

Constantin SALAVASTRU  
Université « Al. I. Cuza » de Iasi (Roumanie)

## **L’Enjeu du discours politique : convaincre, persuader, séduire**

**The stake of political discourse :  
to convince, to persuade, to seduce**

**Abstract:** The study is an analysis of political discourse through three perspectives which identify the key elements: convincement, persuasion, seduction. Despite the literal meanings of the said keywords, we are trying to mark the line between these in order to identify the particularities of political discourse in regards to what it can convince, persuade or seduce. The axis of discursivity, which has two polar opposites – scientific discourse (fully convincing) and literary discourse (fully seductive) reveals an interesting placement of the political discourse at an even distance from each other and in an permanently unstable balance.

**Keywords:** political discourse, conviction, persuasion, seduction

### **1. Rhétorique et discours politique**

L’une des plus anciennes manifestations de l’art oratoire est le discours politique. D’ailleurs Aristote, dans son traité de rhétorique, voit les deux domaines de la connaissance (la politique et la rhétorique) dans une relation d’intimité : “[...] la rhétorique est comme une ramification de la dialectique et de la science morale, qu’il est juste de dénommer politique. C’est précisément pour cette raison que la rhétorique prend le masque de la politique [...]” (Aristote, *Rhétorique*, I, 2,1356a ; 1960, 77). En contemporanéité, Olivier Reboul constate que, au long de l’histoire, les exégètes ont vu la politique comme le motif et le cadre qui ont déterminé le parcours sinueux de la rhétorique de la grandeur à la

décadence et inversement (Salavastru 2021). L'auteur ci-dessus lie le déclin de la rhétorique à l'absence de la démocratie, en constatant que par ce fait la rhétorique "a perdu les grands débats politiques" (Reboul 2001, 84). Une "éloquence politique" s'est manifestée et s'est développée au long des siècles avec des représentants illustres (Démosthène, Cicéron, César, Napoléon, Churchill et d'autres).

Cette relation de "coopération positive" peut être expliquée par le but, explicite ou non, du discours politique : *l'adhésion de l'auditoire à une idée*, à une action, à un comportement désirables. Certes, tous les types de discours ont pour finalité une telle adhésion. Seules les voies sont différentes : par exemple, le discours scientifique voudrait réaliser ce but par l'intermédiaire de la compréhension et de la conviction, tandis que le discours littéraire assume la voie des émotions et de la séduction. Par contre, le discours politique vise à accomplir son but à tout prix et à toute voie. En ce cas, il assume tous les instruments pour comprendre, pour convaincre, pour persuader ou pour séduire son auditoire et pour obtenir – par l'une de ces voies ou par leur action conjuguée – l'adhésion. C'est le motif pour lequel le discours politique est le terrain propice à la manipulation, aux controverses sophistiques, au mensonge. Ce qui n'est pas le cas du discours scientifique, par exemple.

La politique est *liée indestructiblement à la réalité du pouvoir* (Salavastru 2009, 31-94 ; 2004, 125-145). En cette compréhension, le discours est l'instrument principal des politiciens pour obtenir ou pour justifier le pouvoir ainsi obtenu. Le discours est utilisé soit pour obtenir et pour perpétuer le pouvoir (le discours électoral), soit pour la gestion du pouvoir (le discours parlementaire), soit pour fonder et justifier le pouvoir (le discours doctrinaire). Dans tous ces cas, et évidemment dans d'autres possibles, le discours politique valorise au plus haut niveau tous les ingrédients pour influencer l'auditoire et pour déterminer son adhésion aux idées de l'orateur.

En ce point, *la politique a besoin impérativement de la rhétorique*. C'est-à-dire de cet art de l'éloquence qui peut mettre à la disposition de ceux intéressés les principes, les règles, les techniques et les stratégies qui pourraient contribuer, si elles sont utilisées adéquatement et avec toute habileté de l'orateur, à l'obtenir ce qu'un tel discours veut obtenir toujours : capter la pensée et l'action de l'auditoire et son adhésion. Pour accomplir un tel but, le discours politique doit convoquer tous les instruments dont il peut bénéficier dans les mains d'un orateur illustre : un ensemble de raisonnements qui pourraient assurer la compréhension et la conviction, une stratégie adéquate qui assurerait la meilleure organisation de ces raisonnements, une

série d'expressions éclatantes et flamboyantes qui pourraient exprimer et valoriser les vertus des idées et des arguments et qui pourraient sortir l'auditoire de la banalité du quotidien, enfin, une certaine expressivité du corps qui pourrait amplifier la présence des idées et des passions.

## 2. Frapper à la porte bien fermée : convaincre

On peut déterminer l'adhésion de l'auditoire par l'intermédiaire de la *conviction*. Pour l'instant, il est nécessaire d'identifier le concept. Nous faisons appel à deux autorités. La première, c'est Emmanuel Kant. Dans sa *Critique de la raison pure*, le philosophe allemand trace le contour de la signification du convaincre (Kant 2006, 667-673). Assumer un énoncé comme vrai sur le fondement de certains principes objectifs, c'est l'assumer comme une conviction. Nous sommes d'accord que la proposition "Socrate est mortel" est vraie parce qu'elle est la conclusion d'un syllogisme valide ("Tous les hommes sont mortels ; Socrate est un homme ; donc : Socrate est mortel") qui s'inscrit dans la loi logique : *dictum de omnes et nullo*. Cet énoncé est valable universellement et, rationnellement, chacun de nous doit l'assumer comme une conviction.

