

L'INCLUSION DE L'ARGUMENTATION DANS L'ÉNONCIATION : ÉTUDE DE QUELQUES SERMONS DES ÉVÊQUES DU SENEGAL

Ibrahima DIATTA

ibadiatta16@gmail.com

Lucien DEMBA

luciendemba92@gmail.com

Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

***Abstract:** This article aims to show the importance of argumentation in the theory of enunciation. From this reflection, we tried to show the place of argumentation in the construction of linguistic statements. If the enunciation emphasizes linguistic signs, the argumentation helps the latter to better understand the discursive functioning. This is how we revisited the different rhetoric and argumentative theories. In addition, this present study allows us to remove the nuance that exists between enunciation and argumentation in order to show that these theories are linked their subjectivity.*

***Keywords :** argumentation, enunciation, rhetoric, discourse strategies.*

Introduction

L'argumentation est présente dans la vie de tous les jours, dans les médias, en politique et constitue un processus de communication qui vise l'adhésion de l'auditoire. Dans une argumentation, l'auditoire doit faire l'effort de comprendre afin d'adhérer au discours produit par le locuteur. Perelman note dans ce sens que « pour argumenter, il faut attacher du prix à l'adhésion de son interlocuteur, à son consentement et à son concours mental » (Perelman, 2008 : 20). Elle est un outil essentiel pour influencer les opinions, prendre des décisions éclairées et participer de manière constructive aux débats et aux discussions. Elle repose sur plusieurs principes et concepts clés qui sous-tendent le processus de persuasion. Ainsi, dans cette étude, nous montrerons l'inclusion de l'argumentation dans le champ énonciatif.

Contextualisation

Aujourd'hui de nombreux chercheurs en science du langage font la confusion entre l'argumentation et l'énonciation. En effet, parler d'argumentation revient à s'interroger sur l'énonciation. De ce fait, ce sont deux théories qui s'entremêlent et se complètent. Autrement dit, c'est l'énonciation qui construit l'argumentation. Ainsi, on peut retenir que toute énonciation a une visée argumentative. Dès lors, la présence de l'argumentation dans l'approche énonciative nous permet de mieux comprendre le fonctionnement du discours argumentatif. Amossy estime à cet effet que « l'argumentation dans le discours nécessite la prise en compte du dispositif énonciatif inhérent à la parole, d'une part et de la situation de discours dans ces composantes socio-historiques, d'autre part. » (Amossy, 2006 : 43). C'est à travers l'acte énonciatif que l'argumentation prend sens et se construit. Dans cet article, nous allons montrer la manière dont l'argumentation est incluse dans le champ de l'énonciation.

L'importance de l'argumentation dans l'énonciation

L'argumentation joue un rôle primordial dans l'énonciation, qui est le processus par lequel les signes linguistiques s'actualisent assumés par un locuteur, tandis que l'argumentation est généralement perçue comme un mode de construction d'un discours qui résiste à la contestation. Ainsi, l'énonciateur use l'argumentation pour structurer ses idées afin de communiquer efficacement avec son auditoire. Autrement dit, l'argumentation permet à l'énonciation de fournir des preuves ou des raisons pour renforcer leur pertinence et leur crédibilité.

Dans les sciences du langage, plus précisément en analyse du discours, l'énonciation est la marque de fabrication de tout type de discours. Partant de ce constat, on peut dire que l'énonciation est la racine principale, à travers laquelle l'argumentation se construit. Ainsi, pour aborder la problématique de cette théorie dans les sciences du langage, il est nécessaire de s'interroger sur la notion de langue et discours. L'argumentation peut être considérée comme un sous-genre de l'énonciation. En effet, à travers l'énonciation, on peut trouver les traces du discours argumentatif qui sont construites à l'aide des marqueurs linguistiques. Pour parler d'argumentation, il faut qu'il ait un sujet parlant qui prend en charge l'acte d'énonciation. En outre, tout être humain qui utilise la langue dans un processus énonciatif, fait toujours usage de l'argumentation comme méthode de communication pour atteindre sa cible. L'argumentation donc fait référence à la subjectivité langagière. De ce fait, cette subjectivité fait référence à la production discursive.

Benveniste perçoit le discours comme : « un locuteur et un auditeur et chez le premier, l'intention est d'influencer l'autre en quelque manière » (1966 : 242). Pour le linguiste français, pour qu'il ait discours il faut impérativement des protagonistes, un locuteur qui s'adresse à un allocutaire. A travers cette définition de Benveniste portant sur le discours, on peut comprendre que l'argumentation se construit par les interlocuteurs dans une situation d'énonciation donnée.

Par ailleurs, analyser l'argumentation dans l'énonciation revient à étudier l'efficacité de la parole dans un contexte bien précis. Ainsi, on peut noter que dans toute énonciation, le locuteur tente d'influencer son allocutaire, de lui faire voir ou penser le monde d'une certaine façon, d'orienter le regard ou de susciter des interrogations. Ce phénomène est facilité par les procédés énonciatifs et par les stratégies argumentatives. C'est d'ailleurs en

tenant compte de la scène d'énonciation du discours que l'échange verbal se construit à travers les indices énonciatifs qui sont caractérisés par l'énonciateur, le destinataire et qui redonnent au discours son caractère argumentatif. De surcroît, on peut dire que l'identification des indices d'énonciation nous permet de faire ressortir les procédés et les stratégies argumentatifs.

Les fondements de l'argumentation

L'énonciation joue un rôle crucial dans l'approche argumentative. En effet, l'argumentation est à la fois une pratique énonciative qui contribue à la construction d'un discours. Il s'agit de montrer dans cette étude les fondements de l'argumentation.

1. La rhétorique classique ou aristotélicienne

La rhétorique est née en Europe, plus précisément en Grèce Antique au V^e siècle avant J.C. Elle est considérée comme la première institution qui a donné naissance à l'argumentation. En effet, la rhétorique est généralement définie comme l'art de persuader ou d'influencer un auditoire par le biais de la parole. La rhétorique englobe un ensemble de techniques et de stratégies utilisées pour convaincre et rendre efficace le discours tenu par l'orateur afin d'obtenir l'adhésion de l'auditoire.

