balmer, É. (2024, 14 février). L'Allemagne a pris la place du Japon au 3e rang économique mondial en 2023. *Le Devoir*. <https://www.ledevoir.com/economie/807263/allemande-pris-place-japon-3e-rang-economique-mondial-2023>
- Banducci, S. et Lühiste, M. (2016). Invisible Women? Comparing Candidates' News Coverage in Europe. *Politics & Gender*, 12(2), 223-253. <https://doi.org/10.1017/S1743923X16000106>
- Baril, A. (2007). De la construction du genre à la construction du « sexe » : les thèses féministes postmodernes dans l'œuvre de Judith Butler. *Recherches féministes*, 20(2), 61-90.  
<https://doi.org/10.7202/017606ar>
- Bauer, N. M. (2015). Emotional, Sensitive, and Unfit for Office? Gender Stereotype Activation and Support Female Candidates. *Political Psychology*, 36(6), 691-708.  
<https://doi.org/10.1111/pops.12186>
- Bauer, N. M. et Carpinella, C. (2021). A visual analysis of gender stereotypes in campaign advertising. *Politics, Groups, and Identities*, 9(2), 369-386.  
<https://doi.org/10.1080/21565503.2019.1637353>
- BBC. (2016, 4 mars). Migrant crisis: Migration to Europe explained in seven charts. *BBC*.  
<https://www.bbc.com/news/world-europe-34131911>
- BBC. (2020, 11 mars). Coronavirus: Up to 70% of Germany could become infected – Merkel. *BBC*. <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-51835856>
- Bentham, A. et Rumson, L. (2022). *DIVERGENT WOMEN : interdisciplinary perspectives on female deviance and dissent*. Emerald Group Publ.
- Berger, P. et Luckmann, T. (2018). La société comme réalité objective. Dans *La Construction sociale de la réalité* (101-211). Armand Colin. <https://www.cairn.info/la-construction-sociale-de-la-realite--9782200621902-p-101.htm>
- Berry, M., Garcia-Blanco, I. et Moore, K. (2015, décembre). *Press Coverage of the Refugee and Migrant Crisis in the EU: A Content Analysis of Five European Countries*. [Rapport préparé à l'attention du Haut Commissariat des Nations unies pour les réfugiés]. Cardiff School of Journalism, Media and Cultural Studies.  
<https://orca.cardiff.ac.uk/id/eprint/87078/1/UNHCR-%20FINAL%20REPORT.pdf>
- Bhargava, R., Boardman, E. et Heckman, M. (2025). Powerful in Pearls and Willie Brown's Mistress: A Computational Analysis of Gendered News Coverage of Kamala Harris on the Partisan Extremes. *Feminist Media Studies*, 25(1), 1-19.  
<https://doi.org/10.1080/14680777.2023.2280545>
- Bonnaïfous, S. (2002, 8-10 avril). *La question de l'ethos et du genre en communication politique*. Premier colloque franco-mexicain des sciences de la communication de la Société française

des sciences de l'information et de la communication. Mexico, Mexique.  
<https://edutice.hal.science/edutice-00000362v1>

- Bonnafeux, S. (2003). « Femme politique » : une question de genre?, *Réseaux*, 4(120), 119-145.
- Boomgaarden, H. G. et Semetko, H. A. (2007). Reporting Germany's 2005 Bundestag Election Campaign: Was Gender an Issue? *Harvard International Journal of Press/Politics*, 12(4), 154-171. <https://doi.org/10.1177/1081180X07307383>
- Bouchard, C. et al. (2020). Les représentations médiatiques des femmes aux élections municipales : quels enjeux, quelles incidences pour les candidates? Table de concertation des groupes de femmes de la Montérégie / Service aux collectivités de l'Université du Québec à Montréal. <http://sac.uqam.ca/liste-de-publications.html>
- Boudillon, J. (2005). Une femme d'extrême droite dans les médias. Le cas de Marine Le Pen. *Mots. Les langages du politique*, (78), 79-89. <https://doi.org/10.4000/mots.392>
- Bourdieu, P. (1998). *Masculine Domination*. Stanford University Press.
- Brooke Fisher, L., Herovic, E. et Iles, I. A. (2020). Leadership under Fire: How Governments Manage Crisis Communication. *Communication Studies*, 71(1), 128-147. <https://doi.org/10.1080/10510974.2019.1683593>
- Burke, C. et Mazzarella, S. R. (2008). "A Slightly New Shade of Lipstick": Gendered Mediation in Internet News Stories. *Women's Studies in Communication*, 31(3), 395-418. <https://doi.org/10.1080/07491409.2008.10162548>
- Butler, J. (2005). *Troubles dans le genre: le féminisme et la subversion de l'identité*. La Découverte.
- Butler, J. (2016). *Défaire le genre*. Éditions Amsterdam.
- Calabrese, L. et Veinard, M. (2018). Mots, discours et migration, une relation dialectique. Dans *Penser les mots, dire la migration* (9-31). Academia-L'Harmattan.