La seconde autorité, c'est Chaïm Perelman. Dans le *Traité de l'argumentation* (1958), écrit en collaboration avec Lucie Olbrechts-Tyteca, les auteurs développent une analyse pertinente du concept d'auditoire. Pour la discussion de ce point, un intérêt spécial vise l'idée d'auditoire universel. Ce type d'auditoire contient en lui-même tous les "êtres raisonnables", bien que ce syntagme soit plein d'ambiguïté (2008, 40-46). Sur cette base est définie la conviction : une idée qui s'impose à un auditoire universel est une conviction (2008, 36-37).

Observons, tout d'abord, que les *critères de compréhension de ce concept sont différents*. Chez Kant, la rationalité et son universalisme oblige l'auditoire de se laisser convaincu. Une vraie pensée captive qui se propage de l'orateur à l'auditoire et qui a ce résultat miraculeux. Chez Perelman et Olbrechts-Tyteca il est besoin de chercher la nature de l'auditoire qui a adhéré à l'idée. Un travail difficile et plusieurs fois presque sisyphique du point de vue du résultat. Mais en accord avec la triade rhétorique d'Aristote : *ethos* (orateur), *logos* (discours), *pathos* (auditoire). D'autre part, même s'ils sont différents, les deux sens ont des subtiles liaisons : un auditoire universel composé des "êtres raisonnables" ne peut fixer ses idées que sur le fondement de ses rationalités !

Le discours politique *est-il capable de convaincre* ? Rarement. Les motifs sont multiples. Premièrement, le domaine politique ne peut pas

fournir les prémisses “vraies et premières”, comme dirait Aristote, pour les raisonnements de l’homme politique qui pourraient soutenir les conclusions, les idées capables d’être assumées comme convictions. Ce domaine est flou, est ambigu, est fluide, est dans un dynamisme perpétuel ce qui fait impossible la précision, l’exactitude, l’analyticité si nécessaires à la conviction d’un auditoire universel. Deuxièmement, le discours politique ne vise pas spécialement la conviction, mais l’adhésion. Si cette dernière peut être obtenue par l’intermédiaire de la conviction, très bien, sinon, alors sont mis au travail les autres instruments qui n’ont pas de lien direct avec la conviction. Troisièmement, le discours politique est dominé par l’intérêt et parle au nom de l’intérêt (de l’individu, du groupe, du parti). En ces conditions, s’installe une tension, parfois énorme, une distance, une contradiction évidente entre l’intérêt et la vérité promue à l’aide du discours. Dans la plupart des cas, c’est l’intérêt qui gagne. Évidemment, avec lui nous ne pouvons pas arriver à convaincre.

Et pourtant, ce discours *ne peut pas éviter et éluder totalement la rationalité et la proximité de la conviction*. Un fondement d’argumentativité doit exister pour pouvoir édifier sur lui la construction discursive personnalisée qui est un tel discours. On veut donner un exemple. Cicéron, dans sa qualité de consul de la République, prononce devant le Sénat la première *Catilinaire* (63 av. J.-C). Un réquisitoire contre Catilina qui prépare une conjuration contre la République. Ce discours a une partie argumentative presque sans fissure (Salavastru 2018, 79-148). Tous les arguments de la première *Catilinaire* (Catilina a partagé l’Italie en régions, a fixé l’endroit où chacun devait se rendre, a nommé ses complices qui devaient rester à Rome, a assigné les quartiers de la ville à brûler, a préparé le plan pour assassiner le consul) constituent le contenu de la réalité qui accompagne l’idée de conjuration. Ce sont, d’après Cicéron, les prémisses irréfutables qui soutiennent la conclusion d’un raisonnement parfait : Catilina doit être puni pour sa conjuration contre la République. À la fin de cette argumentation, le Sénat et les sénateurs doivent avoir cette conviction et, également, ils doivent dérouler des actions de prévention et de défense de la République devant un danger imminent.

### **3. Entrer par la porte entrouverte : persuader**

Les deux autorités évoquées ci-dessus définissent la conviction par rapport à la *persuasion*. Chez Kant, si convaincre implique nécessairement les principes d’ordre objectif, l’art de persuader est lié à

ce qui est individuel dans la nature de la personnalité de l'orateur. Assumer quelque chose en vertu des critères d'ordre individuel, c'est l'assumer comme une persuasion. Si je considère comme vrai le jugement : "Les voyages aux montagnes sont impressionnants", je le fais presque toujours sous la pression des "faits" personnels : j'aime beaucoup les montagnes, mon médecin m'a recommandé l'air de montagne, notre groupe d'amis préfère, également, les montagnes, mon travail est en tant que géologue et il est lié à ces espaces géographiques. D'autres personnes peuvent considérer l'énoncé comme faux sur le fondement de leurs critères personnels. En ces conditions, nos assumptions sont un résultat de la persuasion. Perelman et Olbrechts-Tyteca lient la persuasion à l'auditoire particulier. Pour eux, une persuasion, c'est l'assumption d'une idée par un auditoire particulier, contextuel. C'est l'aspiration maximale de l'art de persuader dans la conception des auteurs invoqués. Comment est-il possible une telle quantification ou détermination, cela reste encore une énigme, peut-être même un miracle, du *Traité...*

*La persuasion est largement permissive pour le discours politique.* Chaque homme politique parle devant le public à son nom propre ou au nom de son groupe ou son parti. En ces conditions, au moins une partie de ses affirmations vont venir à la filière de ses opinions, de ses passions, de sa volonté. Si ces affirmations vont déterminer l'adhésion de certains auditeurs, cette dernière s'installe sur la voie de la persuasion. Une petite remarque à ce point qui appartient à Kant. Il n'y a aucune différence entre la conviction et la persuasion au niveau de l'orateur. Il croit avec la même force dans ses convictions et dans ses persuasions. La distinction est visible et saisissable en ce qui concerne l'auditoire : convaincre, c'est s'imposer à tous, persuader, c'est s'imposer à une partie.

