



LA LITTÉRATURE D'IDÉES - COURS INTRODUCTIF

Le discours argumentatif vise à gagner l'adhésion du destinataire par des stratégies diverses. On peut distinguer trois types de démarches.

- ➡ persuader
- ➡ démontrer
- ➡ convaincre



1 LA DÉMONSTRATION

La démonstration vise à établir une vérité.



Si elle est bien menée, elle doit être incontestable.

La démonstration prend la forme d'un discours rationnel.



Elle s'appuie sur des faits, des lois établies, des enchaînements dont la cohérence ne peut être mise en doute.

La démonstration utilise ainsi fréquemment le syllogisme.



de deux propositions initiales (prémises), le syllogisme en déduit une troisième (conclusion).

Exemple :

Prémisse

Tous les hommes sont mortels.

Prémisse

Socrate est un homme.

Conclusion

Donc Socrate est mortel.

2 L'ART DE CONVAINCRE

Une argumentation cherche à convaincre de la validité d'une opinion quand elle fait appel, avant tout, à la **capacité de réflexion et de raisonnement** du destinataire.

THÈSE, ARGUMENTS, EXEMPLES

- * Le locuteur soutient un jugement : **sa thèse**. Celle-ci, aussi bien soit-elle, est toujours sujette à contestation de la part de contradicteurs éventuels.
- * A l'appui de sa thèse, le locuteur utilise des **arguments**, c'est-à-dire des raisons d'adhérer à la position qu'il défend.
- * Pour soutenir son argumentation, il peut faire référence à **des exemples**, c'est-à-dire à des faits concrets (témoignages, faits historiques, statistiques...).

➡ Le locuteur peut également se référer au jugement d'une personne ou d'une institution dont la compétence est généralement reconnue (philosophe, romancier, homme de science...). On parle alors d'**argument d'autorité**.

LES FORMES DU RAISONNEMENT

Le raisonnement argumentatif peut prendre trois formes :

La déduction



s'appuie sur une loi générale pour établir la validité d'un cas particulier

L'induction



part d'un fait particulier pour établir une règle à valeur générale

Le raisonnement par analogie



rapproche le phénomène dont on parle d'une autre réalité, généralement plus familière au destinataire ; il procède par comparaison.

LA PRISE EN COMPTE DE L'ADVERSAIRE

- * Le locuteur peut faire apparaître dans son texte le point de vue de ses adversaires :
 - ➔ on parle alors de **thèse rejetée**, de **thèse réfutée** ou de **thèse adverse**. Les arguments soutenant la thèse adverse peuvent également figurer dans le texte ou être résumés.
- * En rapportant les discours de ses adversaires, le locuteur prend soin de marquer qu'il ne le reprend pas à son compte, voire qu'il s'y oppose. Cette mise à distance se marque par certains indices :
 - ➔ Les expressions du type : certains pensent que, ont prétendu que... ;
 - ➔ L'emploi du conditionnel indiquant la mise en doute de la validité des propos rapportés;
 - ➔ L'usage de connecteurs logiques indiquant l'opposition ou la concession.
- * La référence à la thèse adverse permet de la réfuter, c'est-à-dire d'en montrer les faiblesses ou les incohérences :
 - ➔ Le locuteur peut manifester une opposition radicale à cette thèse
 - ➔ Il peut aussi lui reconnaître une validité partielle. On parle alors de raisonnement par concession.

3 L'ART DE PERSUADER

Une argumentation use de la **persuasion** quand le locuteur cherche à entraîner l'adhésion du destinataire **en faisant appel à ses sentiments**. Une même argumentation

➔ Une même argumentation peut évidemment jouer à la fois sur la raison et sur les sentiments.

L'APPEL À L'ÉMOTION

Afin de persuader le destinataire, le locuteur peut éveiller des émotions comme la pitié à l'égard des victimes, ou bien l'indignation face à une situation révoltante.

➔ Il utilise donc fréquemment le registre pathétique.

ON RENCONTRE DONC L'USAGE DE PROCÉDÉS RÉCURRENTS :

- l'emploi du **champ lexical de la douleur ou de la plainte**;
- la présence de **figures d'insistance** (répétition, anaphore, gradation) ou de figures d'opposition (**antithèse, oxymore**);
- le recours à la **ponctuation expressive** (exclamations, interrogations);
- l'utilisation d'**effets syntaxiques** (phrases construites selon un rythme fortement marqué, ruptures syntaxiques, chutes);
- le recours à des **tableaux ou à des anecdotes touchants**.

LA PRISE EN COMPTE DU DESTINATAIRE

Le locuteur fait en sorte que le destinataire se sente concerné par le discours :

- Il s'adresse **directement à lui** : par l'usage du « tu » et du « vous »
- Il le **prend à témoin** : au moyen d'**interrogations ou de questions oratoires**, c'est-à-dire de fausses questions dissimulant, en fait, une affirmation.
- En fonction du **statut du destinataire**, le locuteur utilise un **ton particulier** : respectueux, neutre, familier. Il adapte son **niveau de langue** selon qu'il veut manifester sa déférence, marquer son autorité ou créer une relation de confiance.
- Pour persuader, le locuteur **prend en compte les valeurs auxquelles le destinataire est attaché**. Une argumentation s'appuiera donc sur ces **valeurs que l'on suppose partagées** (la vérité, l'honnêteté, le droit, l'efficacité...).
- En s'adressant à son public, le locuteur peut faire intervenir, de manière explicite ou implicite, des **savoirs, des références culturelles qu'il partage avec lui**, contribuant ainsi à créer un **rapport de complicité**.
- Il tente de **soutenir l'intérêt** de son propos en utilisant des **anecdotes ou exemples frappants**. Suivant le contexte, il **amuse le destinataire** par des plaisanteries ou des traits d'esprit ; ou bien il **provoque** par des formules volontairement provocatrices.

La valorisation du locuteur

Le locuteur cherche fréquemment à **inspirer confiance au destinataire** en lui offrant une **image favorable** de lui-même :

* Dans le **domaine moral**

➔ il garantira son honnêteté, sa sincérité, son désintéressement

* Dans le **domaine intellectuel**

➔ il affirmera sa compétence à traiter du sujet : utilisera, par exemple, un lexique spécialisé ; il invoquera sa bonne connaissance du problème traité.

Le souci de persuader peut conduire le locuteur à employer des procédés tendant à faire **perdre au destinataire son objectivité** :

➔ **la flatterie ou la démagogie** (compliments exagérés, usage de fausses promesses) ; **appel à ses préjugés ou à ses instincts les plus dangereux** (haine, peur).