

L'essentiel sur le discours argumentatif.

Si le discours explicatif apporte une information , analyse un phénomène ou une idée pour qu'ils soient bien compris, le discours argumentatif, lui, vise à convaincre.

1) Tout discours peut avoir une fonction argumentative

L'argumentation est une forme de discours caractérisée par l'intention du locuteur d'influencer son destinataire, de modifier ses opinions, ou de susciter son adhésion.

Tout discours, qu'il soit narratif, descriptif ou explicatif, peut avoir une fonction (ou visée) argumentative. Dans ce cas, la narration, la description ou l'explication appuient implicitement une thèse, cherchent à convaincre et à persuader le destinataire.

2) L'organisation d'un texte argumentatif

Certains discours argumentatifs sont caractérisés par des éléments linguistiques explicites qui jouent un rôle important dans leur organisation.

a) **La thèse** : c'est l'idée directrice présentée, voire défendue par le locuteur. Elle peut s'opposer à une autre thèse (qui n'est pas toujours exprimée explicitement dans l'exposé) ou bien s'affirmer sans confrontation.

b) **Les arguments** : ce sont les différentes idées qui viennent confirmer ou consolider la thèse. il y a les arguments pour, destinés à prouver le bien-fondé de la thèse que l'on soutient et les arguments contre ou contre-arguments, destinés à réfuter la thèse de l'auteur et à l'invalidier.

– les **arguments logiques** sont les plus fréquents ; ils se lient les uns aux autres dans un raisonnement logique qui aboutit à une conclusion.

– les **arguments d'autorité** font référence à un grand auteur, à un spécialiste reconnu, à un ouvrage célèbre, à un proverbe. Ils ne correspondent pas à un raisonnement de type logique, ils ont une moins grande capacité à convaincre et leur validité peut être contestée.

c) **Les exemples** : ce sont les cas concrets, les références culturelles, les anecdotes, les comparaisons ou les métaphores, les données réelles, économiques, statistiques ou historiques qui servent d'illustration aux arguments ou à la thèse proposés.

L'exemple est le plus souvent illustratif ; il a une fonction explicative.

L'exemple est parfois argumentatif : il peut dans ce cas remplacer un argument dans le déroulement d'une réflexion. Il prend une valeur générale qui lui donne le poids d'un argument et devient un élément indispensable du raisonnement.

d) **Les liens rhétoriques** : dans un discours argumentatif, les idées sont le plus souvent reliées entre elles par des liens ou connecteurs rhétoriques (dits logiques) qui précisent la relation entre les différentes étapes du raisonnement. Ce sont des adverbes et locutions adverbiales, des conjonctions de coordination, des conjonctions de subordination.

Les liens rhétoriques

relation	lien rhétorique
classement	d'abord, ensuite, d'une part ..., d'autre part, enfin ...
addition	de plus, en outre, par ailleurs, surtout, et, ou...ou, ni...ni
comparaison	de même, comme, ainsi que, de même que
concession et opposition	sans doute, au contraire, cependant, pourtant, en revanche, mais, or, tandis que, alors que, alors que, bien que, quoique
cause	en effet, car, parce que, puisque
conséquence	par suite, par conséquent, donc, de sorte que, si bien que
supposition, alternative, condition	ou (bien), soit...soit, ou...ou, si, à la condition que

e) Les principaux modes de raisonnement

- Le **raisonnement inductif** : il part d'un fait particulier pour aboutir à une conclusion à une idée générale ou à un principe pour en dégager une proposition particulière.
- le **raisonnement déductif**, à l'inverse débute par une idée générale ou un principe pour en dégager une proposition particulière.
- le **raisonnement analogique** : il utilise des comparaisons pour affirmer la thèse ; le lecteur sera alors attentif à la qualité et à la pertinence des rapprochements établis.
- le **raisonnement par opposition** : il présente à la fois la thèse proposée ou défendue et une thèse contradictoire ; ce procédé vise à se servir de la thèse adverse en la dévalorisant pour mieux mettre en valeur la thèse défendue.
- le **raisonnement par concession** : c'est un raisonnement essentiel de l'argumentation ; l'émetteur admet des arguments qui s'opposent à sa thèse pour finalement nuancer ou maintenir son propre point de vue, voire pour mieux défendre ses propres arguments (on trouvera par exemple « Sans doute peut-on admettre que... ; cependant il n'en demeure pas moins vrai que ... »).
- Le **raisonnement par l'absurde** : l'émetteur, pour anéantir la thèse adverse, détermine des conséquences absurdes et négatives : il peut ensuite proposer les conséquences logiques et positives de sa propre thèse.

3) Démontrer, convaincre, persuader

a) Objectivité et subjectivité

On distinguera clairement deux activités intellectuelles :

- **démontrer** : c'est en particulier l'activité du scientifique, qui apporte des preuves pour faire admettre, de façon impersonnelle et quasiment inéluctable, une vérité absolue, qui doit être admise par tous.

Le rôle de l'énonciateur et de son destinataire est peu significatif.

– **argumenter** : c'est l'activité de tout énonciateur qui cherche à faire admettre son point de vue, et non à exposer une vérité absolue. il doit donc prendre en compte impérativement son destinataire qu'il s'agit pour lui, avant tout, de bien identifier. La stratégie argumentative qu'il adoptera en dépend.

On peut distinguer deux grande visée de l'argumentation ; **convaincre et persuader**.

– dans l'activité de **convaincre**, l'énonciateur a recours à la logique de son raisonnement, à la clarté d'arguments rationnels.

– dans l'activité de **persuader** au contraire, l'énonciateur cherche plutôt à influencer par la séduction, par un jeu sur l'affectivité et la sensibilité de son destinataire. Le choix d'un lexique affectif ou émotionnel et l'emploi des figures du discours deviennent essentiels.

Le plus souvent un discours argumentatif tend à la fois à convaincre et à persuader.

b) Les marques de la subjectivité

Le discours argumentatif, parce qu'il cherche à convaincre et à persuader, est un discours dans lequel on perçoit les traces de la subjectivité de l'émetteur. Même lorsque l'exposé se croit objectif, on trouvera toujours, à travers le plan proposé, les stratégies argumentatives choisies ou encore la mode de raisonnement utilisé, les marques formelles d'une énonciation (choix de l'énonciation, choix du lexique, choix du registre, figures du discours).

4) L'Éloge et le blâme

Ce sont deux formes particulière du discours qui cherchent à convaincre et persuader.

L'Éloge (nom commun masculin : **un** éloge) est un discours destiné à la célébration d'une personne ou d'une chose et sa finalité est de susciter l'adhésion du destinataire. Il consiste à énoncer un jugement favorable sur une personne ou une chose et peut revêtir différentes formes (éloge ou oraison funèbre, panégyrique, apologie, dithyrambe, etc.)

Le blâme est un discours critique qui consiste à formuler un jugement désapprobateur sur quelqu'un ou quelque chose, afin de provoquer le rejet chez le destinataire du discours ; il peut, tout comme l'éloge, prendre différentes formes (censure, condamnation, grief, réprimande, anathème, etc.)

Parce qu'ils cherchent généralement à convaincre et à persuader, l'éloge et le blâme présentent des marques formelles d'une énonciation : ils reposent sur l'emploi de procédés lexicaux, sur le choix de certains registres (laudatif ou pathétique pour l'éloge ; satirique pour le blâme) ; enfin sur l'emploi de figures du discours comme l'hyperbole, la métaphore filée, la comparaison, l'antiphrase, etc.