Une petite illustration peut être bienvenue. Nous avons ci-dessous quelques séquences du discours d'Hitler qui annonce le déclenchement de la deuxième guerre (1 septembre 1939) :

"À partir d'aujourd'hui, je ne suis que le premier soldat du Reich allemand. Une nouvelle fois, j'ai revêtu ce manteau qui est le plus sacré et le plus cher à mes yeux. Je ne le quitterai pas tant que la victoire ne sera pas assurée [...]. Un seul mot d'ordre pour ce combat : avoir foi en ce peuple. Un mot qui ne fera jamais partie de mon vocabulaire : capituler. [...]. Le sacrifice que je vous demande de faire n'est pas plus grand que le sacrifice que les générations qui nous ont précédés ont fait" (Simon Sebag Montefiore (présentation de), *Ces grands discours qui ont changé le monde. De Jésus à Obama*, Paris, Dunod, 2010, pp. 86-87).

Comment est-elle soutenue la thèse de la guerre ? Par l'intermédiaire des opinions qui expriment les sentiments dominants de l'orateur : le sentiment du *devoir* ("je ne suis que le premier soldat du Reich allemand"), le sentiment du *sacrifice suprême* ("Le sacrifice que je vous demande..."), la *passion de gagner* ("un mot qui ne fera jamais partie de mon vocabulaire : capituler"), le *sentiment d'identité avec le peuple* ("avoir foi en ce peuple"), le *sentiment d'une continuité historique* ("Le sacrifice... n'est pas plus grand que le sacrifice que les générations qui nous ont précédés ont fait"). Ces arguments appartiennent à Hitler et seulement à lui-même. Ils peuvent être assumés par certains récepteurs de son discours. Mais il n'existe aucune raison pour s'imposer à tous. Nous sommes devant un discours persuasif.

Pourquoi les élections sont gagnées avec un certain pourcentage par un parti ou l'autre ? Parce *qu'aucun parti ne peut obtenir l'adhésion des tous* ! Leurs discours sont seulement persuasifs et non pas convaincants. Ce qui est une bonne raison pour croire que la démocratie a encore un avenir et un destin encourageants pour l'humanité. Les exemples abondent en ce sens. Napoléon, devant ses soldats aux pyramides d'Égypte, avant une grande bataille, évoque les siècles d'histoire qui regardent l'armée impériale, l'histoire de France qui va consigner les faits de gloire des soldats, le monde qui sera plein de reconnaissance pour le sacrifice de la France. Un discours flamboyant dont les "paroles passionnelles" (Mathieu-Castellani 2000, 96-115) veulent induire toute confiance à ceux qui écoutent. Churchill argumente, dans son célèbre discours, la présence du "rideau de fer" par des questions qui appartiennent au monde civilisé occidental et ses accusations ont été réfutées catégoriquement par le monde socialiste. Donald Trump a valorisé, dans ses campagnes présidentielles, la force des arguments avec une large prise aux groupes minoritaires divers, la puissance, qu'il croyait inépuisable, de sa personnalité persuasive. Une fois son élan persuasif a eu un grand et inattendu succès, la deuxième fois, un échec prévisible. Chacun d'eux a sa vérité défendue avec toute la volonté et, également, avec toutes les ressources de pensée et d'expression. Écoutons avec toute l'attention :

"Dans le débat c'est la compétition qui règne. Chacun arrive avec sa conclusion toute prête, sait où il veut aller et s'efforce obstinément de parvenir à son but, poussé par ses besoins et ses désirs. Il ne cherche pas une vérité, il la possède. Sa vérité est *la vérité*. Ce qui compte pour lui c'est la cessation de l'opposition non par l'accord, mais par la reddition de l'autre, ou même son écrasement" (Bélanger 1970, 27-28).

Méditons aux paroles de Blaise Pascal : “vérité en deçà des Pyrénées, erreur au-delà” ! Ou au titre d’une pièce de théâtre de Pirandello : *Chacun sa vérité*.

L’intimité du discours politique avec la persuasion a une explication qui engage le *caractère problématologique* des idées politiques. Cette théorie de la problématologie<sup>1</sup>, développée par Michel Meyer, fait la distinction entre les “réponses apocritiques” et les “réponses problématologiques” (1986, 20). Dans sa qualité d’énoncé, une réponse apocritique supprime un problème s’il est bien fondé. Par exemple, l’énoncé “Socrate est mortel” n’est pas problématique et est presque impossible d’engager une discussion contradictoire sur lui. Similairement est le comportement de la plupart des énoncés des sciences de la nature. Au contraire, une réponse problématologique génère toujours des discussions critiques, des controverses. L’énoncé “La vertu peut être connue” est la source de controverses sans fin. Il met l’accent sur le problème et sur les discussions critiques à son sujet. Les idées politiques véhiculées par les discours spécifiques sont, dans leur majorité, des affirmations problématologiques. En ces conditions, elles sont assumées par certains récepteurs et réfutées par d’autres et s’encadrent dans la sphère si large des persuasions. Dans cette interprétation, nous constatons que le discours politique n’est pas le seul dominé par des persuasions. Le discours philosophique connaît une situation similaire. Son champ idéatique est par excellence problématologique et les disputes philosophiques créent l’impression d’un “*bellum omnium contra omnes*”.