- Campani, G. (2019) The Migration Crisis Between Populism and Post-Democracy. Dans Fitzzi, G., Mackert, J., et Turner, B. S. (dir.), *Populism and the Crisis Of Democracy* (29-47). Routledge.
- Carignan, M.-È. et Lacroix, C. (2020). Pandémie de COVID-19 : de nouvelles contraintes journalistiques qui menacent le droit à l'information. *Enjeux et société*, 7(2), 271-296. <https://doi.org/10.7202/1073368ar>
- Castaneda, H. et Holmes, S. (2016). Representing the "European Refugee Crisis" in Germany and Beyond: Deservingness and Difference, Life and Death. *American Ethnologist*, 43(1), 12-24. <https://doi.org/10.1111/amet.12259>

- Ceban, T. (2024). *Le fonctionnement illocutionnaire des verbes modaux : pouvoir, vouloir et devoir* (vol. 5, 161-174). Un-Bordering Disciplinarity. Trans-/Cross-/Post-Disciplinary Approaches To Humanities and Social Sciences. ISBN 978-88-97908-74-6.
- Cervulle, M. (2016). Genre et communication : des approches critiques en tension. Dans Aubin, F. et Rueff, J. (dir.), *Perspectives critiques en communication* (vol. 1, 305-320). Presses de l'Université du Québec.
- Chang'orok, D. J. et Kiprotich, A. (2015). Gender Communication Stereotypes: A Depiction of the Mass Media. *Journal Of Humanities And Social Science*, 20(11).  
<https://papers.ssrn.com/abstract=3061718>
- Charaudeau, P. et Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Éditions du Seuil.
- Charaudeau, P. (2005). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Vuibert.
- Charaudeau, P. (2007). Les stéréotypes, c'est bien. Les imaginaires, c'est mieux. Dans Boyer, H. (dir.), *Stéréotypage, stéréotypes : fonctionnements ordinaires et mises en scène*. L'Harmattan. <https://www.patrick-charaudeau.com/Les-stereotypes-c-est-bien-Les.html>
- Charaudeau, P. (2010). Une éthique du discours médiatique est-elle possible ? *Communication. Information médias théories pratiques*, 27(2), 51-75.  
<https://doi.org/10.4000/communication.3066>
- Charaudeau, P. (2011). *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*. De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.chara.2011.01>
- Charaudeau, P. (2023). *Le sujet parlant en sciences du langage. Contraintes et liberté. Une perspective interdisciplinaire*. Lambert-Lucas.
- Coker, C. R. et Funk, M. E. (2016). She's Hot, for a Politician: The Impact of Objectifying Commentary on Perceived Credibility of Female Candidates. *Communication Studies*, 67(4), 455-473. <https://doi.org/10.1080/10510974.2016.1196380>
- Conseil de l'Union européenne. (2025, 4 février). Chronologie - les mesures prises par le Conseil face à la COVID-19. <https://www.consilium.europa.eu/fr/policies/coronavirus-pandemic/timeline/>
- Coombs, W. T. (2009). Conceptualizing crisis communication. Dans Heath, R. L. et O'Hair, H. D. (dir.), *Handbook of crisis and risk communication* (100–119). Routledge.
- Coulomb-Gully, M. (2009). Le corps présidentiel. Représentation politique et incarnation dans la campagne présidentielle française de 2007. *Mots. Les langages du politique*, (89), 25-38.  
<https://doi.org/10.4000/mots.18753>

- Crosthwaite, P. et Power, K. (2022). Constructing COVID-19: A Corpus-Informed Analysis of Prime Ministerial Crisis Response Communication by Gender. *Discourse & Society*, 33(3), 411-437. <https://doi.org/10.1177/09579265221076612>
- Cummings, L. et Lennox Terrion, J. (2021). A “Nasty Woman”: Assessing the Gendered Mediation of Hillary Clinton’s Non-Verbal Immediacy Cues During the 2016 U.S. Presidential Campaign. *Feminist Media Studies*, 21(3), 427-442. <https://doi.org/10.1080/14680777.2019.1706604>
- Davidson-Schmich, L. K., Jalalzai, F. et Och, M. (2023). Crisis, Gender Role Congruency, and Perceptions of Executive Leadership. *Politics & Gender*, 19(3), 900-907. <https://doi.org/10.1017/S1743923X22000411>
- Davies, B. (1991). The concept of agency: A Feminist Poststructuralist Analysis. *Social Analysis: The International Journal of Social and Cultural Practice*, (30), 42-53.
- Delvaux, M. (2019). *Le Boys Club*. Remue-Ménage.
- Delvaux, M. (2023). *Ça aurait pu être un film*. Hélotrope.
- Détrie C., et al. (2017). *Termes Et Concepts Pour L'analyse Du Discours : Une Approche Praxématique*. Honoré Champion éditeur.
