

Reçu le : 17-02-2025

Accepté le : 20-05-2025

**La joute oratoire du siècle de Kamala HARRIS et Donald TRUMP
(Cas du débat télévisé des présidentielles américaines)**

**The Oratorical Joist of the Century between Kamala HARRIS and Donald
TRUMP (Case of the Televised Us Presidential Debate)**

Amel Imène SALHI, Sonia HADJAR.

Université Abou Al-Qasim Saadallah, Alger 2, Algérie, imenamel.salhi@univ-alger2.dz.

Université Chahid Cheikh Larbi Tebessi, Tébessa, Algérie, Sonia.hadjar@univ-tebessa.dz

Résumé

Cette contribution s'inscrit dans l'analyse du discours et vise à examiner les stratégies rhétoriques déployées lors du débat du 10 septembre 2024 entre Donald Trump et Kamala Harris. L'objectif de cette recherche est de mettre en lumière les stratégies argumentatives et les dynamiques linguistiques utilisées pour influencer et convaincre la majorité du grand public de voter pour les deux candidats. Pour ce faire, nous avons analysé des extraits du débat produits par les deux candidats. L'analyse révèle que chacun a adopté une stratégie opposée pour rallier l'adhésion de l'auditoire : Trump a misé sur son image d'homme d'affaires « self-made » et sur ses réalisations dans le monde des affaires, tandis que Harris a privilégié une posture rhétorique plus logique et factuelle.

Mots-clés : Argumentation, Stratégies rhétoriques, Débat politique, Election présidentielle

Abstract

This contribution is part of the analysis of the speech and aims to examine the rhetorical strategies deployed during the debate on September 10, 2024 between Donald Trump and Kamala Harris. The objective of this research is to highlight the argumentative strategies and linguistic dynamics used to influence and convince the majority of the general public to vote for them. To do so, we analysed excerpts from the debate produced by both candidates. The analysis reveals that everyone took a different approach to win over the audience: Trump relied on his image as a self-made businessman and his achievements in the business world, Harris preferred a more logical and factual rhetorical stance.

Keywords: Argumentation, Rhetorical strategies, Political debate, Presidential elections

Introduction

Le discours politique est un type de discours qui exige une recherche approfondie afin de mieux comprendre sa nature complexe et multiforme. Il est un phénomène discursif en constante évolution, il se trouve à l'intersection de multiples facteurs politiques, sociaux et culturels qui influencent sa construction et sa réception.

Parmi les diverses formes du discours politique, le débat politique revêt une importance particulière dans la structuration de l'espace public et le façonnement du discours démocratique. Il s'impose comme un moment clés de la communication démocratique, où l'art de persuader se conjugue à la nécessité de convaincre un large auditoire dans des délais souvent très contraints. Ces confrontations discursives, particulièrement dans le contexte des élections américaines, révèlent non seulement les divergences idéologiques entre candidats, mais aussi les subtilités des stratégies rhétoriques et argumentatives mobilisées pour capturer l'attention et influencer les opinions publiques.

Le débat ou « la jouite oratoire » comme le désigne Charaudeau dans son article : *Le débat présidentiel. Un combat de mots. Une victoire aux points*, (2015) tant attendu entre le candidat républicain Donald Trump et la candidate démocrate Kamala Harris constitue un objet d'étude, tant pour la richesse des tactiques employées que pour leur portée symbolique et politique, il se distingue non seulement par le contraste idéologique de leurs visions, mais aussi par les mécanismes discursifs qu'ils mobilisent pour séduire leurs publics respectifs.

Cette étude s'inscrit dans une perspective interdisciplinaire, croisant l'analyse du discours et les théories classiques de la rhétorique pour décortiquer les mécanismes sous-jacents aux interventions des deux candidats. A travers cette recherche nous allons essayer de contribuer à la compréhension des mécanismes discursifs qui façonnent les perceptions publiques et influencent les choix électoraux, en se proposant d'explorer les procédés linguistiques et rhétoriques spécifiques qui se jouent dans ce face-à-face pour séduire et mobiliser l'auditoire. Nous tenterons de répondre au questionnement suivant : comment se construisent et se déconstruisent les arguments ? comment s'orchestrent les attaques et les défenses ? Et comment s'instrumentalise l'émotion pour renforcer l'adhésion ou susciter le rejet ? Par le biais de cette investigation, nous nous attachons à dévoiler les rouages discursifs au cœur de ce débat en se focalisant sur des enjeux plus larges, notamment ceux liés à la manipulation discursive, à la construction de l'image de soi (ethos) et à l'exploitation des émotions collectives (pathos) pour servir des objectifs stratégiques.

