



**République Algérienne Démocratique et Populaire**  
**Ministère de l'Enseignement Supérieur**  
**et de la Recherche Scientifique**  
**Université El-Wancharissi - Tissemsilt**



**Faculté : Lettres et Langues Etrangères**  
**Département : Langue Française**  
**Année Universitaire : 2024/2025**  
**Promotion : M1**  
**Semestre : 3**  
**Module : Pratiques Communicationnelles**  
**Enseignant : M. Kaouadji**

### **Le discours**

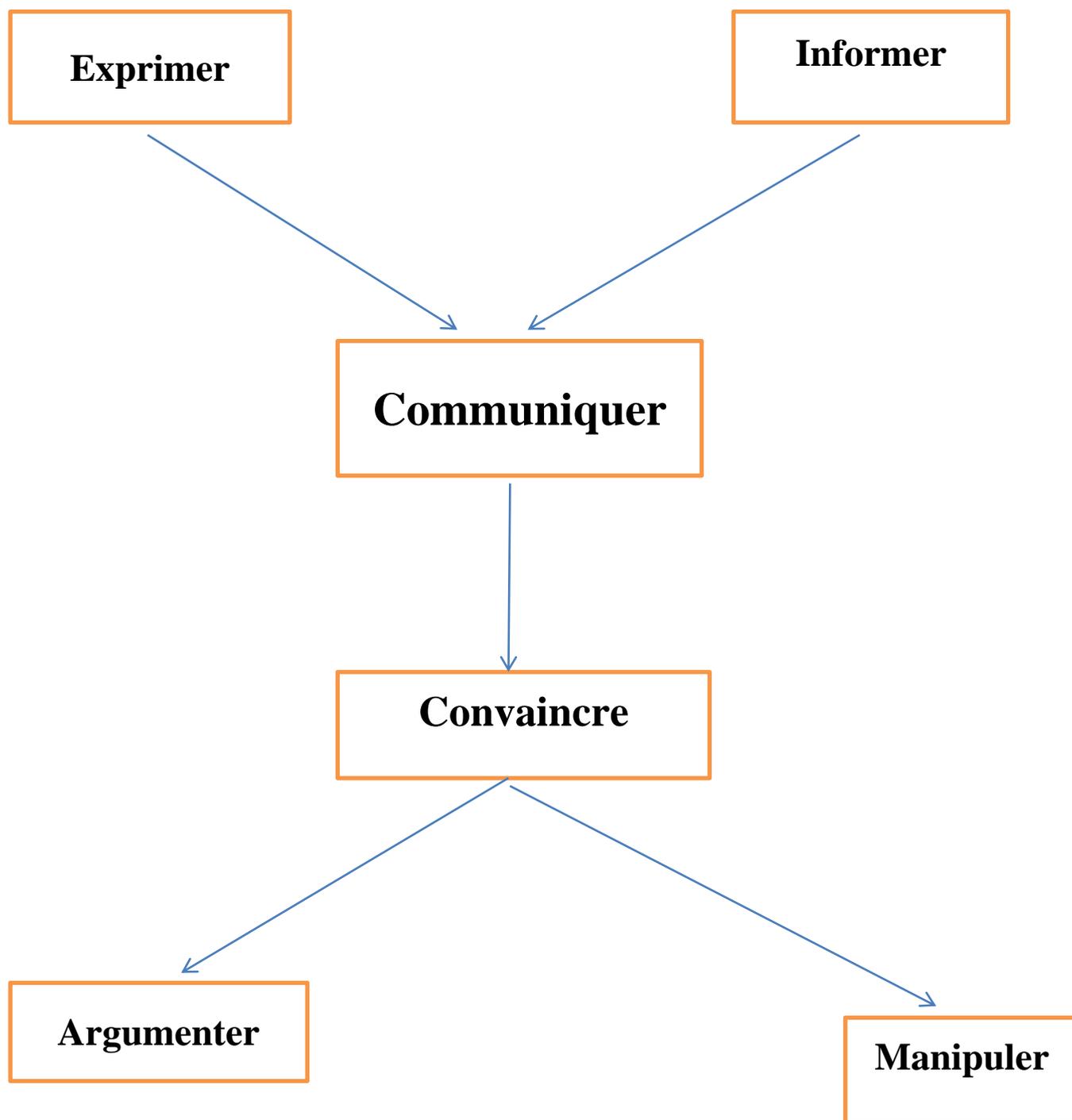
De manière générale, nous pouvons dire que le discours est un énoncé ancré dans un contexte spécifique et particulier qu'il influence et le nourrit