- Diamantaki, K. et Mourka, L. (2023). Framing the Pandemic: Strategic Rhetoric in Political Elite Discourse during the COVID-19 Health Crisis. Dans E. Takas, S. Iordanidou et N. Jebril (dir.), *Political Discourse and Media in Times of Crisis* (117-135). Anthem Press. <https://www.cambridge.org/core/product/CBB61CDF08305C51BE402B9770D243BC>
- Die Tageszeitung. (2014, 7 mars). La diplomatie bisounours de Merkel. *Courrier International*. <https://www.courrierinternational.com/article/2014/03/06/la-diplomatie-bisounours-de-merkel>
- Dirse, Z. (2013). Gender in Cinematography: Female Gaze (eye) Behind the Camera. *Journal of Research in Gender Studies*, 3(1), 15-30.
- Djondo, A. (2016). Femmes de pouvoir et pouvoir des femmes dans le théâtre du Siècle d’Or : Le personnage de la reine transgressive et criminelle. [Thèse doctorale, Université Paris Nanterre].
- Doliger, P. (2014). Le Triangle de Weimar à l’épreuve de la crise ukrainienne. *Allemagne d’aujourd’hui*, 209(3), 3-16. <https://doi.org/10.3917/all.209.0003>
- Doury, M. (2021). *Argumentation - 2e éd. Analyser textes et discours*. Armand Colin. <https://doi.org/10.3917/arco.doury.2021.01>
- Duru, D. N., Kanellopoulos, K., Kousis, M. Loukakis, A., Trenz, H.-J. et Zschache, U. (2021). Transnational Solidarity, Migration, and the Refugee Crisis: (In)Formal Organising and

- Political Environments in Greece, Germany, and Denmark. *Sociological Research Online*, 26(3), 717-738. <https://doi.org/10.1177/1360780420937030>
- DW. (2020, 11 mars). Coronavirus: Germany's Merkel urges 'solidarity'. *DW*. <https://www.dw.com/en/coronavirus-germanys-angela-merkel-urges-solidarity-and-reason/a-52719086>
- Eisenhart, C. et Johnstone, B. (2012). L'analyse du discours et les études rhétoriques. *Argumentation et Analyse du Discours*, (9). <https://doi.org/10.4000/aad.1415>
- Everitt, J., et Gidengil, E. (1999). Metaphors and Misrepresentation: Gendered Mediation in News Coverage of the 1993 Canadian Leaders' Debates. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 4(1), 48-65. <https://doi.org/10.1177/1081180X99004001005>
- Everitt, J. et Gidengil, E. (2003). Conventional Coverage/Unconventional Politicians: Gender and Media Coverage of Canadian Leaders' Debates, 1993, 1997, 2000. *Canadian Journal of Political Science*, 36(3), 559-577. <https://doi.org/10.1017/S0008423903778767>
- Fairclough, N. (1988). *Language and power*. Longman.
- Fargues, P. (2016). Un million de migrants arrivés sans visa en Europe en 2015 : Qui sont-ils ? *Population & Sociétés*, 532(4). <https://doi.org/10.3917/popsoc.532.0001>
- Fernandes, S. (2012). Dilma Rousseff and the Challenge of Fighting Patriarchy through Political Representation in Brazil. *Journal of International Woman's Studies*, 13(3), 114-126.
- Figenschou, T. U. (2013). *Al Jazeera and the Global Media Landscape: The South is Talking Back*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203067321>
- Fougier, E. (2010). La bataille de l'information internationale. *Revue internationale et stratégique*, 78(2), 67-74. <https://doi.org/10.3917/ris.078.0067>
- France 24. (2020, 17 mars). Merkel announces strict measures, tells Germans to stay home in virus fight. *France 24*. <https://www.france24.com/en/20200317-merkel-announces-strict-measures-and-tells-germans-to-stay-home-in-virus-fight>
- Fraser, N. (1990). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*, (25/26), 56-80. <https://doi.org/10.2307/466240>
- Fridkin, K. et Kittilson, M. C. (2008). Gender, Candidate Portrayals and Election Campaigns: A Comparative Perspective. *Politics & Gender*, 4(3), 371-392. <https://doi.org/10.1017/S1743923X08000330>
- Galy-Badenas, F. et Sommier, M. (2022). "A baby bump for women's rights": Analysing Local and International Media Coverage of Prime Minister Jacinda Ardern's Pregnancy. *Feminist Media Studies*, 22(8), 2058-2079. <https://doi.org/10.1080/14680777.2021.1928257>

- Gamson, W. et Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power : A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37.
- Gardiner, J. K. (1995). *Provoking Agents: Gender and Agency in Theory and Practice*. University of Illinois Press.
- Giasson, T. et Prince, V. (2019). *Là, tout de suite? La gestion de crise gouvernementale à l'ère de l'instantanéité médiatique*. Presses de l'Université du Québec.
- Gingras, A.-M. (2014). *Genre et politique dans la presse en France et au Canada*. Presses de l'Université du Québec. <https://www.puq.ca/catalogue/livres/genre-politique-dans-presse-france-canada-2608.html>
- Gingras, A.-M. et Maillé, C. (2018). La représentation médiatique des femmes politiques canadiennes et américaines: bilan critique de la recherche 1980-2016. Dans A.-M. Gingras (dir.), *Histoires de communication politique* (1<sup>re</sup> éd., 323-342). Presses de l'Université du Québec. <https://doi.org/10.2307/j.ctv10qxxnj.21>
- Global Media Monitoring Project (GMMP). (2020). *6th Global Media Monitoring Project*. WACC Global. [https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/08/GMMP-2020.Highlights\\_FINAL.pdf](https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/08/GMMP-2020.Highlights_FINAL.pdf)
- Goffman, E. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne. La presentation de soi*. Les éditions de minuit.