#### 4. Le défi du rationnel : séduire

Si le discours politique ne peut pas déterminer l’adhésion par l’intermédiaire des convictions et, également, ni à l’aide des persuasions, alors il a encore une voie qui peut être utilisée : la *séduction*. Séduire, c’est éviter, à cause de l’impossibilité de les trouver, les vérités universelles de la conviction ainsi que les vérités individuelles de la persuasion pour suivre quelque chose d’important peut-être, mais qui n’est assumé comme vrai ni même par l’orateur. Quelques exemples. Si un membre ordinaire d’un parti politique prononce, à un moment donné, un éloge exagéré à son chef et, comme conséquence de ce fait, il est propulsé dans la hiérarchie du parti, alors ce résultat est l’effet direct

<sup>1</sup> Une présentation de la doctrine problématologique chez : Constantin Salavastru, *Quand philosopher, c’est questionner*, Revue Internationale de Philosophie, 4 / 2020, vol. 74, no 294.

d'une réussite action de séduction. L'auteur de l'éloge sait qu'il n'a ni d'arguments d'ordre universel, ni d'ordre individuel pour promouvoir. S'il en avait, alors il ferait preuve de tels arguments. Parce qu'il n'en a pas, il recourt à la séduction par éloge. L'avocat a la prise de conscience que son client est coupable, qu'il n'est pas en possession de preuves irréfutables et irréprochables. Et pourtant, même dans ces conditions précaires, il parle devant le juge avec toute sa passion. Pourquoi ? Pour séduire le jury par l'intermédiaire des sentiments vraiment nobles : la pitié, la compassion, la clémence.

On veut discuter un seul élément de la séduction mais bien représenté dans le discours politique : le *charisme*<sup>2</sup>. L'homme politique peut influencer son auditoire, peut obtenir son adhésion par son charisme qui l'accompagne tout le long de la prononciation de son discours. Le charisme n'a rien de commun avec les preuves ou les arguments. Et pourtant, son impact sur l'auditoire est unanimement reconnu. Qu'est-ce que le charisme ? Un concept et une réalité pleins de mystère. Il est l'objet d'intérêt pour beaucoup de domaines de la connaissance : la religion (l'origine divine du charisme), psychologie (la personnalité de l'homme charismatique), sociologie (la relation entre le leader charismatique et la communauté), les sciences du langage (les discours de l'homme charismatique). Écoutons un philosophe : "Un don ou une grâce (*kharisma*) exceptionnels dont bénéficierait tel ou tel individu, soit parce que Dieu les lui a octroyés, soit parce qu'une communauté les lui reconnaît" (Comte-Sponville 2013, 159). Le charisme, ce concept énigmatique, couvre un phénomène qui se retrouve presque dans tous les domaines de l'action de l'homme : il y a des hommes charismatiques dans la manifestation de la religion, de la politique, du monde artistique, même encore des escrocs charismatiques.

Encore Max Weber, dans son *Économie et société* (1922), propose trois types de légitimer une domination : la *légitimité légale* (la domination est justifiée par le respect d'une convention entre les partenaires), la *légitimité traditionnelle* (la domination est justifiée héréditairement), la *légitimité charismatique* (la domination est justifiée par des qualités exceptionnelles d'un individu) (1995, 285-390). Nous sommes intéressés d'une façon particulière par la troisième forme de légitimer une autorité.

---

<sup>2</sup> Une très bonne synthèse sur le charisme, qui englobe les plus récentes recherches du domaine et qui vise des aspects essentiels et intéressants d'ordre structurel et historique du charisme et, également, une analyse des domaines de la manifestation, chez José Pedro Zúquete (ed.), *Routledge International Handbook of Charisma*, London and New York, Taylor & Francis Group, 2021.

Un certain leader politique s'impose devant la communauté par ses qualités hors du commun. Il devient, petit à petit, un leader charismatique.

Alexandre Dorna a consacré deux livres à l'analyse du leader charismatique en politique (1998, 2012). D'après lui, le leader charismatique doit être le bénéficiaire d'une grande autorité reconnue par la communauté. La distinction de Bochenski entre *l'autorité épistémique* (l'autorité de celui qui sait plus) et *l'autorité déontique* (l'autorité de celui qui occupe une fonction) (1979, 59-95) nous montre que l'autorité de l'individu peut venir par des voies différentes sans être nécessaire d'être présentes toutes deux en même temps : un individu peut avoir une excellente expertise sans avoir une fonction dans son domaine de compétence, un autre peut avoir une poste de pouvoir sans être compétent dans le domaine ! Le discours politique d'un leader expert s'impose par la compétence de l'orateur, celui du chef par le fait qu'il est chef ! Une expertise exceptionnelle ainsi qu'une haute fonction ont la capacité de séduire. Évidemment, à des degrés différents. Le charisme exceptionnel est vu, souvent, comme étant "d'inspiration surnaturelle" et il induit une "attraction magique" de la foule et détermine une "adhésion archétypique" de la part de cette dernière (Dorna 2012, 74-75).

Le charisme et "l'homme providentiel" qui l'incarne peuvent apparaître dans des contextes favorables, dans des conditions exceptionnelles (les conditions exceptionnelles demandent des hommes exceptionnels), dans des temps historiques propices, à des tournants politiques dramatiques pour la communauté. Ils doivent profiter au maximum de ces opportunités et doivent les valoriser d'une façon inégalable au bénéfice des foules. César, Jeanne d'Arc, Lénine ont trouvé dans leur temps historique et dans les moments dramatiques de leur peuple toutes les conditions favorables pour se manifester comme des leaders charismatiques que l'histoire a retenus. Peut-être d'autres personnalités avec des qualités exceptionnelles n'ont pas bénéficié de ces contextes et sont restés pour toujours dans le catalogue non écrit des promesses échoués ! C'est la "ruse de l'histoire".