Pendant la période classique, « trois grands genres s'identifient selon Aristote : le genre délibératif, le genre judiciaire et le genre épideictique. » (Tomassone, 2002 : 251).

- Le genre délibératif : c'est l'ensemble des discours prononcés dans une assemblée délibérative athénienne. Il s'agit ici d'un cadre très précis.

- Le genre judiciaire : c'est le discours prononcé dans le cadre du tribunal, lors d'un procès. Le rôle de l'orateur est d'accabler ou d'innocenter, selon sa position de défenseur ou accusateur, devant une assemblée de jurés. Les genres connexes sont la plaidoirie, le plaidoyer et le réquisitoire. L'auditeur juge sur le passé de la personne ou du fait en question.

- La genre épideictique ou démonstrative ou encore d'apparat : ce genre correspond à une situation où l'orateur est amené à prononcer un long discours devant un public sur une figure d'autorité ou sur un fait pour en faire l'éloge ou jeter le blâme. A la différence du discours judiciaire, l'auditeur doit juger sur le présent.

Michel Meyer affirme que « la rhétorique aristotélicienne est une analyse de la mise en rapport des moyens et des fins par le discours. Il étudie la façon dont les hommes négocient la distance qui les sépare pour l'accentuer ou la réduire » (Meyer, 1993 : 22, cité par Amossy, 2000 : 2). De là, on peut retenir que la rhétorique cherche l'efficacité d'un discours afin d'atteindre l'adhésion. Par ailleurs, Aristote a cherché à conceptualiser et à formaliser la rhétorique. Ainsi dans sa perception, il conçoit en outre la rhétorique comme une parole destinée à un auditoire qu'elle tente d'influencer en lui soumettant des positions susceptibles de lui paraître raisonnables. Pour lui, la rhétorique n'a pas de droit de veto, elle doit traverser tous les domaines de la vie où il est question d'admettre une pensée, de prendre des positions véridiques et plausibles.

2. La rhétorique contemporaine

Elle rompt avec la taxinomie, c'est-à-dire la classification des arguments. Perelman, dans sa rhétorique, ne cherche ni à opposer ni à égaler la rhétorique classique, mais plutôt,

il s'en est inspiré, pour pouvoir élaborer une nouvelle rhétorique qui occupe une place importante dans la théorie de l'argumentation. Ainsi il définit l'argumentation comme : « les techniques discursives permettant de provoquer ou d'accroître l'adhésion des esprits aux thèses qu'on présente à leurs assentiments » (Perelman, 2008 : 5).

Pour ce dernier, quel que soit le cadre institutionnel dans lequel le sujet parlant produit son énonciation, celui-ci réussit sa communication s'il réussit, par ses paroles, à emporter l'adhésion de l'auditoire. Dans son *Traité de l'argumentation*, Perelman remet au premier plan les techniques discursives et l'adhésion des esprits. En se basant sur les principes fondamentaux de la rhétorique aristotélicienne et en mettant de côté la perspective dialectique dans son étude, il la complète avec l'étude de la structure de l'argumentation en prenant en considération la réalité des auditeurs.

Dans la Grèce antique, la dialectique peut être conçue dans la rhétorique d'Aristote comme un jeu où deux partenaires s'affrontent pour échanger en tenant compte de leur statut social et de leur caractère moral. La dialectique serait donc un jeu dont l'aspect majeur consiste à prouver ou à réfuter une thèse en respectant les règles du raisonnement. Contrairement à l'ancienne théorie, Perelman ne campe pas l'argumentation à la pratique de la langue parlée, à une foule réunie sur une place publique, mais l'étend à la persuasion. Ainsi l'argumentation sera campée sur une méthode basée sur la rationalité de la communication mais aussi sur la rationalité d'action et d'une rationalité sociale. De ce fait, le but de l'argumentation à travers la communication sera orienté sur une logique de transparence qui sera structurée et basée sur la raison en tenant compte de l'acte d'énonciation. Selon Perelman, l'argumentation doit se baser sur la logique. Autrement dit, ce dernier place la raison au centre de sa théorie argumentative.

On peut retenir par-là, que la persuasion permet d'atteindre l'adhésion de l'auditoire en utilisant des preuves affectives, alors que convaincre fait appel à la raison. Perelman, contrairement à Aristote, aborde la notion d'auditoire dans le discours oral et écrit. Ainsi la pratique de l'argumentation à travers l'acte discursif nous oblige-t-elle à connaître un certain nombre de paramètres de l'auditoire afin de savoir quel genre de discours il faut lui tenir.

Cependant l'auditoire fait référence aux personnes qui écoutent ou reçoivent un message oral. Il joue un rôle très important dans le processus d'un échange verbal, car c'est l'auditoire qui interprète et donne sens au message transmis par le locuteur. Ainsi Perelman conçoit l'auditoire comme « l'ensemble de ceux sur lesquels l'orateur veut influencer par son argumentation » (1970 : 25). C'est pourquoi lors de la construction du discours argumentatif, il est essentiel de prendre en compte certaines caractéristiques de l'auditoire, à savoir : ses croyances, ses valeurs et ses attentes parce que celles-ci influencent la manière dont le discours sera reçu.

Toutefois, Perelman dans sa démarche met en exergue deux types d'auditoires : l'universel et le particulier. L'auditoire universel correspond au public que l'orateur a pour but de convaincre tandis que l'auditoire particulier et celui que l'orateur vise à persuader. On peut considérer que Perelman dans sa théorie argumentative place l'auditoire au centre de son étude portant sur le discours. Le discours oratoire du point de vue de Perelman tourne autour de deux axes : convaincre et persuader. Dès lors, pour obtenir l'adhésion trois stratégies étaient mises en évidence : l'ethos, le pathos et le logos.

3. Les stratégies de l'argumentation

Les stratégies désignent généralement l'ensemble des outils discursifs pour persuader un auditoire. De ce fait elles sont basées sur un mode de persuasion. En effet, la trilogie aristotélicienne l'ethos, pathos et logos joue un rôle important dans les pratiques discursives de l'argumentation.