En somme, cette recherche vise à contribuer à une compréhension des stratégies de persuasion dans les discours politiques contemporains, tout en offrant un éclairage sur les pratiques rhétoriques.

I. Cadre théorique

1. Le débat politique

Le débat politique peut être défini comme un échange verbal formel et argumenté entre des acteurs politiques, organisé dans un cadre institutionnalisé et destiné à un auditoire public, généralement dans le contexte d'une compétition électorale ou d'un enjeu politique spécifique. Il constitue un espace privilégié de confrontation d'idées, d'arguments et de visions du monde, où les participants cherchent à défendre leurs positions, à discréditer leurs adversaires et à mobiliser un soutien populaire. Le débat politique ne se limite pas à l'expression de désaccords ou à la présentation de programmes ; il est également une mise en scène performative, où les candidats ou orateurs exploitent des stratégies rhétoriques et discursives pour construire une image d'autorité (ethos), susciter l'émotion (pathos) et convaincre par des arguments rationnels (logos). Comme le précise Charaudeau : « *le débat politique est une scène où se jouent à la fois l'information, la persuasion et la séduction, dans un équilibre fragile entre rationalité argumentative et manipulation affective* » (2005).

En somme, le débat politique est une arène linguistique, idéologique et performative, dans laquelle se croisent des enjeux multiples : la confrontation des idées, la quête de légitimité et d'influence, et la mobilisation des publics. Il est à la fois une pratique essentielle du jeu démocratique et un objet complexe à analyser, car il s'inscrit à la croisée de plusieurs disciplines : la rhétorique, l'analyse du discours, les sciences politiques, la pragmatique et les études médiatiques.

2. La rhétorique dans le discours politique

D'un point de vue rhétorique, le débat politique mobilise les trois dimensions aristotéliennes du discours : l'**ethos**, ou la construction d'une image crédible et charismatique de soi ; le **logos**, ou la structuration logique et rationnelle des arguments ; et le **pathos**, qui s'appuie sur l'exploitation des émotions pour susciter l'adhésion ou mobiliser un rejet. Ces trois composantes sont maniées de manière stratégique, non seulement pour convaincre, mais également pour influencer subtilement les cadres interprétatifs à travers lesquels le public juge les échanges. En ce sens, le débat politique ne se limite pas à une simple juxtaposition d'idées contradictoires : il constitue une mise en scène performative et médiatisée, dans laquelle les

discours se déploient en interaction constante avec les attentes sociopolitiques et culturelles du moment.

3. Présentation et description du corpus

Le débat entre Kamala Harris et Donald Trump a eu lieu le 10 septembre 2024 au National Constitution Center de Philadelphie, en Pennsylvanie. Il a débuté à 21 heures, heure locale, soit 3 heures du matin en France. Aux États-Unis, il a été diffusé en direct sur la chaîne ABC. En France, des chaînes telles que LCI ont retransmis l'événement en direct.

Ce débat, d'une durée de 90 minutes, s'est déroulé sans public et sans notes. Les candidats ont répondu aux questions des modérateurs, David Muir et Linsey Davis, avec des micros coupés lors des prises de parole de l'opposant, afin d'assurer une discussion ordonnée.

C'était la première fois qu'ils se retrouvaient face à face, à moins de deux mois d'une élection présidentielle qui s'annonce historique.

Pendant une heure et demie, la vice-présidente démocrate et le candidat républicain ont abordé deux volets importants, le volet national et le volet international, dans le volet national les deux candidats ont abordé les sujets suivants : l'économie et l'inflation des prix, l'immigration et la protection des frontières, l'avortement, les impôts, la criminalité, l'emploi et le travail et enfin la santé et la couverture médicale.

Le second volet prend en charge les crises politiques en cours l'Ukraine et Gaza, toutefois ils n'ont pas apporté ou proposé de solutions claires, de son côté, Trump a promis de régler ces deux crises en 24 heures avant même d'entrer à la maison blanche. Quant à Harris, elle a poursuivi son soutien à l'Ukraine et elle a demandé que la guerre s'arrête et que les Palestiniens aient droit à un État.