- Goffman, E. (1977). The Arrangement between the Sexes. *Theory and Society*, 4(3), 301-331.
- Golder, Y. (2020). From Parodies of the Iron Lady to Margaret Thatcher's Political Image. *Polysèmes. Revue d'études intertextuelles et intermédiaires*, (23). <https://doi.org/10.4000/polysemes.7606>
- Goodyear-Grant, E. (2013). *Gendered News. Media Coverage and Electoral Politics in Canada*. UBC Press.
- Granjon, F. (2020). Média. Dans O. Fillieule, L. Mathieu et C. Péchu (dir.), *Dictionnaire des mouvements sociaux*, (2<sup>e</sup> éd., 349-356). Presses de Sciences Po. <https://doi-org./10.3917/scpo.filli.2020.01>.
- Haas, P. et Hird, J. (2024). *Controversies in Globalization: Contending Approaches to International Relations*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781506335407>
- Hall, S. (2009). Culture, the Media and the 'Ideological Effect'. Dans A. Scott (dir.), *New Critical Writings in Political Sociology. Volume Two: Conventional and Contentious Politics* (341-374). Routledge. <https://doi-org.proxy/10.4324/9781003572923>
- Haraldsson, A. et Wängnerud, L. (2019). The Effect of Media Sexism on Women's Political Ambition: Evidence from a Worldwide Study. *Feminist Media Studies*, 19(4), 525-541. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1468797>



- Hershman-Shitrit, M. et Yarchi, M. (2023). Leaders' Rhetoric during Crisis: Gender Differences in Leaders' Communication during the COVID-19 Pandemic Crisis. *The Journal of International Communication*, 29(1), 1-19. <https://doi.org/10.1080/13216597.2022.2122531>
- Holland, J. et Wright, K. A. M. (2014). Leadership and the Media: Gendered Framings of Julia Gillard's 'Sexism and Misogyny' Speech. *Australian Journal of Political Science*, 49(3), 455-468. <https://doi.org/10.1080/10361146.2014.929089>
- Holtz-Bacha, C. (2014). La fin du plafond de verre et des stéréotypes? Des rapports entre femmes politiques et médias. *Allemagne d'aujourd'hui*, 207(1), 63-73. <https://doi.org/10.3917/all.207.0063>
- Howe, N. (1988). Metaphor in Contemporary American Political Discourse. *Metaphor & Symbolic Activity*, 3(2), 87-104. [https://doi.org/10.1207/s15327868ms0302\\_2](https://doi.org/10.1207/s15327868ms0302_2)
- Hussein, C. (2025). On Reading Antonio Gramsci and Counterhegemony through Edward Said: Material Resonances for One Democratic State Praxis in/on Palestine. *International Journal of Postcolonial Studies*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/1369801X.2025.2504925>
- James, H. (2021). *The War of Words: A Glossary of Globalization*. Yale University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1vbd1ht>
- Jinxin, S. et Yicheng, L. (2006). La fabrication de l'identité : la représentation des conflits internationaux dans les médias. *Communication et organisation*, 29, 252-260. <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.3426>
- Johnson-Myers, T.-A. (2021). Negative Media Frames and Female Politicians: A Case Study of Jamaica's First Female Prime Minister, Portia Simpson-Miller. *Social Politics: International Studies in Gender, State and Society*, 28(1), 193-214.
- Johnson, C. et Williams, B. (2020). Gender and Political Leadership in a Time of COVID. *Politics & Gender*, 16(4), 943-950. <https://doi.org/10.1017/S1743923X2000029X>
- Kauffer, M. (2013). « Tu vas voir ce que tu vas voir ! » Actes de langage stéréotypés et expression de la menace. Dans *Actes du XXVIIe Congrès international de linguistique et de philologie romanes* (357-368).
- Kerbrat-Orecchioni, C. (2002). Système linguistique et ethos communicatif. *Cahiers de praxématique*, (38), 35-57. <https://doi.org/10.4000/praxématique.540>
- Kerbrat-Orecchioni, C. (2005). *Le discours en interaction*. Armand Colin.
- Koerth, K. et Lichtenstein, D. (2022). Different Shows, Different Stories: How German TV Formats Challenged the Government's Framing of the Ukraine Crisis. *Media, War & Conflict*, 15(2), 125-145. [https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.1177/1750635220909977open\\_in\\_new](https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.1177/1750635220909977open_in_new)

- Komur-Thilloy, G. (2010). Presse écrite et discours rapporté. Éditions Orizons.  
<http://www.harmatheque.com.proxy.bibliotheques.uqam.ca/ebook/9782296087453>
- Krieg-Planque, A. et Oger, C. (2010). Discours institutionnels : Perspectives pour les sciences de la communication. *Mots. Les langages du politique*, 94, 91-96.  