A) L'ethos

L'ethos désigne généralement l'image de l'orateur dans son discours. Il constitue l'élément central sur lequel se construit tout discours argumentatif. Il forme en outre avec le pathos et le logos des preuves afin d'atteindre l'adhésion. Cependant la notion d'ethos est abordée dans plusieurs domaines dont la rhétorique, les sciences du langage, et la sociologie.

1) L'ethos en rhétorique

Dans cette partie il s'agira d'aborder la notion d'ethos telle qu'elle a été initiée par Aristote dans la rhétorique. Pour la rhétorique antique l'ethos désigne le personnage c'est-à-dire l'image de soi que l'orateur produit dans son discours pour contribuer à l'efficacité de la parole dans le but d'influencer son auditoire. Pour Aristote, l'ethos constitue avec le logos et le pathos la trilogie des instruments de preuves ou de persuasion technique qui donnent au discours son sens persuasif. C'est le caractère moral qui donne au discours sa dimension persuasive. Selon lui « on persuade par le caractère quand le discours est de nature à rendre l'orateur de digne foi. Mais il faut que cette confiance soit l'effet du discours, non d'une prévention favorable sur le caractère de l'orateur » (cité par Amossy 1999 : 83). En amont, la production d'un discours basée sur l'image de l'orateur doit être construite sur la dimension morale. Le sujet parlant doit montrer dans son discours des attitudes de vertu comme l'honnêteté, la bienséance. Pour gagner la confiance de l'auditoire selon Aristote, le locuteur doit faire preuve de qualités morales pour convaincre et persuader l'auditoire.

Le caractère moral dont l'orateur doit faire preuve correspond à ce que Aristote nommait ethos c'est-à-dire l'image de soi. Dans le cadre de l'analyse argumentative, c'est l'ethos qui est l'élément central qui redonne au discours sa force de persuasion. Toujours selon Aristote, l'ethos se construit d'abord par le caractère moral avant qu'il ne devienne une production discursive. Il s'agit donc d'une image qui est centrée sur le caractère moral et d'une image qui se construit par et dans le discours du locuteur.

En conclusion, la conception aristotélicienne de l'ethos se résume au caractère moral de l'orateur. Ainsi d'autres visions sur l'ethos voient le jour. Autrement dit certains penseurs de la Grèce antique comme Isocrate, Cicéron et Quintilien voient la dimension de l'ethos d'une autre manière qu'Aristote. Pour Aristote en se construisant une image positive de soi. L'énonciateur se donne un caractère moral afin d'influencer et de persuader son auditoire. C'est le cas ici dans cet énoncé où l'évêque Benjamin Ndiaye marque sa présence en utilisant les procédés éthiques :

« En communion avec mes frères responsables religieux de la salve pour leur fidélité et amitié et à travers eux que je souhaite un bon et saint ramadan à toute la communauté musulmane, j'invite tous les croyants à élever leur prière vers le ciel pour implorer grâce et bénédiction de la part de dieu sur notre cher Sénégal et ceux qui le gouvernent. » (Mgr Benjamin Ndiaye)

Aristote parle de l'ethos discursif alors que Cicéron et ses collaborateurs conçoivent l'ethos comme une dimension préalable du discours.

« Je vous souhaite à tous d'emprunter ce passage avec courage et confiance. Casamance, fils et filles du Sénégal levons-nous, prenons notre destin en main et marchons pour la paix ». (Mgr Adrien Sarr)

Dans l'énoncé ci-dessus, la construction de l'image de soi apparaît à travers des actes de parole que l'orateur utilise pour persuader son auditoire. Ainsi, pour rendre le discours crédible, l'orateur s'appuie sur son image prédiscursive afin d'atteindre sa cible.

2) **L'ethos en sciences du langage**

La notion d'ethos continue toujours de susciter des interrogations dans les différentes recherches menées dans le domaine de la linguistique. Il s'agira pour nous de montrer dans les lignes qui suivent la présence de l'ethos dans les sciences du langage et les sciences sociales et de voir comment certains auteurs l'ont abordé dans leurs recherches.

L'ethos selon Ducrot

En pragmatique, la notion d'ethos se réfère également à la crédibilité et à l'image sociale de l'énonciateur (la personne qui parle ou qui écrit) dans une situation de communication donnée. Contrairement à la rhétorique où l'ethos est principalement orienté sur la persuasion de l'orateur, en pragmatique, l'ethos joue un rôle important dans la façon dont les énoncés sont interprétés et reçus par les destinataires. C'est pour ainsi dire, que l'énonciation est à la base de l'ethos développé par Ducrot.

Pour ce dernier, tout est centré sur le locuteur qui « se voit affublé de certains caractères qui, pour contrecoup, rendent cette énonciation acceptable ou rebutante » (1984 : 201). C'est-à-dire, tout tourne autour du locuteur et tout dépend de l'image, du caractère de départ évoqué dans son énonciation. C'est tout simplement à travers son caractère que l'auditeur adhère soit au discours, soit il le rejette.

Ducrot insiste en effet, sur le caractère énonciatif. Pour lui, seules les modalités de l'énonciation permettent à l'auditoire de bien saisir et de mieux connaître le locuteur. Ainsi « La notion d'ethos hérité d'Aristote est développé par O. Ducrot dans le cadre d'une théorie de la polyphonie. » (Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 238). Pour récapituler, nous remarquons qu'en pragmatique, l'ethos se concentre sur la manière dont l'énonciateur construit son image sociale et la crédibilité dans l'acte de communication. Cette construction de l'ethos influence la réception et l'interprétation du message par les destinataires et joue un rôle important dans la compréhension et l'évaluation des énoncés.