En ce qui concerne la collecte du corpus, nous tenons à préciser que nous avons visionner les deux versions télévisées, la version américaine sur le site : (youtube.com/watch?v=VgsC-aBquUE) et la version française sur le site :(rmcbfmplay.com/vidéo/bfm-tv/speciale-presidentielle-americaine). Puis nous avons transcrit et traduit les passages à analyser.

4. Analyse du corpus

Dans cette partie, nous analysons le débat de Kamala Harris et Donald Trump en se focalisant sur les trois preuves rhétoriques d'Aristote.

4.1. Etude de l'Ethos

Selon l'ancienne rhétorique d'Aristote, L'éthos, « désigne l'image que l'orateur donne de lui-même à travers son comportement verbal, sa tenue, son élocution. » BARBERIS, J.-M. (2001, p :112) D'après Aristote l'ethos est l'image de crédibilité que le locuteur projette dans son discours. Il se construit à travers l'image que chaque intervenant projette : leur personnalité, leur rôle institutionnel, et leur capacité à apparaître comme des figures respectées et fiables. De là on peut bien comprendre que « *toute prise de parole implique la construction d'une image de soi* ». (Amossy,1999).

Dans les débats politiques, l'éthos représente d'une image de soi que tente l'orateur de se construire de sa personne dans l'intention de confirmer sa présence et de convaincre autrui l'éthos joue un rôle crucial, les politiciens le préconisent comme une stratégie afin d'influencer la perception du public et déterminer l'efficacité des arguments présentés.

Dans le débat entre Harris et Trump, chacun a utilisé certes des stratégies différentes pour construire et projeter leur éthos, reflétant leurs personnalités et leurs campagnes respectives, chose que nous allons confirmer dans cette étude.

4.1.1. L'éthos de Donald Trump

a. Self-made man

L'éthos chez Donald Trump se manifeste de plusieurs manières, le candidat s'octroie d'emblée son image d'homme d'affaires, Trump se présente constamment comme un entrepreneur à succès, capable de gérer le pays comme une entreprise. Cette image de « *self-made man* » : « autodidacte » renforce son ethos auprès de ceux qui voient en lui quelqu'un qui a réussi dans le privé et peut appliquer la même logique à la gouvernance. Il capitalise sur son expérience en affaires pour se distinguer des politiciens de carrière, souvent perçus comme « déconnectés de la réalité comme » comme il le disait.

Pour renforcer sa crédibilité, le candidat se positionne comme un « outsider » contre les "élites corrompues", il veut montrer qu'il est proche des classes populaires et il est l'anti-élitisme, face à un système politique qu'il juge corrompu et inefficace. Son ethos est celui d'un homme qui défend « *l'Américain ordinaire* » contre les élites de Washington et les médias. Et à ce propos le candidat déclare : « *I built a successful business empire. I know how to create jobs, unlike career politicians like Kamala Harris*».

Traduction : « J'ai bâti un empire d'affaires prospère. Je sais comment créer des emplois, contrairement aux politiciens de carrière comme Kamala Harris ». Il utilise son parcours

personnel comme preuve de sa compétence, tout en discréditant l'expérience politique traditionnelle. A travers ces propos, le candidat cherche à créer une distinction claire entre lui-même et ses adversaires pour solidifier son éthos.

b. L'authenticité

En outre, Trump mise sur une « image d'authenticité », Il parle souvent de manière directe et pragmatique, sans filtre, et cela renforce l'idée qu'il dit « *the way things are* » : (les choses telles qu'elles sont), contrairement à d'autres politiciens. Cette franchise, bien que controversée, joue en sa faveur auprès d'un public qui valorise son honnêteté perçue.

4.1.2. L'éthos de Kamala Harris

L'éthos de Kamala Harris est construit sur ses expériences professionnelles et personnelles, sa compétence, et son engagement pour les droits civiques. Harris a occupé des postes importants, tels que procureur général de Californie et sénatrice des États-Unis, ce qui lui confère une crédibilité certaine en matière de gouvernance et de droit. Son éthos repose sur son parcours en tant qu'experte en matière de justice et de législation, ce qui est un argument clé pour son audience. « *I will not sit here and listen to the Vice President lecture me on what it means to uphold the laws of our country* ».