<https://doi.org/10.4000/mots.19870>
- Krieg-Planque, A. (2012). Actes de langage et institutions. Dans *Analyser les discours institutionnels* (48-80). Armand Colin.
- Krieg-Planque, A. (2017). Polyphonie, dialogisme, interdiscours : l'ouverture du discours. Dans *Analyser les discours institutionnels* (186-213). Armand Colin.
- Krieg-Planque, A. (2020). *Le genre « livre politique » comme espace d'expression d'un discours transgressif : ethos de rupture et réflexivité langagière*. Congrès Mondial de Linguistique Française. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207801002>
- Krook, M. L. (2022). Semiotic Violence against Women: Theorizing Harms against Female Politicians. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 47(2), 371-397.  
<https://doi.org/10.1086/716642>
- Laforest, M., Turbide, O. et Vincent, D. (2008). Les « X » à Québec : La construction discursive d'un groupe exclusif. *Recherches sociographiques*, 49(1), 87-112.  
<https://doi.org/10.7202/018195ar>
- Laplante, J. (2021). Agentivité. Dans *Anthropen*. Université Laval.  
<http://doi.org/10.47854/NJFW6857>
- Lazar, M. (2007). Feminist Critical Discourse Analysis: Articulating a Feminist Discourse Praxis. *Critical Discourse Studies*, 4(2), 141-164. <https://doi.org/10.1080/17405900701464816>
- Le Breton, D. (2012). Les grands axes théoriques de l'interactionnisme. Dans *L'interactionnisme symbolique* (45-98). Presses Universitaires de France.
- Le Gallo, S. et Lomazzi, L. (2022). Butler: corps précaires et performativité. Dans Aubin, F., George, E. et Ruff, J. (dir.), *Perspectives critiques en communication* (vol. 2, 259-280). Presses de l'Université du Québec.
- Léda, M. (2012). Propositions pour une analyse linguistique d'un texte traduit. *SHS Web of Conferences*, [http://www.shs-conferences.org/index.php?option=com\\_article&access=doi&doi=10.1051/shsconf/201201003](http://www.shs-conferences.org/index.php?option=com_article&access=doi&doi=10.1051/shsconf/201201003)
- Leipold, S. et Winkel, G. (2017). Discursive Agency: (Re-)Conceptualizing Actors and Practices in the Analysis of Discursive Policymaking. *Policy Studies Journal*, 45(3), 510-534.  
<https://doi.org/10.1111/psj.12172>

- Lemarier-Saulnier, C. et Lalancette, M. (2012). La Dame de fer, la Bonne Mère et les autres : une analyse du cadrage de la couverture médiatique de certaines politiciennes québécoises et canadiennes. *Canadian Journal of Communication*, 37(3), 459-486.
- Lock, A. et Strong, T. (2010). Introduction. Dans *Social Constructionism: Sources and Stirrings in Theory and Practice* (1-11). Cambridge University Press.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511815454.002>
- Mailliet, A. (2021, 24 septembre). Angela Merkel, la championne des crises [Épisode d'une série de reportages longs formats]. Dans France 24 (prod.), *Reporters*.  
<https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/reporters/20210924-angela-merkel-la-championne-des-crisis>
- Maingueneau, D. (2000). Lecture, incorporation et monde éthique. *Études de linguistique appliquée*, (119), 265-276.
- Maingueneau, D. (2002). Problèmes d'éthos. *Pratiques : linguistique, littérature, didactique*, (113-114), 55-67. <https://doi.org/10.3406/prati.2002.1945>
- Maingueneau, D. (2021). La notion de discours. Dans *Discours et analyse du discours* (2e éd., 11-23). Armand Colin. <https://www.cairn.info/discours-et-analyse-du-discours--9782200631710-p-11.htm>
- Martel, G. (2008). Performance... et contre-performance communicationnelles : des stratégies argumentatives pour le débat politique télévisé. *Argumentation et Analyse du Discours*, (1).  
<https://doi.org/10.4000/aad.302>
- Marthoz, J.-P. (2018). *Journalisme international*. De Boeck Supérieur.  
<https://doi.org/10.3917/dbu.marth.2018.01.0007>
- Mattelart, T. (2016). Déconstruire l'argument de la diversité de l'information à l'heure du numérique : le cas des nouvelles internationales. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 17(2), 113-125. <https://doi.org/10.3917/enic.021.0113>
- Matthews, J. (2023). Conceptualising Crisis: Events, Crisis Processes and Collective Sensemaking. Dans E. Takas, N. Jebril et S. Iordanidou (dir.), *Political Discourse and Media in Times of Crisis* (9-22). Anthem Press. <https://www.cambridge.org/core/books/political-discourse-and-media-in-times-of-crisis/conceptualising-crisis-events-crisis-processes-and-collective-sensemaking/33CA5F3BCAF68D316687C44DA86C325>
- Michel, J. (2018). La source phénoménologique et la source pragmatiste. Décrire les interactions sociales. Dans *La fabrique des sciences sociales* (63-81). Presses Universitaires de France.  