### **L'analyse argumentative du discours**

Tout d'abord, il est important de savoir en quoi consiste l'argumentation pour ensuite essayer d'apporter des précisions quant à l'analyse argumentative du discours. En effet, il faut savoir que l'objectif principal de l'argumentation est de convaincre puisqu'un grand nombre de situations communicationnelles ont tendance à suggérer afin d'obtenir l'adhésion d'une personne, d'un public ou d'un auditoire dépendamment du contexte où se déroule la communication. Communiquer c'est essentiellement exprimer, informer et convaincre. Exprimer, dans la mesure où l'intention est l'expression d'un sentiment, d'un état ou d'une vision singulière du monde ou de soi-même. Informer, lorsqu'il est question d'exposer de manière objective telle ou telle situation, et enfin, convaincre quand il s'agit de présenter au public des raisons qui le pousse à adhérer au point de vue projeté.

Ces trois registres - qui se situent dans l'action d'exprimer, d'informer et de convaincre - ne se confondent pas, leurs lignes de démarcation ne sont pas toujours aussi déterminées en dépit de la richesse de la parole humaine.

Nous vous proposons ce schème de P. Breton qui illustre les différents registres de communication :



Il existe différentes méthodes pour convaincre, cependant, ce qui est intéressant c'est principalement les méthodes dites douces tel que le facteur de séduction souvent employé dans le but d'entraîner autrui à partager tel ou tel point de vue puisque ce dernier incite, d'une certaine façon, le public visé à penser comme l'orateur, celui-ci est perçu alors comme étant une personne séduisante. Ce facteur est très privilégié chez

les hommes politiques car il leur permet de créer une relation très émotionnelle avec l'auditoire. Par exemple, on voit souvent dans des meetings de campagnes électorales des hommes politiques se précipiter vers l'auditoire et le toucher physiquement (la poignée de main). Parmi d'autres méthodes utilisées pour séduire, le recours aux figures de styles, que ce soit à l'oral ou à l'écrit, ce procédé discursif est aussi séducteur car il rend le discours plus agréable à entendre et par conséquent plus saisissant.

Il existe aussi d'autres méthodes de convictions qui font, quant à eux, plus appel à la raison qu'aux sentiments, il est question de la démonstration, autrement dit, l'ensemble des arguments qui donnent la possibilité de transformer une affirmation en une vérité qui ne peut aisément être niée, difficilement contestable.

En effet, l'homme argumente depuis qu'il a commencé à forger des opinions, acquérir des valeurs et adhérer à des croyances qu'il partage avec ses semblables. En ces temps-ci, l'homme est confronté quotidiennement à diverses situations qui l'incitent à argumenter au travers d'une culture de base que n'importe quelle personne acquière par imprégnation.

### **Les principes de l'analyse argumentative**

**Une approche langagière** : le discours argumentatif s'élabore à partir de la mise en place des moyens que donne le langage au niveau des alternatives lexicales qui contiennent un aiguillage argumentatif, des successions d'énoncés, des cadres formels d'énonciation, des sous-entendus et des présupposés.

**Une approche communicationnelle** : l'étalement d'un discours argumentatif ne peut s'étendre à l'extérieur d'une relation d'interlocution, en d'autres termes, l'élaboration d'une argumentation et son articulation logique sont indissociables de la situation de communication.

**Une approche dialogique et interactionnelle** : le discours argumentatif doit impérativement s'accommoder avec l'auditoire visé dans le but d'agir sur lui. Amossy ajoute, à cet égard, que le discours argumentatif participe de l'échange entre partenaires même lorsqu'il s'agit d'une interaction virtuelle où il n'y a pas de dialogue effectif, le sujet de la dynamique qui s'établit entre l'image de l'auditoire, de l'ethos du

locuteur - prenant part dans le discours - de celle des prémisses et des savoirs partagés, sont déterminantes.

**Une approche générique** : Le discours argumentatif s'inscrit en permanence dans un type et un genre discursif.

**Une approche stylistique** : Dans le but d'influencer l'auditoire, le discours argumentatif fait appel aux différents effets stylistiques et aux diverses figures comme celles des figures de style dans l'entreprise de la persuasion.

**Une approche textuelle** : Le discours argumentatif nécessite une étude sur le plan de sa construction textuelle en se basant sur les procédures de liaison qui dirigent son développement. À cet effet, il est nécessaire d'observer comment les processus logiques telles que les analogies, les syllogismes, les méthodes de dissociation et d'association sont utilisées à l'intérieur du cadre complexe du discours en situation.