Traduction : « Je ne resterai pas assis ici à écouter le vice-président me faire la leçon sur ce que signifie faire respecter les lois de notre pays ». Cela lui permet de légitimer ses positions tout en instaurant une forme de confiance auprès du public.

a. Engagement pour la justice :

Elle renforce également son ethos en se positionnant comme une championne des droits civils, des droits des femmes, et des minorités. Son histoire familiale et personnelle, marquée par des combats pour la justice sociale, renforce son image de défenseure des opprimés. Elle parle souvent de ces thèmes pour rappeler qu'elle comprend les défis que rencontrent les citoyens, en particulier ceux issus de groupes historiquement marginalisés.

b. Crédibilité morale

Harris met en avant une image de probité morale. Elle insiste sur son engagement pour les valeurs démocratiques et l'état de droit. En tant que femme noire et asiatique-américaine occupant l'un des postes les plus élevés du pays, elle représente un symbole fort de progrès et de diversité, renforçant ainsi sa légitimité et affirmant son autorité dans le débat, elle a dit :

«*We need to reform our police and criminal justice system because there has been too much suffering, too much trauma* ».

Traduction : « Nous avons besoin d'une réforme de notre système de police et de notre système de justice pénale, car il y a eu trop de souffrances, trop de traumatismes » ou encore quand elle dit aussi : «*You are not running against Joe Biden but against me* ».

Traduction : « Vous ne vous présentez pas contre Joe Biden mais contre moi ».

4.2. Etude du pathos

Le pathos constitue l'argumentation affectif, il désigne un débordement émotionnel qui vise à persuader le public, à orienter ses comportements et à mobiliser ses actions, l'utilisation de la parole pathétique constitue un atout majeur pour l'orateur, elle permet l'adhésion de l'auditoire à sa prise de position. Maingueneau et Charaudeau ont dit que : « *Les vertus de la parole pathétique sont proches de la parole magique* ». (1960,p : 257)

Dans un débat politique et plus particulièrement pour des élections présidentielles, Les deux candidats, cherchent le maniement des sentiments à travers quelques techniques et quelques moyens linguistiques, à la provocation et à l'argumentation émotionnelle qui stimulent et mobilisent les sentiments, la peur, la pitié, le bien-être afin d'attirer et d'orienter l'auditeur., « *qui déclenchent l'émotion du sujet parlant et qu'il est impossible de construire un objet de discours sans construire simultanément une attitude émotionnelle vis-à-vis cet objet* ». Charaudeau et, Maingueneau (2002).

Pour Plantin, plus les émotions sont intenses, plus le discours politique est efficace. Il s'agit de dramatiser le discours pour légitimer des informations parfois même fausses ou trompeuses ,il déclare à ce propos : « [...] *Le discours doit enseigner, plaire et toucher : car la voie intellectuelle ne suffit pas à déclencher l'action* » cité par AMOSSY, (2012, p : 211).

4.2.1. Le pathos de Trump

Dans son intervention, Trump choisit des sujets qui intéressent les Américains, il mobilise la peur, la colère et l'indignation pour galvaniser ses partisans, notamment sur des sujets comme l'immigration, l'économie, ou le patriotisme.

a. Pathos négatif/ La peur, la colère et la dramatisation

Par son discours, Trump mobilise des émotions fortes comme la peur et la colère pour inciter son public à agir, il cherche à renforcer à tout prix l'adhésion émotionnelle de son public, par

exemple : sur les violences urbaines, il a dit : « *If the Democrats take power, our cities will burn. They want to defund the police!* ».