<https://www.cairn.info/la-fabrique-des-sciences-sociales--9782130748724-p-63.htm>
- Micheli, R. (2006). Contexte et contextualisation en analyse du discours : regard sur les travaux de T. Van Dijk. *Semen*, (21). <https://doi.org/10.4000/semen.1971>

- Micheli, R. (2013). Esquisse d'une typologie des différents modes de sémiotisation verbale de l'émotion. *Semen*, (35). <https://doi.org/10.4000/semen.9795>
- Mushaben, J. M. (2017a). Angela Merkel's Leadership in the Refugee Crisis. *Current History*, 116(788), 95-100.
- Mushaben, J.M. (2017b). *Becoming Madam Chancellor: Angela Merkel and the Berlin Republic*. Cambridge University Press. DOI: 10.1017/9781108278232
- O'Brien, D. Z. et Piscopo, J. M. (2023). Gender and Political Representation in Times of Crisis. *Politics & Gender*, 19(3), 891-899. <https://doi.org/10.1017/S1743923X22000228>
- Office québécois de la langue française. (2017). *Agentivité*. Gouvernement du Québec. <https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/26543907/agentivite>
- Olivesi, A. (2009). Le dépassement des sexotypes dans la figure de la "madone". Ségolène Royal dans la campagne électorale de 2007. *Le Discours et la Langue Revue de linguistique française et d'analyse du discours*, (1), 137-158.
- ONU Femmes. (2025, 12 juin). *Faits et chiffres : Le leadership et la participation des femmes à la vie politique*. <https://www.unwomen.org/fr/articles/faits-et-chiffres/faits-et-chiffres-leadership-et-la-participation-des-femmes-a-la-vie-politique>
- ONUSIDA. (2017, 25 octobre). *L'Allemagne renforce sa position en tant que leader de la santé mondiale*. [https://www.unaids.org/fr/resources/presscentre/featurestories/2017/october/20171025\\_germany](https://www.unaids.org/fr/resources/presscentre/featurestories/2017/october/20171025_germany)
- Organisation internationale pour les migrations. (2016, 7 janvier). *L'OIM recense 3 771 décès de migrants dans la Méditerranée en 2015* [Communiqué]. <https://www.iom.int/fr/news/loim-recense-3-771-deces-de-migrants-dans-la-mediterranee-en-2015>
- Organisation mondiale de la santé. (2020, 11 mars). *Allocution liminaire du Directeur général de l'OMS lors du point presse sur la COVID-19 - 11 mars 2020*. <https://www.who.int/fr/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
- Ouellet, M. (2016). Marx, les marxistes et la critique de l'économie politique de la communication. Dans Aubin, F. et Rueff, J. (dir.), *Perspectives critiques en communication* (165-190). Presse de l'Université du Québec.
- Owen, S., Stein, S. et Vande Berg, L. (2007). *Bad Girls: Cultural Politics and Media Representations of Transgressive Women*. Peter Lang Inc.
- Paterson, C. (2007). International news on the internet: Why more is less. *Ethical space : The International Journal of Communication Ethics*, 4(1), 57-66. <http://www.communicationethics.net/espace/index.php?nav=feature#>

- Paveau, M-A. (2023). Une analyse du discours contre-hégémonique. Intersectionnalité critique et pluriversalité décoloniale. *Langage et société*, 178(1), 161-190. <https://doi.org/10.3917/lis.178.0149>
- Pazzanese, C. (2019, 28 mai). Angela Merkel, the Scientist Who Became a World Leader. *The Harvard Gazette*. <https://news.harvard.edu/gazette/story/2019/05/those-who-have-known-angela-merkel-describe-her-rise-to-prominence/>
- Pew Research Center (2016). *Number of Refugees to Europe Surges to Record 1.3 Million in 2015*. <https://www.pewresearch.org/global-migration-and-demography/2016/08/02/number-of-refugees-to-europe-surges-to-record-1-3-million-in-2015/>
- Pilcher, J. et Whelehan, I. (2017). *Key Concepts in Gender Studies*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781473920224>
- Pilote, A.-M. et Montreuil, A. (2021). S'appuyer sur la « féminité » pour l'emporter en campagne : le cas des élections générales québécoises de 2018. *Politique et Sociétés*, 40(3), 121-150. <https://doi.org/10.7202/1083026ar>
- Piscopo, J. M. (2020). Women Leaders and Pandemic Performance: A Spurious Correlation. *Politics & Gender*, 16(4), 951-959. <https://doi.org/10.1017/S1743923X20000525>
- Rabatel, A. (2003). L'effacement énonciatif dans le discours représentés et ses effets pragmatiques de sous - et de sur-énonciation. *Estudios de lengua y literatura francesas*, 14, 33-61.
- Rabatel, A. (2012). Empathie et émotions argumentées en discours. *Le discours et la langue : Revue de linguistique française et d'analyse du discours*, 4(1), 159-178.