Pour illustrer, nous allons essayer d'analyser un passage tiré du sermon de monseigneur Theodore Adrien Sarr lors de la célébration de la messe du début de l'année 2012 à la cathédrale de Ziguinchor :

« De sombres villages s'abiment encore à l'horizon sous le ciel de notre pays, sous le ciel de la Casamance. Ensemble demandons à la Vierge Marie de prier pour nous afin que nous sachions l'accueillir, la paix de Dieu, de l'homme, que nous ayons les attitudes et les conditions qui rendent cette paix possible. Comme nous le consentions à la conversion nécessaire et nous prenions les mesures qui s'imposent pour la paix définitivement en Casamance. ».

L'analyse énonciative montre comment le locuteur utilise les diverses marques d'énonciation, de modalisation et les fonctions communicatives pour s'adresser directement aux acteurs du conflit en Casamance. L'évêque assume une position d'autorité et de médiateur, cherchant à influencer les destinataires et à établir un climat de confiance. L'emploi de la modalisation révèle les intentions et les désirs du locuteur, ajoutant une dimension subjective et interpersonnelle à l'énoncé.

L'éthos et la scène d'énonciation chez Maingueneau

En analyse du discours, la notion d'éthos fait référence à la construction de la crédibilité, de l'identité et de la position sociale de l'énonciateur (l'orateur, le locuteur) dans un texte ou dans un discours. Cependant Dominique Maingueneau qui apparaît comme l'un des précurseurs de l'analyse du discours littéraire a rebâti dans ses travaux l'éthos rhétorique. Il parle d'éventuelle légitimation de la parole par celui qui la prend en charge. L'énonciateur doit se conformer aux institutions discursives aussi bien que sa pertinence. Mais il doit façonner son image et sa présence dans le texte pour influencer le lecteur ou l'auditeur. Il considère l'éthos comme un fait remarquable et nécessaire au discours, tant écrit qu'oral pris dans sa dimension dialogique. De plus, il estime que la notion d'éthos prend acte à partir de la scène d'énonciation

En outre, si l'éthos aristotélicien était considéré comme un instrument de preuve de persuasion qui était caractérisé par les discours oraux, l'éthos selon Maingueneau ne devrait pas se contenter seulement des discours oraux produits par les orateurs mais il doit s'étendre aux textes écrits. De ce fait, il pense que même les textes écrits sont dotés d'un ton qui permet au co-énonciateur de déterminer les personnalités de son énonciateur. Maingueneau explique que la construction de l'image de soi nécessite un corps, un caractère et une corporalité qui se déroule dans le ton. C'est-à-dire que c'est le ton qui détermine la figure de l'énonciateur à deux niveaux, celui d'un caractère et celui d'une corporalité. La notion de corporalité enveloppe la présence d'une scène où se manifeste l'éthos. Il situe la notion de scène avec l'énonciation qu'il nomme « *scène d'énonciation* ». Il répartit ces scènes en trois parties : scènes englobante, scène générique et la scénographie.

- La scénographie est la scène à travers laquelle, le locuteur arrive à comprendre un discours de l'intérieur, ou appelée encore scène d'énonciation interne.
- La scène générique est « la scène spécifique attaché à un genre de discours. Une œuvre étant toujours énoncée dans un genre, des attentes génériques sont induites chez le public. Elle se formule en termes de circonstance d'énonciation légitime. » (Mbow, 2010 : 176)
- La scène englobante est la racine de la scène du discours ; elle se réfère au type de discours dans lequel est inscrit le texte (religieux, politique, littéraire, journalistique, publicitaire). Elle permet de délimiter le statut des acteurs dans un cadre spatio-temporel.

A partir de ces scènes, on peut se faire une image du locuteur, laquelle sera examinée dans la scénographie. C'est la scénographie qui nous permet de situer les éthos des sujets parlants dans les circonstances linguistiques et extralinguistiques. Dans les différents types de discours étudiés, c'est à l'intérieur des scènes et plus précisément dans la scénographie que le corps et la voix du sujet parlant se donnent plus à comprendre.

Toutefois, Dominique Maingueneau reconnaît l'existence de deux *ethos* : l'*ethos* préalable et l'*ethos* discursif qui est lié à l'acte de parole. Pour ce linguiste, l'argumentation est indispensable à l'énonciation.

Prenons encore un fragment du sermon du Mgr. Andrien Sarr :

« Je veux dire à vous tous qui avez une manière récurrente d'être impliqués dans ce conflit. Je veux dire aux combattants du MFDC et de l'armée du Sénégal mais aussi à leurs commandants, à ceux des deux côtés qui leur donnent les hommes et encore à tous ceux-là plus ou moins tapis dans l'ombre qui travaillent à ce que ce conflit perdure ou simplement qui contribuent à le faire s'éterniser. A tous ces protagonistes du conflit de la Casamance je veux vous rassurer qu'on atteigne le feu par le feu. »

Dans cet énoncé, l'inclusion de l'argumentation dans l'énonciation est marquée par la présence du déictique personnel, plus particulièrement le pronom « je ». Il symbolise l'indice de fabrication de tout type de discours. A travers ce déictique personnel, le locuteur se construit une image positive de soi dans son argumentation afin de convaincre et de persuader sa cible. C'est pour ainsi dire que l'*ethos* est lié à l'acte d'énonciation.

L'*ethos* chez Amossy

La notion d'*ethos*, liée à l'image de soi telle qu'elle a été introduite dans la théorie de l'argumentation d'Amossy a permis d'avoir une aperçue explicite pour comprendre la place que l'*ethos* occupe dans les sciences du langage. En s'inspirant des travaux de ses devanciers, elle lie l'*ethos* avec la mise en scène de l'orateur. Pour cette dernière, pour produire un discours on doit tenir compte de l'acte verbal et de l'acte non verbal c'est-à-dire de prendre en considération l'identité sociale et l'identité discursive du sujet parlant. Ainsi l'*ethos* se confond avec les mœurs et la question de la moralité. Amossy ajoute que c'est à travers l'image de soi que le sujet parlant construit, intentionnellement ou non, dans son énonciation, un composant de la force illocutoire. Elle fait la distinction entre cet *ethos* produit qu'elle appelle *ethos* discursif qui relève de la scène d'énonciation et de la dimension linguistique et l'image que la société se fait du locuteur bien avant sa prise de parole. Elle appelle cet *ethos* un *ethos* préalable ou *extra-verbal* qui relève aussi de la dimension extralinguistique de la scène d'énonciation.