Traduction : « Si les démocrates prennent le pouvoir, nos villes brûleront. Ils veulent débaucher la police ! » Cette formulation exagérée vise à susciter la peur et l'inquiétude chez les électeurs. Il utilise souvent des termes apocalyptiques pour décrire l'état du pays si ses opposants sont élus ou si ses politiques ne sont pas mises en œuvre, par exemple : « cities will burn », « our country will be invaded » : « les villes brûleront », « notre pays sera envahi ». Cela vise à déclencher une réaction émotionnelle immédiate chez les électeurs, qui se tournent alors vers lui comme une figure protectrice. Toujours pour attiser la peur d'un avenir incertain sous le règne de Kamala Harris, son adversaire, dramatise les choses et utilise des phrases dramatiques comme « Ils détruiront ce pays ».

b. La rumeur et la fausse information

Le candidat républicain a relayé une rumeur totalement fausse destiné à attiser la peur et la colère chez les citoyens, selon Trump des immigrants à Springfield, Ohio, auraient mangé des animaux domestiques, il déclare : « *In Springfield, they eat the dogs they eat the cats. They eat the pets of the people who live there* ».

Traduction : « A Springfield, ils mangent les chiens ils mangent les chats. Ils mangent les animaux de compagnie des gens qui vivent là ». Bien que, cette rumeur avait déjà été démentie, mais Trump l'a utilisée pour jouer sur les peurs xénophobes et renforcer son discours anti-immigration. D'après ces propos on remarque clairement que le candidat utilise la fausse information à une visée manipulatrice il cherche à amplifier la peur xénophobe et stimuler les émotions du public en sa faveur sans se soucier de la véracité des faits.

c. L'anecdote et la répétition

Trump emploie des anecdotes personnelles, des formulations simples et des expressions répétées par exemple : « *Make America Great Again* » : « Faire de l'Amérique une grande à nouveau ». Pour créer un impact émotionnel fort. Il utilise également des boucs émissaires par exemple : *médias, opposants politiques, fake news...*etc afin de renforcer la polarisation.

4.2.2. Le pathos de Kamala Harris

a. Appel à l'Empathie :

Harris cherche à renforcer l'empathie du public en s'appuyant sur des récits personnels, elle évoque des histoires personnelles de citoyens affectés par les politiques de Trump et des appels à la compassion pour toucher son audience. Elle évoque souvent des expériences vécues ou des figures représentatives pour incarner ses propos, elle dit par exemple : « *I remember my mother working hard to give us a better life. Like so many other Americans, she has made incredible sacrifices* ».

Traduction : « Je me souviens de ma mère, qui travaillait dur pour nous offrir une vie meilleure. Comme tant d'autres Américains, elle a fait des sacrifices incroyables ». En utilisant ce type de récits personnels, Elle vise rendre ses positions plus accessibles et humains autrement dit, elle manipule subtilement l'émotion.

Elle joue sur des valeurs universelles comme l'égalité, la justice et la dignité humaine. En s'appuyant sur des principes moraux et éthiques pour rallier l'audience à sa vision par exemple sur le climat ou l'immigration, elle a dit :

« *We have a moral obligation to protect our planet and to welcome those fleeing violence and poverty* ».

Traduction : « Nous avons l'obligation morale de protéger notre planète et d'accueillir ceux qui fuient la violence et la pauvreté ».

A travers ces propos, on peut comprendre clairement que la candidate cherche à transcender les divisions partisans afin de consolider chez le public son image d'autoritaire morale tout en suscitant l'empathie.

b. Utilisation de l'Humour

Harris utilise la stratégie de l'humour pour désarmer Trump et pour rendre ses attaques moins agressives. Par exemple, elle a ri et a fait des remarques légères lorsque Trump a fait des déclarations exagérées ou fausses, par exemple elle a ri et a dit : « *It's amazing what you can make up, Donald* ».

Traduction : « C'est incroyable ce que vous pouvez inventer, Donald.) Cette stratégie permet d'une part d'atténuer l'agressivité verbale de Trump et d'autre part pour viser la véracité de ces propos ».

c. Pathos positif/Appel à l'Espoir, à l'Optimisme et à la Solidarité

Par son pathos, la candidate démocrate mise sur des émotions positives, comme l'espoir, l'optimisme et la solidarité, plutôt que la peur ou la colère comme l'a fait son rival Trump. Elle appelle souvent à l'unité nationale et met l'accent sur l'importance de « fight together ». « se battre ensemble » pour surmonter les défis communs tels : la justice sociale, le climat, la santé. Harris a évoqué ses visions pour un avenir meilleur et a encouragé les spectateurs à croire en la possibilité de changement et de progrès, elle déclare : « *We can build a future where every child has a chance to succeed, no matter where they come from* ».

Traduction : « Nous pouvons construire un avenir où chaque enfant a une chance de réussir, peu importe d'où il vient ».