Certains exégètes lient la présence du leader charismatique aux *régimes populistes* (Dorna 1999 ; Allahar 2001,1-32 ; Zehndorfer 2019, 68-98). Vraiment, le populisme comme doctrine politique et les discours populistes comme formes de disséminer une telle doctrine apparaissent dans les périodes de désespoir de la vie de la communauté, un temps où tous parlent du peuple, au nom du peuple et pour le peuple d'une façon éclatante, passionnelle, flamboyante. Une histoire des régimes politiques populistes identifie une galerie de leaders charismatiques plus ou moins

connus (Rosanvallon 2020, 103-185). Le populisme est le terrain favorable où peuvent se manifester pleinement les leaders charismatiques : les décisions politiques radicales, les actions en force et inattendues par rapport au pouvoir, les combinaisons stratégiques à grande échelle, les discours populistes séduisants à chaque pas. Disons encore que, dans ces discours populistes, la langue de bois occupe un espace assez large par rapport à leur base argumentative (Delporte 2009).

### **5. Peut-on dire tout en politique ?**

Les mots qui ouvrent le *Discours sur le style* de Buffon conviennent merveilleusement à la politique : “Il s’est trouvé dans tous les temps des hommes qui ont su commander aux autres par la puissance de la parole”. Avons-nous raison de tirer la conclusion que, dans ce domaine, notre liberté de dire est illimitée ? Constatons, tout d’abord, que la diversité thématique d’un tel type de discours est presque sans limites. Des discours populistes, des discours racistes, des discours antisémites, des discours qui ont propagé la haine de classe, de race, de genre ont trouvé, au long de l’histoire, un espace de manifestation dans les confrontations politiques des sociétés anciennes ou de celles modernes. Au nom d’un impératif bien pointé par Voltaire et, jusqu’à la fin, honorable : “Je désapprouve totalement ce que vous dites mais je défendrai jusque dans la mort votre droit de le dire”.

La rhétorique nous aide à constater que cette liberté presque sans limite de parler sur tout dans la politique est tenue sous contrôle par la relation dynamique entre les éléments de la triade rhétorique : *ethos-logos-pathos*. Vraiment, à la limite, on peut parler sur tout sujet. Avec une petite remarque : s’il y a quelqu’un qui veut nous écouter ! Ensuite, si cette condition est accomplie, si celui ou ceux qui nous écoutent sont d’accord avec nos idées. Par conséquent, le pathos, c’est-à-dire l’auditoire, a la possibilité de limiter drastiquement notre possibilité de dire et notre possibilité plus risquée de tout dire !

On souligne que cette possibilité immense qu’a l’auditoire de s’opposer à un vrai impérialisme thématique de l’ethos n’est pas seulement un don théorique mais, plusieurs fois, une manifestation pratique, concrète. Pourquoi les partis politiques obtiennent seulement des pourcentages aux élections ? Parce que leurs actions et leurs discours électoraux sont acceptés par certains citoyens et réfutés par les autres. L’esprit critique de l’auditoire est celui qui fait la différence.

Cet esprit critique – l'espoir de tous pour fonctionner la démocratie et pour éviter les dérapages comme la dictature ou l'anarchie – se manifeste, c'est-à-dire entre en action, *en fonction de ces trois instances performatives* dont nous avons parlé ci-dessus : la conviction, la persuasion, la séduction. Un homme politique qui parle devant la foule et fait la preuve des arguments puissants, des explications pertinentes, des réponses claires et distinctes, des dialogues constructifs a toutes les chances de gagner la confiance des citoyens et, finalement, de les convaincre que ses idées et leurs applications pratiques sont au bénéfice de chaque individu et de tous. C'est l'exemple de la discussion critique honnête et honorable qui a l'avantage de la conviction. Évidemment que tous les arguments, toutes les explications n'ont pas l'allure du rationnel pur qu'ils s'imposent à tous (chose impossible dans le discours politique), mais, comme tonalité dominante, le discours fait la preuve d'un fondement de rationalité avec une influence convaincante chez les récepteurs. Si l'homme politique présente devant les citoyens des projets qui expriment des aspects locaux, particuliers, des visions limitées à son groupe ou à son parti et la base argumentative est située dans le même cadre, alors il va générer l'adhésion d'un nombre plus ou moins important de citoyens qui ont été persuadés par ses idées et ses actions. Peut-être, avec subtilité, il peut éviter les questions dérangeantes, qui visent des idées contraires à son groupe et à son parti. Le discours est, évidemment, partisan et il doit faire face à toutes les opinions qui s'opposent. Sans éluder complètement la vérité et la rationalité, un tel discours reste cantonné aux arguments d'ordre individuel, limités dans leur fonction universelle. Enfin, celui qui veut obtenir l'adhésion du public par ses qualités individuelles qui n'ont pas un lien visible avec l'argumentation et la soutenance rationnelle (charisme, beauté, honneur, gloire, prestige, adoration) peut le faire par hasard : il y a des hommes qui ont une réaction favorable à la beauté, au charisme, au prestige de l'orateur. Mais nous ne pouvons jamais savoir combien sont ces individus, si leur réaction favorable est permanente, si elle est valable dans tous les contextes. De telles qualités ne sont ni nécessaires, ni suffisantes pour obtenir l'adhésion des récepteurs. Plusieurs fois elles sont réfutées. Mais il est vrai que beaucoup de confrontations électorales ont été gagnées grâce à de telles qualités !