Nous pouvons dire que chez Amossy c'est le sujet parlant qui construit son *ethos* pour persuader son auditeur. Amossy opère une réconciliation entre l'*ethos* qui est basé sur l'*extra-verbal* provenant de la sociologie et un *ethos* qui découle de la construction discursive de l'orateur. Elle démontre bien cette affirmation en faisant la relation entre l'*ethos* sociologique et l'*ethos* discursif.

« En effet, l'efficacité du discours est tributaire de l'autorité dont jouit le locuteur, c'est-à-dire ce que les allocutaires se font de sa personne. De même qu'il s'appuie sur la doxa qu'il prête à son public, de même l'orateur modèle son *ethos* sur les représentations collectives qui revêtent aux yeux de ses interlocuteurs une valeur positive et qui sont susceptibles de produire sur eux l'impression appropriée aux constances. » (Amossy, 1999 : 133)

A travers ces remarques nous pouvons redire que la notion d'*ethos* telle qu'elle est perçue et étudiée par ce linguiste est illustrée par plusieurs théories qu'elle essaye de regrouper et de faire une analyse synchronique de différentes approches en passant par

l'ethos classique, sociologique et pragmatique.

3) **L'ethos dans les sciences sociales**

Dans cette section, nous revisitons les différentes perceptions de l'ethos.

L'ethos selon Pierre Bourdieu

Les études menées sur les notions d'ethos sont devenues transversales et multidimensionnelles selon les différentes sciences sociales et humaines. Les sciences du langage ont étudié cette notion dans le domaine du discours, dans sa dimension pragmatique, énonciative et interactionnelle. Pour la sociologie la notion d'ethos est liée à l'acte social. D'ailleurs, P. Bourdieu, l'un des plus célèbres sociologues français s'est intéressé à l'étude de l'ethos dans ses travaux. Il rejoint la pensée et le point de vue d'Isocrate et non de celui d'Aristote en constatant que la force du discours réside dans les conditions institutionnelles de leur production et de leur réception. Bourdieu estime aussi que la force discursive repose sur l'autorité qui découle de la légitimité du discours. Cela veut dire que c'est la fonction sociale de l'orateur au cœur d'une cérémonie selon la règle établie par la société que l'ethos prend son sens. Pour lui, une énonciation ne peut avoir d'autorité basée sur un statut social que si elle est énoncée par un sujet se trouvant dans une situation légitime. Ainsi par exemple il faut être un évêque pour pouvoir parler de certains aspects de la religion sinon l'énonciation risque de ne pas avoir d'effet sur le destinataire.

Bourdieu lie et étudie le concept d'*ethos* à celui d'*habitus* qu'il définit comme l'ensemble de dispositions durables acquises par l'individu au cours du processus de socialisation. Faisant parti des éléments du champ d'étude de Bourdieu, l'*habitus* permet au locuteur de mieux appréhender les marques du fonctionnement de celui-ci et d'appliquer les meilleures attitudes qu'il soit, pour bien incorporer ces marques. L'ethos selon Bourdieu devient éthique quand il a un but moral. En outre c'est dans la conception d'*habitus* que se construit la dimension de l'ethos.

L'ethos est composé de deux éléments ; l'ethos qui est caractérisé par les principes intériorisés guidant notre conduite et à notre insu. L'ethos qui est caractérisé par l'hexis corporelle qui se réfère à des postures et à des rapports au corps, également intériorisés. Ces deux dimensions de l'ethos permettent à un acteur social de prendre en considération certaines postures dans les interactions verbales en tenant compte de l'intention.

« Chers fidèles du Christ, amis croyants tel est la prière que l'esprit du seigneur m'inspire en ce temps d'épreuve depuis la cathédrale de Dakar. Comme vous le savez la cathédrale désigne l'église qui abrite la cathèdre c'est-à-dire le siège de l'évêque. C'est en sa cathédrale que l'évêque exerce avant tout ses fonctions de sanctifications, d'enseignements et de services en faveur du peuple de dieu. J'ai donc choisi de venir célébrer ici même en cette cathédrale de notre Dame de Victoire sans assemblé bien heureuse l'eucharistie dominicale pour vivre avec vous tout même à distance une proximité spirituelle dans la prière. » (Mgr Benjamin Ndiaye).

Dans ce passage, le sujet parlant se construit une image prédiscursive basée sur la légitimité de son acte d'énonciation. Il s'agit ici de montrer dans cet énoncé le rôle que l'évêque occupe au sein de l'Eglise catholique. L'image prédiscursive de ce dernier apparaît à travers les termes : « évêque » et le « je », des marqueurs qui montrent la subjectivité et, en même temps, la légitimité de son discours et de ses actions « l'eucharistie dominicale ».

L'ethos selon Goffman

Les travaux du sociologue américain sur les interactions verbales et sociales ont beaucoup contribué à l'interprétation de la notion d'ethos telle qu'on la retrouve dans les études en sciences du langage. Il montre que toute interaction sociale est définie comme « l'influence réciproque que les partenaires exercent sur leurs actions respectives lorsqu'ils sont en présence physique les uns les autres » (1973 : 23). Selon lui, la notion d'ethos se construit dans l'interaction verbale, autrement dit, c'est à travers l'échange verbal que les participants construisent leur image. Ainsi chaque partenaire est obligé de se comporter selon le modèle que lui impose les normes socioculturelles. Par ailleurs, selon l'interactionniste Orrechioni, c'est dans l'interaction où sont incessamment confrontées les images revendiquées et attribuées, que se construit l'identité de chacun.

C'est dans ce sens que la perspective interactionnelle privilégie la notion de négociation qui est étrangère à l'ethos rhétorique résumé dans ce que le sujet parlant montre de lui-même. L'approche conversationnelle prône la notion de négociation vu la présence d'un auditoire concret, qui influence le dire du locuteur. Ainsi l'image de soi se construit progressivement dans l'interaction.