- Rabatel, A. (2021). Postures énonciatives, interaction et dialogisme. *Cahiers de praxématique*, 75, 1-14. <https://doi.org/10.4000/praxématique.7190>
- Riahi, F. (2023) *L'Allemagne face à la guerre en Ukraine : une position lourde de conséquences*. Perspective Monde. <https://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMAAnalyse/3485>
- Rohrbach, T. (2024). Are Women Politicians Kind and Competent? Disentangling Stereotype Incongruity in Candidate Evaluations. *Political Behavior*, 47(1), 411-434. <https://doi.org/10.1007/s11109-024-09956-4>
- Rossette, F. (2017). Discursive Divides and Rhetorical Staging, or the Transcending Function of Oratory. *Journal of Pragmatics*, 108, 48-59. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2016.11.002>
- Schild, J. (2020). The Myth of German Hegemony in the Euro Area Revisited. *West European Politics*, 43(5), 1072-1094. <https://doi.org/10.1080/01402382.2019.1625013>
- Schnee, T. (2015, 26 août). Angela Merkel fait un pas de plus vers les migrants. *Libération*. [https://www.liberation.fr/planete/2015/08/26/angela-merkel-fait-un-pas-de-plus-vers-les-migrants\\_1370078/](https://www.liberation.fr/planete/2015/08/26/angela-merkel-fait-un-pas-de-plus-vers-les-migrants_1370078/)

- Schnoebelen, J. M. et Winfrey, K. L. (2019). Running as a Woman (or Man): A Review of Research on Political Communicators and Gender Stereotypes. *Review of Communication Research*, 7, 109-138.
- Schreurs, M. A. (2016). Is Germany Really an Environmental Leader? *Current History*, 115(779), 114-116. <https://doi.org/10.1525/curh.2016.115.779.114>
- Schulz, J. (2024). “Vergangenheitsbewältigung” Revisited: Distinguishing Two Paradigms of Working through the Past. *Philosophy & Social Criticism*, 50(2), 391-415. <https://doi.org/10.1177/01914537221117562>
- Searle, J. (1982). *Sens et expression études de théorie des actes de langage*. Les Éditions de Minuit.
- Seibt, S. (2015, 17 juillet). Merkel accusée de manquer d'empathie face à une jeune Palestinienne. *France 24*. <https://www.france24.com/fr/20150717-angela-merkel-refugiee-palestine-pleurs-television-allemande-polemique>
- Sellnow, T. L. (2015). Crisis Communication. Dans Cho, H., Reimer, T., et McComas, K. (dir.), *The SAGE handbook of risk communication*. (288-301). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781483387918>
- Shepard, R. (2009). Confronting Gender Bias, Finding a Voice: Hillary Clinton and the New Hampshire Crying Incident. *Argumentation and Advocacy*, 46(1), 64-77. <https://doi.org/10.1080/00028533.2009.11821717>
- Smale, A. (2014, 12 mars). Ukraine Crisis Limits Merkel's Rapport With Putin. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2014/03/13/world/europe/on-ukraine-merkel-finds-limits-of-her-rapport-with-putin.html>
- Sonnevend, J. et Steiert, O. (2022). The Power of Predictability: How Angela Merkel Constructed Her Authenticity on Instagram. *New Media & Society*, 1-23. <https://doi.org/10.1177/14614448221138472>
- Sourd, C. (2005). Femmes ou politiques ? La représentation des candidates aux élections françaises de 2002 dans la presse hebdomadaire. *Mots. Les langages du politique*, (78), 65-78. <https://doi.org/10.4000/mots.378>
- Sparks, C. (2007). *Globalization, Development and the Mass Media*. SAGE publications. <https://doi.org/10.4135/9781446218792>
- Spiteri, G. et al. (2020). First Cases of Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) in the WHO European Region, 24 January to 21 February 2020. *Euro surveillance*, 25(9), 1-6. <https://doi.org/10.2807/1560-7917.ES.2020.25.9.2000178>
- Talbot, M. (2007). *Media Discourse: Representation and Interaction*. Edinburgh University Press. <https://www.cambridge.org/core/books/media-discourse/introduction-media-and-discourse/837BEC902D7F89F35178B3135734E2DA>

- The Washington Post. (2020, 18 mars). Merkel says coronavirus presents gravest crisis since WWII. *The Washington Post*. [https://www.washingtonpost.com/world/europe/germany-coronavirus-merkel/2020/03/18/9f34f2aa-6880-11ea-b199-3a9799c54512\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/world/europe/germany-coronavirus-merkel/2020/03/18/9f34f2aa-6880-11ea-b199-3a9799c54512_story.html)
- Thériault, M. (2022). Simone de Beauvoir: femme de lettres et de liberté. Dans Aubin, F., George, E. et Ruff, J. (dir.), *Perspectives critiques en communication* (vol. 2, 235-257). Presses de l'Université du Québec.
- Trimble, L. (2007). Gender, Political Leadership and Media Visibility: « Globe and Mail » Coverage of Conservative Party of Canada Leadership Contests. *Canadian Journal of Political Science / Revue canadienne de science politique*, 40(4), 969-993.