On veut souligner à ce point une question importante : les *discours politiques ne sont pas exclusivistes* au sens qu'ils utilisent soit seulement le trajet rationnel, soit seulement les arguments personnalisés, soit seulement les ingrédients extra-argumentatifs. Ils ne visent pas ou bien convaincre, ou bien persuader, ou bien séduire. En général, de tels

discours sont un mélange tout à fait harmonieux entre les trois composantes qui ont en vue d'obtenir l'adhésion. Ce qui fait la différence, c'est la valorisation différente de l'une ou de l'autre de ces composantes. Cette valorisation différente donne la *tonalité dominante* d'un discours ou d'un autre. Par conséquent, on peut découvrir facilement dans la pratique discursive politique plus ancienne ou plus moderne des discours politiques qui soient prédominant convaincants, prédominant persuasifs ou prédominant séduisants. On trouve donc, dans tous les discours, les argumentations fortes, contraignantes pour tous, les argumentations locales, personnalisées ou les expositions intéressantes des qualités exceptionnelles où toutes "participent" (au sens platonicien du terme) à la réalisation de l'adhésion.

D'autre part, avec toute la précaution nécessaire, on veut proposer quelques illustrations des hommes politiques importants et connus, qui sont de possibles exemples des discours convaincants, persuasifs ou séduisants. À notre opinion, Lénine est le leader politique qui parle au nom du groupe (le prolétariat de Russie) et ses discours sont, généralement parlant, dominant persuasifs. Tous les arguments, tous les faits, toutes les explications visent le prolétariat et ses problèmes. Son discours "Le pouvoir aux Soviets" (septembre 1917) est caractéristique pour l'essai de Lénine de persuader le peuple. Il n'est pas le seul : Napoléon, Hitler, Castro s'encadrent dans la même catégorie. Au contraire, Martin Luther King Jr. est l'exemple percutant de l'homme politique qui veut convaincre. Ses discours sont, dans leur grande majorité, convaincants. Son argumentation a, au centre, les valeurs universelles de l'humanité, elles constituent les arguments et les preuves qui, grâce à l'effet contraignant de la rationalité, doivent s'imposer à tous. Le discours célèbre "J'ai un rêve" (28 août 1963) est et reste symptomatique de ce point de vue. Nelson Mandela peut aussi être encadré dans cette catégorie. Également Abraham Lincoln, par exemple (son connu "Discours à Gettysburg" du 19 novembre 1863 est illustratif). Enfin, beaucoup d'hommes politiques sont, par excellence, charismatiques : Reagan, Gorbatchev. On parle même d'un "charisme révolutionnaire" (les leaders de la révolution du 1789 comme Saint-Just ou Robespierre, Lénine, Che Guevara, certains politiciens latino-américains).

## 6. Sur la morphologie du discours politique

Tout le long de notre démarche, nous avons voulu identifier le trait qui peut être considéré comme l'enjeu de ce type de discours. Tout d'abord, on veut remarquer l'intention maximale d'un tel discours. Le

discours politique veut convaincre. S'il ne réussit pas, alors il recourt à la persuasion. S'il n'a pas de succès ni cette fois, il ne peut viser que la séduction. Avec cette dernière, le discours politique épuise toutes les possibilités d'action pour déterminer l'adhésion de son auditoire. En faisant appel à l'une ou à l'autre de ces instances performatives ou à leur action conjuguée, l'orateur politique est accompagné, dans beaucoup de cas, par le succès discursif.

Ce qui ne peut pas être dit par rapport à d'autres types de discours. Par exemple, dans le discours scientifique, les chercheurs doivent convaincre un auditoire spécialisé que leurs idées, leurs explications, leurs démonstrations sont vraies et valides. Ils ne doivent pas persuader ou séduire un tel auditoire pour assumer ses idées ou ses explications. Également, le discours littéraire doit séduire le public ou le lecteur. L'explication stricte et la conviction ne trouvent pas le milieu convenable, adéquat et fréquentable dans ce type de discours, parce que son but est totalement différent : s'il ne séduit pas, il n'est pas un discours littéraire authentiquement ! Sur un axe qui a pour extrémités à un pôle le discours scientifique (convaincre exclusivement) et à l'autre le discours littéraire (séduire exclusivement) sont placés tous les autres types de discours (religieux, éducationnel, philosophique, etc.) plus près ou plus loin de ces extrémités en fonction de la pondération de ces trois voies d'action discursive : la conviction, la persuasion et la séduction. À une égale distance entre ces deux pôles s'installe le discours politique, dans une permanente balance entre les deux extrémités.

Les instruments d'action discursive accompagnent les trois instances performatives aussi que l'ombre qui accompagne l'homme. Les arguments captifs, les techniques des déductions strictes, les explications qui obligent à une pleine compréhension des phénomènes sont convoqués par le discours scientifique pour assurer la conviction. À l'autre extrémité, le discours littéraire plonge dans les ornements stylistiques, dans une expressivité débordante, dans une virtuosité de la construction d'un édifice qui fait une impression vivante et captivante. Il sort ainsi l'auditoire de la vie quotidienne et de sa banalité et l'élève aux hautes sphères de la beauté unique. Séduire est le nom de tout ce qui se passe à l'intérieur d'un discours littéraire et dans sa relation sacrée avec le public. De ce point de vue, le discours politique fait appel à tout. Les ressources logiques sont mises en coopération avec les "arguments individuels" et les éléments d'expressivité qui créent une bonne impression aux foules. Ensemble, elles peuvent générer des passions presque obsessives pour les idées politiques et pour leur application pratique. C'est le but ultime d'un tel type de discours.