Ces stratégies de pathos ont permis à Kamala Harris de toucher les émotions des spectateurs et de renforcer son message de manière efficace.

4.3. Etude du Logos

Le **logos** dans la rhétorique aristotélicienne, désigne la dimension rationnelle, dans son ouvrage fondamental, *Rhétorique*, Aristote définit le logos comme la capacité du discours à convaincre par des preuves logiques et des démonstrations rationnelles, distinguant ainsi la persuasion fondée sur la raison de celle qui repose sur les émotions ou le caractère moral de l'orateur. « *Les preuves fournies par le discours lui-même sont celles qui démontrent ou semblent démontrer une vérité* » (1991). Selon Charaudeau, le **logos** est avant tout lié à la **dimension rationnelle** et **argumentative** d'un discours, c'est-à-dire à la manière dont un locuteur construit un raisonnement destiné à convaincre un auditoire, dans « *Le discours politique. Les masques du pouvoir* », Charaudeau souligne que : « *Le logos renvoie à l'organisation d'un discours rationnel, à travers lequel l'orateur cherche à emporter l'adhésion en mobilisant des preuves logiques et en structurant ses arguments de façon cohérente.* » (2005, p :74).

Dans les débats politiques, le logos constitue un élément crucial, car il permet aux candidats de présenter des arguments rationnels et fondés sur des faits, chose que nous allons vérifier dans cette partie de l'étude.

4.3.1. Le logos de Donald Trump

a. Arguments basés sur son expérience et ses réalisations

Trump a souvent mis en avant ses réalisations en tant que président pour justifier ses actions et ses politiques par exemple il déclare : « *Under my administration, we have taken back thousands of manufacturing jobs that the Democrats let go to China. If Biden and Harris take power, those jobs will come back, and our economy will collapse* ».

Traduction : « Sous mon administration, nous avons ramené des milliers d'emplois manufacturiers que les démocrates ont laissés partir en Chine. Si Biden et Harris prennent le pouvoir, ces emplois repartiront, et notre économie s'effondrera ». A travers cet exemple Trump établit une relation de cause à effet entre les politiques de son administration et le retour des emplois manufacturiers. Il associe sa réussite à l'échec supposé des démocrates il veut instaurer l'idée qu'avec Trump l'emploi est garanti et avec les démocrates le chômage est préservé. En outre, il fait appel à des chiffres vagues tel l'utilisation du mot « milliers » qui donne l'impression de preuves chiffrées alors qu'il s'agit de données inexacts. En effet, cette stratégie argumentative joue en sa faveur, car elle renforce sa crédibilité tout en évitant le risque d'être contredit par des données exactes.

b. Arguments non factuels

Son approche est souvent basée sur des affirmations générales et des slogans percutants, mais il s'appuie rarement sur des arguments détaillés ou des données précises ou de chiffres, par exemple il utilise des simplifications il dit : « We have the highest number of jobs in history ». Traduction : « On a le plus grand nombre d'emplois de l'histoire », on peut remarquer clairement qu'il s'agit d'une information isolée, c'est-à-dire qui n'est pas renforcée ou fondée par des statistiques ou de données précises.

Encore une fois le candidat laisse voir dans son discours des arguments non factuels : « If we hadn't closed our borders early, millions of people would have died. We made strong decisions, unlike the Democrats who would have let the virus in and not done anything ».

Traduction : « Si nous n'avions pas fermé nos frontières très tôt, des millions de personnes seraient mortes. Nous avons pris des décisions fortes, contrairement aux démocrates, qui auraient laissé entrer le virus sans rien faire ». Il s'agit d'une hypothèse contrefactuelle, par laquelle Trump veut construire un scénario hypothétique où sa décision de fermer les frontières aurait évité une catastrophe. En effet l'emploi de l'expression « millions of people » : « des millions de personnes » renforce l'idée d'une menace apocalyptique évitée grâce à son action.

c. Arguments exagérés

Pour exprimer son logos, Trump utilise un raisonnement par exagération, à travers ces propos : « *Le Green New Deal est un désastre économique. Il coûtera 100 trillions de dollars et détruira complètement notre industrie énergétique. Vous ne pourrez plus conduire votre voiture ni chauffer votre maison* ».