B) Le pathos

Le *pathos* est un concept issu de la rhétorique et de la philosophie, utilisé pour décrire une technique persuasive visant à susciter des émotions chez l'auditoire ou le lecteur. Le mot *pathos* provient du grec antique et signifie « souffrance » ou « passion ». En utilisant le pathos, un orateur cherche à émouvoir profondément l'auditoire et à créer une connexion émotionnelle.

Le pathos en rhétorique

« La rhétorique aristotélicienne consacre un livre entier à la question du pathos, qui traite des moyens de mettre le juge ou tout autre public dans une certaine disposition. » (Aristote, 1991 : 181 cités par Amossy, 2000 : 163).

Selon cette penseuse, la notion de pathos préoccupait tellement Aristote. Pour lui, le pathos est une stratégie capitale qui permet à un locuteur de toucher aux sentiments de son auditoire. Le locuteur doit toujours jouer au pathos afin d'atteindre la persuasion. Contrairement aux autres stratégies discursives, le pathos vise directement l'auditoire afin de toucher sa sensibilité. Aristote reconnaissait aussi l'importance d'utiliser les émotions pour persuader. Le discours étant souvent prononcé devant un public, l'usage habile du pathos était essentiel pour engager et influencer l'auditoire cible et choisir des émotions qui résonnent avec eux.

L'utilisation du pathos en rhétorique repose sur la compréhension de la nature humaine et de la manière dont les émotions peuvent influencer les attitudes et les comportements. Il s'appuie sur le principe qui montre que les émotions sont des moteurs puissants qui peuvent amener l'individu à adhérer au discours produit par le locuteur. En utilisant des stratégies rhétoriques, les orateurs cherchent à exprimer ses émotions pour persuader l'auditoire.

« Oui, chères femmes, puis qu'aujourd'hui vous êtes appelées à nous rappeler par votre vie votre foi en Jésus Christ, la miséricorde de Dieu que vous vivez au quotidien dans vos familles en faveur de vos époux et de vos enfants et que vous devez vivre dans la société dans l'église pour devenir un instrument de l'amour de Dieu. ». (Paul Abel Mamba Diatta)

L'évêque interpellé son auditoire par l'expression « *oui chère femme* » et fait appel aux sentiments pour toucher la sensibilité, la conviction et l'émotion des fidèles. Il invite ces dernières à cultiver des valeurs de responsabilité dans leur foyer.

Le pathos en analyse du discours

En analyse du discours, cette notion renvoie à l'ensemble des stratégies discursives utilisées pour attirer l'attention de l'auditoire et fait référence à la dimension émotionnelle d'un discours ou d'un texte. Il est question alors d'examiner comment les émotions sont utilisées pour influencer l'interprétation et la réception du discours cible.

P. Charaudeau parle à cet effet : « d'effets pathémiques et propose de décrire l'organisation de l'univers de pathémisation » (Aristote, 1991 : 148 cités par Amossy, 2000 : 140). Autrement dit, l'analyse du pathos, dans le discours se rapporte aux stratégies rhétoriques qui sont mises en exergue pour susciter des émotions, orienter les perceptions et les attitudes des auditeurs dans le but de les faire adhérer au discours.

Pour clore sur le pathos, nous reprenons George Vignaux, en disant que « le pathos regroupera les considérations relatives à l'auditoire : image qu'un orateur constituera de son auditoire à travers le discours, types d'arguments appropriés à des publics » (1988 : 67). Ceci dit, l'efficacité du pathos dépend de la capacité de l'orateur à choisir les émotions appropriées pour l'auditoire en question et à les intégrer habilement dans son discours. Cela demande une compréhension profonde des valeurs et des motivations de l'auditoire, ainsi qu'une maîtrise de la manière de communiquer ces émotions de manière persuasive et convaincante.

« Heureux donc ceux qui savent compatir la souffrance des autres. Aux protagonistes de ce conflit de Casamance je lance donc un appel suppliant, vous avez des enfants, vous avez des docteurs, des cousins alors acceptez de penser que les nombreuses difficultés du conflit sont des parents d'enfants comme vous, des docteurs, d'hommes comme vous, des cousins d'autres personnes comme vous. Je supplie les femmes de la Casamance aidez-nous encore, vous avez beaucoup fait mais aidez-nous à mettre fin à cette guerre. Vous êtes comme la colonne vertébrale pour le redressement de notre chère Casamance sans vous, nos efforts seront veinés. Vous subissez plus que quiconque les conséquences de cette guerre et de vous je vous en supplie. » (Mgr Adrein Sarr).

Dans cet extrait, le sujet parlant utilise cette stratégie argumentative pour attirer, toucher la sensibilité de ses interlocuteurs à travers le rappel de la souffrance des autres. L'usage du marqueur énonciatif « vous » qui rapproche les personnes souffrantes du public présent au discours (« des parents d'enfants comme vous », « d'hommes comme vous ») en est une parfaite illustration.

C) Le Logos :

Le logos est l'un des trois modes de persuasion en rhétorique. Le logos se concentre sur l'utilisation de la logique, du raisonnement et des preuves pour convaincre l'auditoire. Ainsi, son but principal est de présenter des arguments solides, cohérents et convaincants

pour soutenir une thèse ou une idée. Le logos est au centre de la rhétorique aristotélicienne, mais on peut le retrouver également en pragmatique et en analyse du discours.

Le logos en rhétorique

« Pour agir sur l'allocutaire, le locuteur s'appuie sur la raison. Il met en œuvre des types de raisonnement qu'il appuie sur des preuves. Il y a deux grands types de raisonnements : le raisonnement inductif et le raisonnement déductif. » (Tomassone, 2002 : 255).

Autrement dit, le logos s'inscrit dans une vérité de faits. Ainsi la période rhétorique mettrait en exergue deux procédures logiques afin de mieux étayer le logos. Est déductif lorsque le raisonnement part de généralités pour aboutir à une conclusion spécifique. C'est l'une des principales méthodes de raisonnement utilisées en logique formelle.