Les grands discours politiques du monde et l'art des orateurs illustres de ce domaine confirment en grande mesure ces affirmations. Les *Philippiques* sont un réquisitoire à l'adresse d'Antoine. Comment sont-ils ces discours construits ? Comme une harmonie parfaite entre les idées qui accusent et les expressions éclatantes qui les expriment ! (Salavastru 2021, 197-227). Dans ces discours politiques, Cicéron a laissé se manifester largement et presque sans limitations son talent d'orateur d'exception, ses habiletés d'argumenter et de parler en public, ses vertus de générer des émotions, des passions et des actions efficaces, ce qui a fait les exégètes d'affirmer : “[...] combien de gens pour lesquels Cicéron n'est que l'auteur des *Catilinaires* et des *Philippiques* !” (Pichon 1919, 183).

Dans le monde moderne, Élisabeth I<sup>ère</sup> d'Angleterre, cet enfant indésirable et non aimé à sa naissance, prononce un “discours mémorable” avant la bataille de Tilbury (le 8 août 1588), devant ses armées. La reine, avec une énorme popularité, essaie, par tous les arguments possibles, à motiver et à donner du courage aux troupes pour défendre la patrie et la couronne devant l'imminente invasion de l'Espagne. De ce discours est restée, au-delà de son argumentation, sa célèbre expression : “Je sais que j'ai le corps d'une faible femme mais j'ai le cœur et l'estomac d'un roi, qui plus est d'un roi d'Angleterre” ! C'est l'un des motifs pour lequel la “période élisabéthaine” de l'histoire de l'Angleterre a été et est encore aujourd'hui inestimable.

Enfin, pour revenir à nos jours, le célèbre discours de John F. Kennedy prononcé face au mur de Berlin (le 26 juin 1963), c'est une plaidoirie touchante pour la démocratie et pour la liberté. Le personnage, diplomate et homme politique de carrière, “qui a séduit et qui séduit encore aujourd'hui” (Montefiore 2010, 134), s'adresse aux berlinois en invoquant une série de preuves en faveur de la liberté (la distance entre le monde libre et celui communiste, le mur de Berlin sépare les familles, divise les frères et les sœurs, divise un peuple qui veut être uni, une paix durable en Europe n'est pas possible avec le peuple allemand divisé, etc.). En même temps, le discours contient des expressions touchantes qui créent une atmosphère pleine de tension dans l'âme des berlinois, de tous les Allemands. Par exemple, cette répétition presque obsessionnelle : “Qu'ils viennent à Berlin”, qui induit l'idée que tout peut être expliqué et compris si on voit Berlin, c'est une inédite modalité de pointer la situation tragique de Berlin dans les conditions de l'instauration du “rideau de fer”. Et elle n'est pas singulière.

Le discours politique et tout ce qu'il contient (des convictions, des persuasions, des séductions) peuvent prendre des métamorphoses

intéressantes en fonction de la nature du régime politique. Dans les régimes totalitaires, le discours politique est, en ses lignes générales, uniformisé. Les mêmes idées s'entourent autour des lignes directrices de celui qui détient le pouvoir. Plusieurs fois, l'absence de la conviction est évidente, la persuasion du leader suprême et de ses acolytes est en premier lieu, la séduction, si elle est présente, appartient au leader. Une propagande enflammante, une démagogie visible, une langue de bois facile à découvrir constituent les ingrédients qui peuvent être identifiés dans ces discours politiques. Lénine, Hitler, Mao Zedong, Castro, Ceausescu ont produit de tels discours qu'aujourd'hui personne ne lit plus. Peut-être seulement les chercheurs intéressés par ce phénomène du totalitarisme.

Les régimes démocratiques ouvrent un très large champ de manifestation à l'art oratoire. Par conséquent, les discours politiques fleurissent et la diversité est leur marque essentielle. Diversité d'idées, de constructions discursives, de présences oratoires, même de gestualité. Ces discours sont un réseau de convictions, de persuasions, de séductions sans pouvoir dire qu'il y a toujours une harmonie entre elles. Peut-être seulement dans ceux qui sont, vraiment, des grands discours politiques. Comme la démocratie est, en premier lieu, la liberté de dire, dans ce type de régime politique se donnent la main les discours populistes, les discours réalistes, les discours de genre, les discours écologistes, parfois les discours racistes. La démocratie bénéficie, à l'intérieur de sa construction, d'assez d'instruments de défense contre les extrémismes.

Enfin, les anarchies, qui considèrent l'État comme le suprême mal de la société, l'ennemi de tous et de chacun à part, ont un discours politique qui paraît plutôt populiste et individualiste. L'individu ne doit pas être limité dans ses droits et dans ses libertés. Comment ? Des régimes avec une vie courte et passagère, les anarchies ne peuvent pas tenir sous contrôle leurs discours et même les actions de leurs membres. Ce sont des anarchies, n'est-ce pas ? Il est difficile à saisir un quelconque ordre en ce qui concerne le rôle du convaincre, de la persuasion, ou de la séduction là où tous croient que leurs opinions, leurs questions, leurs réponses sont les plus avisées et doivent être mises en pratique immédiatement !

## **7. Un court bilan**

Avons-nous répondu à la question implicite contenue dans le titre de notre essai ? Sait-il notre lecteur plus par rapport au début du contact avec notre texte ? Ce ne sont pas des questions rhétoriques. Notre recherche essaie de souligner quelques marques du discours politique

concernant cette triade de la performativité discursive : convaincre, persuader, séduire. En premier lieu, on veut montrer que les trois instances de la performance discursives ont des mécanismes d'influencer notre pensée, notre conscience, notre comportement, notre volonté, nos émotions ou nos sentiments tout à fait différents. Ils tiennent soit de la rationalité, soit de l'individualité psychologique de l'orateur.