Traduction : « Le New Deal vert est un désastre économique. Il coûtera 100 billions de dollars et détruira complètement notre industrie énergétique. Vous ne pourrez plus conduire votre voiture ni chauffer votre maison ». Le candidat introduit un montant exagéré « 100 trillions de dollars » pour critiquer la politique de son adversaire, même en l'absence de justification. Il utilise l'hyperbole comme : « détruira complètement » et « vous ne pourrez plus chauffer votre maison ». Ces tournures relèvent d'une stratégie discursive fondée sur l'exagération, visant à frapper l'imaginaire du public et à susciter une réaction émotionnelle immédiate. Par ce recours à l'hyperbole, Trump simplifie le débat en le réduisant à une opposition binaire : d'un côté, une menace imminente et irréversible, de l'autre, la nécessité impérieuse d'adopter sa position pour éviter une catastrophe. Ce procédé rhétorique s'inscrit dans une logique de persuasion où la dramatisation du discours renforce l'urgence de l'action et mobilise l'adhésion du public.

d. Arguments par répétition

Trump fait appel souvent à la répétition, il ne cesse pas de répéter des idées clés à savoir : “*America First*”, “*Fake News*” ou « *Make America Great Again* ». Il utilise fréquemment cette stratégie qui vise à simplifier des messages complexes, les rendre mémorables et convaincre l'auditoire en insistant sur des idées clés.

Cette stratégie de la répétition constamment des expressions vagues, n'est pas utilisée pèle mèle, bien au contraire, à travers la répétition, il leur donne une puissance symbolique et transforme ses arguments en éléments mémorables et viraux. A ce propos Charaudeau dit : « *La répétition, loin d'être une simple redondance, constitue une stratégie fondamentale dans tout acte de communication. Elle permet de renforcer le propos, de structurer le discours et d'inscrire une idée dans la mémoire de l'interlocuteur, tout en jouant sur l'effet de martèlement pour emporter l'adhésion.* » (2005, p :102).

4.3.2. Le logos de Kamala Harris

a. Argument factuel

La candidate démocrate adopte une approche structurée, elle s'appuie sur des faits, des données, des chiffres, des études et des arguments rationnels pour structurer son discours et soutenir ses positions, elle fait appel constamment à des exemples concrets et des chiffres afin de crédibiliser ces propos et appuyer ses critiques et ses positions, par exemple : Sur la gestion du COVID-19, Harris déclare : « *Under Trump's administration, more than 200,000 Americans have died. This is the highest death toll among developed nations because of a lack of leadership* »

Traduction : « Sous l'administration Trump, plus de 200000 Américains sont morts. Il s'agit du plus grand nombre de décès parmi les pays développés, en raison d'un manque de leadership ». Elle met en avant l'échec de Trump et l'accuse avec son administration de mal gérer la pandémie et d'avoir causé la mort de plus de 200,000 américains. En associant des données chiffrées, ses propos apparaissent plus rationnels et plus crédibles. Cette stratégie lui permet de convaincre sur le fond, en s'appuyant sur une argumentation rationnelle, plutôt que sur des émotions brutes.

Elle mise aussi sur des arguments détaillés sur les politiques que Joe Biden proposait, en expliquant comment elles seraient bénéfiques pour les Américains, elle dit par exemple : « *We have a plan to make health care more accessible and affordable for all Americans* ». Traduction : « Nous avons un plan pour rendre les soins de santé plus accessibles et abordables pour tous les Américains ».

b. Dénonciation des contradictions

La candidate démocrate tente de dénoncer et de dévoiler les contradictions de Trump, elle affirme que : « The Trump administration claims to have favored the middle class, but in reality, 1% of the richest people benefited from nearly 80% of tax cuts, leaving US families to borrow more ».

Traduction : « L'administration Trump affirme avoir favorisé la classe moyenne, mais en réalité, 1 % des plus riches ont bénéficié de près de 80 % des réductions fiscales, laissant les familles américaines s'endetter davantage ». A travers cet exemple, Harris utilise une statistique (80 % des réductions fiscales pour les 1 %) elle veut démontrer que les actions de Trump sont en désaccord avec ses déclarations et que la politique de Trump est injuste pour la

majorité. Pour ce faire elle utilise l'antithèse ; l'opposition entre « classe moyenne » et « 1 % des plus riches » elle met en lumière une contradiction claire. Et pour plus de crédibilité elle compte sur l'emploi de pourcentages (« 80 % ») ce qui confère un poids quantitatif à l'argument et suggère une disproportion flagrante.