Par ailleurs, ces deux démarches correspondent à deux constructions logico-discursives que sont « l'enthymème, du syllogisme, d'une part et l'exemple ou analogie, d'autre part ». Car tout le monde lit-on dans le livre premier de la rhétorique, fait la preuve d'une assertion en avançant soit des exemples soit des enthymèmes et il n'y a rien en dehors de cela » (Aristote, 1991 : 85 cités par Amossy, 2000 : 115). Selon Aristote, l'argumentation n'a de sens que lorsqu'elle se repose particulièrement sur le logos ou sur les raisonnements logiques qui visent en même temps la persuasion et lui attribuent à une validité.

En effet, l'enthymèmes et l'exemple contribuent à valider un argument. Ainsi l'enthymème comme mode de raisonnement ou l'argument est exprimé de manière incomplète, avec une ou plusieurs évidente à partir des éléments fournis. L'exemple joue également un rôle important dans le contexte du logos, il aide à rendre les concepts abstraits plus accessibles et à tester la validité des arguments et des principes. Il joue le rôle essentiel dans la compréhension de la logique formelle et du raisonnement rationnel.

En fin de compte, le logos en période classique est particulièrement bien adapté à la formalisation du raisonnement mathématique et philosophique. Toutefois, il peut être limité dans sa capacité à gérer la complexité et les nuances des langues naturelles ou les significations et les relations peuvent être plus ambiguës et contextuelles.

« Il ne peut y avoir de paix dans notre sous-région et pour nos peuples sans le progrès sans la prospérité sans l'unité sans la lutte pour la cause de l'homme sans la foi sans son but et en l'idéal. Appel à nous tous la tentation de cette guerre cérébrale peut nous guetter dans la crise casamançaise tarde à croire son épilogue. Cette crise va nous faire réfléchir, elle n'est pas allumée par les armes, elle a été provoquée par l'homme et parce qu'il y a le plus bas de l'homme dans l'homme : l'égoïsme, la nudité, la course aux gains rapides et le manque de considération pour les autres ». (Mgr Adrien Sarr)

Dans cet exemple, l'évêque s'appuie sur le logos, sur un exemple concret, afin de mettre en évidence les causes de la crise casamançaise. Pour ce faire, ce dernier fait usage aussi de la non-personne « il » pour marquer sa neutralité. A travers ce raisonnement logique, le sujet parlant cherche à convaincre son auditoire pour qu'il puisse adhérer à son discours.

Le logos en pragmatique

Le logos pragmatique met l'accent sur l'usage du raisonnement pragmatique dans une situation d'interaction et de la compréhension. La pragmatique étant conçue comme une approche philosophique qui met en évidence l'importance de l'action pratique, de l'expérience et des conséquences dans la recherche de la vérité et de la signification. Dans le contexte du discours, le logos pragmatique se concentre sur la manière dont le langage est utilisé pour atteindre des objectifs concrets et résoudre des problèmes réels. Ainsi différentes formes de logique sont à la base du logos pragmatique que Charaudeau et Maingueneau établissent ainsi qu'il suit :

- La logique substantielle : cette logique s'oppose à celle formelle. Le logicien Stephen Toulmin oriente d'ailleurs sa recherche vers l'argumentation « sous l'angle d'une pratique, mobilisant des argumentations substantielles, dépendant du domaine considéré dont le modèle est la pratique juridique »

Pour ce logicien britannique, il faut s'écarter de la logique formelle traditionnelle. Son approche consiste à mettre l'accent sur la manière dont les arguments sont utilisés dans des contextes réels, complexes et souvent ambiguës. Toulmin s'intéresse à la façon dont les individus utilisent les arguments pour convaincre et persuader dans des situations réelles plutôt que de se concentrer uniquement sur des structures formelles.

- La logique non formelle ; cette logique aborde des aspects du raisonnement qui ne sont pas toujours bien pensés par les systèmes de la logique formelle. C'est-à-dire, la logique non-formelle s'intéresse à la manière dont les individus gèrent ces ambiguïtés, leurs raisonnements.

- La logique naturelle : J-B Grise définit la logique naturelle « comme l'étude des opérations logico-discursives qui permettent de construire et de reconstruire une schématisation » (DAD, 2002 : 355).

Pour récapituler, nous remarquons que le logos pragmatique fait référence à l'utilisation de la langue dans une communication. De ce fait, la pragmatique met l'accent sur l'action pratique afin d'aboutir à la vérité. Autrement dit, le logos pragmatique met en lumière la dimension pratique et orientée vers l'action de communication ou dans une interaction. Nous remarquons enfin que l'ethos, le pathos et le logos sont loin de se différencier, mais ils se complètent.

« Aussi frères et sœurs pour nous, mieux encore devons-nous recueillir ces dons pour en vivre, pour en témoigner c'est-à-dire pour semer en nous et au tour de nous la justice et la paix en parole, en acte et plus profondément encore en éduquant nos cœurs ou notre conscience siège de nos intentions et même de nos comportements et tout spécialement en éduquant nos enfants et les jeunes. Education à la paix et à la justice pour que paix et justice deviennent comme une culture. Comme pour dire aux hommes : Dieu a accompli sa part, à vous maintenant de jouer pour que dans l'amour et la vérité vous préserviez, vous bâtissiez la justice et la paix, fidèles compagnons inséparables dans le langage public. Frères et sœurs, de quelle justice parlons-nous si elle fait fuir la justice et la vérité ? De quelle justice parlons-nous encore si elle ignore la vérité et l'amour du prochain ? Autrement dit, la justice véritable se fonde sur la vérité et doit produire la paix, l'amour, le pardon et la réconciliation et non au contraire engendrer la violence, la justice

ne doit pas engendrer la violence, la haine, la rancune, le désir de vengeance et encore loin la désinvolture et l'impunité » (Mgr André Gueye)

Dans ce passage, le locuteur fait usage du logos mais aussi du pathos pour convaincre son auditoire de l'importance de la paix et de la justice et du fait que chacun doit y apporter sa contribution.

