

## Ce gouffre spectaculaire qui sépare le vocabulaire de la France du front anti-Macron de celle qui le soutient



La dernière vague du Baromètre politique réalisée en mars par BVA pour Orange-RTL-La Tribune montre l'ampleur gigantesque du clivage d'opinions qui coupe les Français en deux.

Avec Bruno Cautrès

**La dernière vague du Baromètre politique réalisée en mars par BVA pour Orange-RTL-La Tribune montre que la partie est très loin d'être gagnée par Emmanuel Macron.** La popularité du Président se stabilise depuis le mois dernier à un niveau toujours très bas : 29% (baisse de 1 point pour le deuxième mois consécutif) des personnes interrogées déclarent avoir une « bonne opinion » d'Emmanuel Macron dont seulement 5% déclarent une « très bonne opinion ». Sa popularité est quasiment revenue au niveau le plus bas qu'elle enregistrait au plus fort de la crise des Gilets jaunes (26% en novembre dernier).

L'analyse de la question ouverte qui permet aux personnes interrogées de dire les raisons pour lesquelles elles ont une bonne ou mauvaise opinion d'Emmanuel Macron, **continue de révéler l'ampleur gigantesque du clivage d'opinions qui coupe les Français en deux à propos du chef de l'Etat.** En analysant les verbatims de ces réponses par les techniques statistiques de l'analyse des données textuelles, on prend la mesure du gouffre spectaculaire et même sidérant qui sépare les Français à propos d'Emmanuel Macron. Ces techniques permettent également de ranger ces verbatims en catégories, en « classes », dont on peut obtenir le poids statistique.

En résumant au plus bref ces groupes de verbatims, on peut distinguer deux catégories. **Le groupe le plus nombreux (74%) utilise, pour parler d'Emmanuel Macron, des mots et des expressions qui proviennent d'un univers sémantique négatif et même particulièrement négatif.** La sociologie de ce groupe est composée de tous les électeurs (ou presque) du premier tour de la présidentielle à l'exception de celui d'Emmanuel Macron ; si les sympathisants du Rassemblement national et de La France insoumise ont les mots les plus durs, les autres électeurs ne sont pas en reste. Ce large front « anti-Macron » est celui des classes populaires et des classes moyennes, des travailleurs indépendants et de beaucoup d'actifs. **Le « fan club » d'Emmanuel Macron emploie, au contraire, un vocabulaire issu d'un univers sémantique de mots élogieux ; il est de loin le plus réduit des deux groupes (26%).** Il se compose de larges segments de son électorat du premier tour et dans une moindre mesure de celui de François Fillon ou de sympathisants Modem. Il s'agit principalement de cadres supérieurs et de professions intellectuelles, de 35-49 ans et de retraités.

On peut identifier les mots les plus représentatifs de ces deux groupes, les dix « parangons » des opinions relatives à Emmanuel Macron : du côté des opinions positives ce sont les mots « réformes », « faire », « pays », « fait », « bien », « France », « dit », « programme », « choses », « avait » ; du côté négatif ce sont les mots « français », « président », « jaunes », « trop », « gilets », « riches », « lui », « n'écoute », « rien », « nous ». Les deux trames narratives que l'on peut reconstruire à l'aide de ces « parangons » sont les mêmes que celles que nous observons depuis des mois : d'un côté, le jeune président modernisateur et réformateur qui « fait des réformes » et « fait ce qu'il avait dit dans son programme » ; de l'autre côté le « président des riches qui n'écoute rien » et surtout

---

pas les Français. A cette narration négative s'ajoute dans l'enquête du mois de mars de nombreuses références aux Gilets jaunes. **En revanche, les deux narrations par lesquelles Emmanuel Macron a tenté de sortir par le haut de la crise ne sont presque pas citées** : parmi les opinions positives, le thème du Grand débat national n'est cité que 4 fois, le mot « Europe » également 4 fois et l'adjectif « européen » 3 fois seulement. Le Grand débat national (de « l'enfumage ») et la gestion de la crise des Gilets jaunes sont en revanche beaucoup plus cités parmi les opinions négatives.

Deux derniers éléments méritent tout notre attention. D'une part, l'univers sémantique des opinions positives à l'égard d'Emmanuel Macron est toujours moins riche et diversifié en contenu que l'univers sémantique des opinions négatives. Comme si **le rejet d'Emmanuel Macron était beaucoup dense et puissant que le soutien**. D'autre part, les structures narratives que nous avons mises à jour dans les données de l'enquête du mois de mars montrent une forte stabilité par rapport à celle des mois précédents.

**Aucun élément d'actualité, aucune innovation dans la communication présidentielle, ne vient donc combler la profondeur du sillon d'incompréhensions qui sépare en deux la France à propos d'Emmanuel Macron.** Le Président de la République a parlé des heures, il a occupé nos écrans des jours et des nuits, il a traversé la France et enchaîné les débats. Il a tombé la veste de manière ostentatoire, repassé cent fois avec brio l'oral d'entrée à l'ENA. Rien n'y fait ! Son image semble congelée à des températures polaires et rien ne dit qu'elle bénéficiera d'un dégel printanier, d'une éclaircie ou d'un coin de ciel bleu éloignant la noirceur des mois de novembre et décembre. Un grand débat ne fait pas le printemps politique !

***Cet article a été initialement publié sur le site d'Atlantico en mars 2019.***