En outre, ces propos montrent une bonne maîtrise des termes techniques et des enjeux économiques, elle utilise souvent un lexique approprié à chaque situation « réductions fiscales », « s'endetter ».

Conclusion

L'analyse discursive du face à face présidentiel de Kamala Harris et Donald Trump a constitué une opportunité précieuse d'explorer les mécanismes complexes qui sous-tendent la communication politique contemporaine. À travers leurs stratégies rhétoriques respectives, les deux candidats ont fait appel à des visions complètement opposées pour gagner l'adhésion de l'auditoire.

Trump a beaucoup misé sur son image d'homme d'affaire « Self-made » et sur ses réalisations dans le monde du business, il s'appuie sur une rhétorique populiste, basée sur des stratégies de polarisation, la rumeur, la fausse information et l'amplification. Pour exprimer son pathos le candidat mise sur l'activation d'émotions primaires et négatives telles que la peur et la colère qui servent à consolider sa base électorale et à marginaliser les arguments rationnels de ses adversaires.

D'un autre côté, pour manipuler le débat, Trump a recours à une **construction rhétorique** qu'un raisonnement logique rigoureux. Il s'appuie sur l'exagération et la répétition pour simplifier les problèmes et présenter des conclusions préconstruites. Bien que ces stratégies puissent manquer de fondement factuel, elles sont particulièrement efficaces pour persuader un auditoire qui privilégie des messages clairs et directs.

Contrairement à Trump, Harris privilégie une posture rhétorique plus logique et factuelle, elle compte beaucoup sur son expérience professionnelle et son engagement pour la justice, sa stratégie consiste à construire une image d'autorité compétente et crédible surtout, elle structure souvent ses arguments de manière claire et linéaire, en posant un problème, en l'illustrant avec des données ou des chiffres, puis en proposant une solution. Cette structure lui permet de convaincre, en s'appuyant sur des preuves tangibles, sur des raisonnements logiques et sur un discours plus formel.

De plus, pour désarmer les attaques de Trump, Kamala a utilisé l'ironie, celle-ci, joue un rôle central dans sa mise en scène discursive, car elle souligne le contraste entre son propre éthos fondé sur le calme et la rationalité et celui de Trump associé à la véhémence et à la disruption.

Quant à sa stratégie émotionnelle, la candidate exploite un pathos positif, elle fait appel à l'empathie en mettant en avant un discours qui fait appel à l'espoir, à l'optimisme, à la solidarité et la justice sociale, ainsi elle cherche à créer une véritable adhésion à son projet politique en visant à la fois raison et les sentiments.

En somme, nous pouvons dire que cette joute oratoire a mis en lumière la coexistence de deux paradigmes discursifs opposés, ces deux styles antagonistes révèlent une différence de personnalité et de stratégie politique et discursive.

Références bibliographiques

1. AMOSSY Ruth, 1999, *L'Argumentation dans le discours*, Paris, Armand Colin.
2. ARISTOTE, 1991, *Rhétorique* (traduction française par M. Dufour, Paris, Flammarion, 1991).
3. BARBERIS J.-M, 2001, « Éthos », in C. Détrie, P. Siblot et B. Verine (dir.), *Termes et concepts pour l'analyse du discours*, Paris, Honoré Champion.
4. CHARAUDEAU P et MAINGUENEAU D, 2002, *Dictionnaire d'analyse de discours*, Paris, Édition.
5. CHARAUDEAU P, 2005, *Le discours politique : Les masques du pouvoir*, Paris, Vuibert.
6. MAINGUENEAU et CHARAUDEAU, 1960, *Règles de construction du pathos*, à la suite de H.Lausberg.

Article

1. CHARAUDEAU PATRICK, 2015, « *Le débat présidentiel, Un combat de mots. Une victoire aux points* » [en ligne], revue Langage et Société n°151, pp 109-129, consulté le 20 décembre 2024, Disponible sur le site de *Patrick Charaudeau - Livres, articles, publications*. URL: <https://www.patrick-charaudeau.com>