- Trimble, L., et al. (2010). Kim-Speak : l'effet du genre dans la médiatisation de Kim Campbell durant la campagne pour l'élection nationale canadienne de 1993. *Recherches féministes*, 23(1), 29-52. <https://doi.org/10.7202/044421ar>
- Trimble, L. (2014). Melodrama and Gendered Mediation. *Feminist Media Studies*, 14(4), 663-678. <https://doi.org/10.1080/14680777.2013.826268>
- Tuckett, A. (2024). From Welcome Culture to Loss of Control. Dans *Decisiveness and Fear of Disorder: Political Decision-Making in Times of Crisis* (91-124). University of Michigan Press. <https://doi.org/10.3998/mpub.12330943>
- Turbide, O. (2009). *La performance médiatique des chefs politiques lors de la campagne électorale de 2003 au Québec. Description et évaluation des images construites en situation de débat télévisé, d'interview d'affaires publiques et de talk show*. [Thèse doctorale, Université Laval].
- Turbide, O. (2015). La construction d'images publiques dans le discours politique médiatique. Qu'est-ce qu'une performance adéquate? *Communiquer*, 14, 5-23. <https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.4000/communiquer.1624>
- Turbide, O. (2017). La parole politique comme performance multimodale et interactionnelle. Une proposition d'analyse. Dans *L'analyse textuelle des idées, du discours et des pratiques politiques* (19-35). Presses de l'Université Laval.
- Turbide, O. (2018). « Faire l'Histoire » aujourd'hui : défis de l'allocution publique face à l'évolution des pratiques de communication politique. Dans A.-M. Gingras (dir.), *Histoires de communication politique* (1<sup>re</sup> éd., 195-216). Presses de l'Université du Québec. <https://doi.org/10.2307/j.ctv10qxnj.15>
- Turbide, O. (2018). La gestion des images de l'organisation : Un défi pour la confiance. Dans Yates, S. (dir.), *Introduction aux relations publiques : Fondements, enjeux et pratiques* (181-202). Presses de l'Université du Québec.
- Turbide, O. et Babin, V. (2021, 8 avril). Construction de la légitimité d'un discours de défense de l'environnement [Résumé]. Communication présentée au 8e et 9e Congrès des associations francophones de science politique, Bruxelles, Belgique.

- Turbide, O. et Duval, D. (2022). Le discours. Dans Alloing, C. (dir.), *Évaluer la communication des organisations. 7 concepts et leurs mesures* (111-134). Presse de l'Université du Québec.
- Van der Pas, D. J. (2022). Do European Media Ignore Female Politicians? A Comparative Analysis of MP Visibility. *West European Politics*, 45(7), 1481-1492. <https://doi.org/10.1080/01402382.2021.1988387>
- Van Dijk, T. A. (1997). What is Political Discourse Analysis. *Belgian journal of linguistics*, 11(1), 11-52.
- Van Halsema, C. (2019). Merkel the Mutti? A Linguistic Analysis of Domestic Language in European News Media Coverage of Angela Merkel. *Women & Language*, 42(1), 7-22. <https://doi.org/10.34036/WL.2019.002>
- Van Leuven, S. et Berglez, P. (2016). Global Journalism between Dream and Reality: A comparative study of The Times, Le Monde and De Standaard. *Journalism Studies*, 17(6), 667-683. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1017596>
- Van Renterghem, M. (2017). *Angela Merkel, Un destin*. ÉDITO.
- Van Zoonen, L. (2006). The Personal, the Political and the Popular: A Woman's Guide to Celebrity Politics. *European Journal of Cultural Studies*, 9(3), 287-301. <https://doi.org/10.1177/1367549406066074>
- Vanderveken, D. (1988). *Les actes de discours : essai de philosophie du langage et de l'esprit sur la signification des énonciations*. Pierre Mardaga.
- Vassy, S. (2005). Ethos de femmes ministres. Recherche d'indices quantifiables. *Mots. Les langages du politique*, (78), 105-114. <https://doi.org/10.4000/mots.422>
- Véron, L. (2015). Tropes communicationnels et tropes actantiels. *Dynamiques de la parole*.
- Vincent, D. (2000). L'argumentation et la construction de l'identité et de l'images des locuteurs. Une étude de cas: Comment peut-on dire que l'on est heureux?. Dans G. Martel (dir.), *Autour de l'argumentation. Rationaliser l'expérience quotidienne* (127-153), Éditions Nota Bene.
- Vincent, D. et Turbide, O. (2006). Le discours rapporté dans le débat politique : une arme de séduction. Dans J.M. Lopez-Munoz, S. Marnette et L. Rosier (dir.) *La jungle des discours: genres de discours et discours rapporté* (307-318). Presses de l'Université de Cadix.
- Windsor, L. C., Reinhardt, G. Y., Windsor, A. J., Ostergard, R., Allen, S., Burns, C., Giger, J. et Wood, R. (2020). Gender in the Time of COVID-19: Evaluating National Leadership and COVID-19 Fatalities. *PLOS ONE*, 15(12). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0244531>
- Zengin, H. (2024). How Does Public Weeping Affect Public Approval Rate of a Politician? *Mediterranean Politics*, 29(2), 260-273. <https://doi.org/10.1080/13629395.2022.2148194>