La visée de l'argumentation

La visée est généralement perçue comme l'intention particulière de celui qui parle ou écrit dans un discours. Ainsi le locuteur cherche à produire chez son allocataire un effet persuasif. La visée de l'argumentation est de persuader, de convaincre un auditoire. Pour ce faire, l'argumentation cherche à communiquer de façon claire et cohérente. Autrement dit le locuteur doit chercher à tenir un discours logique, bien structuré afin d'atteindre l'adhésion de sa cible. En outre, la visée de l'argumentation au-delà de l'ethos, joue aussi au pathos. C'est-à-dire en utilisant des stratégies discursives et un langage émotionnel adapté au public, à l'auditoire cible et au contexte. Voilà ce qui amène sans doute Amossy à affirmer : « que ce soit devant un grand auditoire ou un petit, défini ou pas composite ou homogène le discours a toujours le même but, celui d'avoir un impact sur ses auditeurs » (2006 : 27).

Pour cette linguiste la finalité ou la visée du discours est d'atteindre sa cible. Par ailleurs, une argumentation doit respecter les normes éthiques ou de l'ethos en évitant toutes manipulations ou d'arguments fallacieux. Ainsi, dans le contexte de l'énonciation, la visée de l'argumentation consiste à utiliser le langage de manière claire, cohérente, logique tout en tenant compte du contexte de production, de la relation avec les interlocuteurs et des stratégies discursives appropriées pour atteindre l'adhésion du public. En fin de compte, nous retenons que la visée de l'argumentation est de persuader un auditeur bien défini selon le type de discours.

« D'autres résolutions consistent à coup sûr à renoncer à tout ce qui pourrait fragiliser la paix et la justice et les mettre en péril surtout vous le savez par l'intermédiaire des réseaux sociaux. Utilisons-les avec responsabilité pour promouvoir la justice et la paix et non pas pour appeler à la haine ou à la violence pour insulter ou calomnier, pour semer la discorde ou pour la division. Vous savez un partage, un transfert innocent ou naïf d'une information apporte plus si elle est fautive peut malheureusement faire éclater une bombe. Marchons ensemble pour un Sénégal de justice et de paix ». (Mgr André Gueye)

Dans cet extrait, le sujet parlant s'adresse aux fidèles croyants à travers un raisonnement logique et les incite à cultiver les bonnes manières et à éviter la haine et la violence, la visée illocutoire du discours de l'évêque étant visible.

Conclusion

A partir de la trilogie aristotélicienne l'ethos, pathos et logos, nous avons mis en évidence le rôle joué par ces concepts dans le cadre de l'argumentation, mais aussi dans le cadre plus large de l'analyse du discours et de la rhétorique. Les différentes théories que nous avons présentées nous ont aidé à mieux nuancer ces concepts et à les différencier. Nous avons illustré notre propos à l'aide d'extraits tirés d'un corpus de sermons prononcés par des prêtres sénégalais, qui mettent en évidence la visée persuasive de ce type de discours et constituent autant d'exemples d'actualisations discursives de ces concepts.

BIBLIOGRAPHIE

- AMOSSY, Ruth, (2000), *L'argumentation dans le discours : discours politique, littéraire d'idées, fiction*, Paris, Nathan.
- AMOSSY, Ruth, (2006), « Argumentation, situation de discours et théorie des champs : l'exemple de Les hommes de bonne volonté (1919) de Madeleine Clemenceau Jacquemaire », dans *CONTEXTES*, p. 43, disponible en ligne : <http://contextes.revues.org/43> ; DOI : [10.4000/contextes](https://doi.org/10.4000/contextes).
- AMOSSY, R, (2010), *La présentation de soi : ethos et identité verbale*, Paris, PUF.
- AMOSSY, Ruth, (1999), *Image de soi dans le discours. La construction de l'ethos*, Lausanne, Delachaux et Niestlé.
- ARISTOTE, (1991), *Rhétorique Le livre I et II*, (Texte établi et traduit par Médéric Dufour), Paris, Gallimard.
- BENVENISTE, Émile, (1966), *Problème de linguistique générale tome I*, Paris, Gallimard.
- BENVENISTE, (1970), *Problème de linguistique générale tome II*, Paris, Gallimard.
- BOURDIEU, Pierre, (1982), *Ce que parler veut dire, l'économie des échanges linguistiques*, Paris, Fayard.
- CHARAUDEAU, Patrick, et MAINGUENEAU, Dominique, (2002), *Le dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil.
- MAINGUENEAU, Dominique, (1981), *Approche de l'énonciation en linguistique française*, Paris, Hachette.
- MAINGUENEAU, Dominique, (1996), *Les termes clés de l'analyse du discours*, Paris, Seuil.
- MAINGUENEAU, (1999), *L'énonciation en linguistique française*, Paris, Hachette.
- MAINGUENEAU, Dominique, (2004), *Le discours littéraire. Paratopie et scène d'énonciation*, Paris, Armand Colin.
- MAINGUENEAU, Dominique, (2009) *Les termes clés de l'analyse du discours*, Paris, Seuil.
- MBOW, Fallou, (2010), *Énonciation et dénonciation du pouvoir dans quelques romans négro-africains d'après les indépendances. Littératures*, Université Paris-Est; Université Cheikh Anta Diop de Dakar. Faculté des lettres et sciences humaines, p. 176, disponible en ligne : <https://theses.hal.science/tel-00609317/file/Mbow-Diffusion.pdf>.
- MEYER, Michel, (1993), *Questions de rhétorique*, Hachette, Le Livre de Poche, Biblio-essais.
- PERELMAN, Chaïm (1977), *L'empire rhétorique : rhétorique et argumentation*, Paris, Vrin.
- PERELMAN, Chaïm et OLBRETCHTS-TYTECA, Lucie, (2009), *Traité de l'argumentation : la nouvelle rhétorique*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles.
- TOMASSONE, Roberte (2002), *Pour enseigner la grammaire*, Paris, Delagrave.
- VIGNAUX, Georges, (1988), *Le discours Acteur Du Monde. Énonciation argumentation et cognition*, Paris, Ophrys.