Ensuite, quant au discours politique et ses rapports avec ces instances, on veut remarquer qu'un tel discours est une organisation dynamique qui veut tenir un équilibre (toujours instable), et une harmonie (toujours mise à l'essai) entre les actes de convaincre, de persuader et de séduire en tenant compte de tous les contextes qui interviennent (la nature de l'auditoire, les intérêts de groupe ou de parti, les ressources d'argumentation et d'expression de l'orateur, l'atmosphère du discours).

D'autre part, on veut souligner que, sur un axe de la position des discours, construit en fonction de la présence et de la pondération de ces trois instances performatives dans l'économie de chaque type de discours, l'axe imaginaire qui contient à ses deux points extrêmes le discours scientifique (totalement rationnel et convaincant) et le discours littéraire (totalement passionnel et séduisant), le discours politique est placé à égale distance de ces deux extrémités, une position médiane qui l'aide à capter et à englober, dans une balance permanente, plus ou moins, ces instruments d'influence.

Enfin, on veut suggérer que la présence et la pondération de chacune de ces instances performatives dans la construction et, surtout, dans la soutenance du discours devant le public, sont en grande dépendance de la nature des régimes politiques. La tyrannie n'est pas un terrain propice aux argumentations strictement rationnelles, ni à la diversité des points de vue développés par l'intermédiaire d'un discours, tandis que l'anarchie n'a pas de limites de ce point de vue ! Il reste à la démocratie la difficile mission d'avancer "avec le piano dans les escaliers" à travers ces voies à l'aide desquelles le discours politique veut s'insinuer dans la pensée et dans l'âme de l'auditoire.

### **Références bibliographiques**

- ALLAHAR, Anton L. 2001. "Charisma and Populism : Theoretical Reflections on Leadership and Legitimacy", In : ALLAHAR Anton L. (ed.). *Caribbean Charisma : Reflections on Leadership, Legitimacy and Populist Politics*. Boulder & London : Lynne Rienner Publishers, 1-32.

- ARISTOTE. 1960. *Rhétorique*. Tome premier (livre I). Texte établi et traduit par Médéric Dufour. Sixième tirage. Paris : Société d'Édition «Les Belles Lettres».
- BÉLANGER, Jean. 1970. *Technique et pratique de l'argumentation. Comment discuter, convaincre, réfuter, persuader*. Paris : Dunod.
- BOCHENSKI, J. F. 1979. *Qu'est-ce que l'autorité ? Introduction à la logique de l'autorité*. Fribourg : Éditions Universitaires ; Paris : Éditions de Cerf.
- COMTE-SPOMVILLE, André. 2013. *Dictionnaire philosophique*, Quadrige. Paris : PUF.
- DELPORTE, Christian. 2011. *Une histoire de la langue de bois*. Paris : Flammarion.
- DORNA, Alexandre. 1998. *Le leader charismatique*. "Provocations". Paris : Desclée de Brouwer. 1999. *Le populisme*. Paris : PUF. 2012. *Faut-il avoir peur de l'homme providentiel ?* Paris : Bréal.
- KANT, Emmanuel. 2006. *Critique de la raison pure*. Traduction, présentation et notes par Alain Renaut. Paris : GF-Flammarion.
- MATHIEU-CASTELLANI, Gisèle. 2000. *La rhétorique des passions*. Paris : PUF.
- MEYER, Michel. 1986. *De la problématologie*. Bruxelles : Pierre Mardaga.
- MONTEFIORE, Simon Sebag (présentation de). 2010. *Ces grands discours qui ont changé le monde. De Jésus à Obama*. Paris : Dunod.
- PERELMAN, Chaïm ; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. 2008. *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*. 6e édition. Bruxelles : Éditions de l'Université de Bruxelles.
- PICHON, René. 1919. *Histoire de la littérature latine*. Septième édition revue. Paris : Hachette et Cie.
- REBOUL, Olivier. 2001. *Introduction à la rhétorique*. Paris : PUF.
- ROSANVALLON, Pierre. 2020. *Le siècle du populisme. Histoire, théorie, critique*. Paris : Éditions du Seuil.
- SALAVASTRU, Constantin. 2004. *Rhétorique et politique. Le pouvoir du discours et le discours du pouvoir*. Paris : l'Harmattan. 2009. *Le discours du pouvoir* Bucarest : Tritonic (en roumain). 2018. *Éloge de l'éloquence : Cicéron, Les Catilinaires*. Iassy : Éditions de l'Université "Al. I. Cuza" (en roumain). 2020. *Quand philosopher, c'est questionner*, Revue Internationale de Philosophie, 4 / 2020, vol. 74, no. 294. 2021. "Le destin de la rhétorique : entre grandeur et décadence". *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric*. 19 (1) : 23-42. 2021. *Avons-nous toujours raison ?* Iassy : Éditions de l'Université "Al. I. Cuza" (en roumain).
- WEBER, Max. 1995. *Économie et société*, 1. Traduit de l'allemand sous la direction de Jacques Chavy et d'Eric de Dampierre. Paris, : Pocket.
- ZEHNDORFER, Elesa. 2019. *Évolution, Politics and Charisma. Why Do Populists Win ?* New-York & London : Routledge, Taylor & Francis Group, 68-98.
- ZÚQUETE, José Pedro (ed.). 2021. *Routledge International Handbook of Charisma*. London and New-York : Taylor & Francis Group.