Fiche

L'argumentation peut être entendue comme un raisonnement destiné à prouver un fait ou à défendre une opinion. On la retrouve partout : dans la publicité, dans la presse, dans la littérature... Mais elle ne poursuit pas le même objectif selon l'intention du locuteur : celui-ci, en effet, peut vouloir démontrer, convaincre ou persuader. Quelles sont les caractéristiques de ces différents types d'argumentation ?

1. Qu'est-ce qui distingue la démonstration de l'argumentation en général ?

Une démonstration est un **raisonnement** qui consiste à « établir la vérité d'une proposition par déduction logique » (Paul Robert, *Grand Dictionnaire de la langue française*).
Contrairement à l'argumentation en général, son objectif n'est pas de défendre une opinion, mais de prouver qu'une loi, un fait, une assertion a une valeur de vérité.

La démonstration repose sur des **arguments vérifiables** (parce que réfutables) et sur des connexions explicites ; elle est l'instrument d'un discours **scientifique** ou simplement **rationnel**, visant à l'élaboration d'une vérité. Le locuteur d'une démonstration ne s'implique pas dans son énoncé et ne vise pas un interlocuteur en particulier puisque la vérité démontrée a pour vocation d'être **universellement admise.**

Exercice n°1

2. Qu'est-ce qu'argumenter ?

Une argumentation est un discours destiné à **convaincre de la validité d'un propos** ; elle prend en compte un **interlocuteur** (réel ou fictif) dont elle veut obtenir l'adhésion. Dans une argumentation, on distingue le **thème** (ce dont on parle) de la **thèse** (ce qu'on en dit, l'opinion émise à propos du thème).

Pour soutenir sa thèse, le locuteur recourt à des **arguments** organisés qui fondent la validité du propos. Quoique *argumentum* en latin signifie « preuve », l'argument n'est pas une preuve, mais une pièce dans le mécanisme de l'argumentation, un maillon du raisonnement qui sert à étayer la thèse, à convaincre l'interlocuteur de sa validité (et non à en garantir la vérité). On distingue différents types d'argument :

- l'argument **logique** (qui fait appel à la raison de l'interlocuteur) ;
- l'argument **d'expérience** (« l'expérience montre que... ») ;
- l'argument **d'autorité** qui s'appuie sur une personne célèbre ou reconnue (ex. : « Aristote dit que... », « le journal *Le Monde* écrit que... », etc.) ;
- l'argument ***ad hominem*** qui met en cause la vie privée de l'interlocuteur.

Les arguments sont le plus souvent illustrés par des **exemples** qui rendent le propos plus concret, plus compréhensible, et donc plus efficace. Ces exemples peuvent être tirés de l'**expérience personnelle** du locuteur (anecdotes), mais il peut s'agir aussi d'événements **historiques,** de données **économiques** (statistiques), d'extraits d'œuvres **littéraires,** etc.

L'ensemble d'une argumentation (exposé du thème et de la thèse, arguments, exemples) est **structuré de manière cohérente** : l'interlocuteur doit pouvoir saisir les articulations logiques, comprendre le déroulement du raisonnement. Par l'emploi de connecteurs et d'habiles transitions, le locuteur doit faire progresser son argumentation vers une conclusion qui réaffirme la thèse avec force et emporte définitivement l'adhésion de l'adversaire.

Exercice n°2

3. Quelles sont les différentes stratégies argumentatives ?

Toute argumentation s'appuie sur une stratégie, c'est-à-dire une démarche spécifiquement choisie en fonction de la thèse à soutenir et de l'interlocuteur à convaincre. L'une des stratégies consiste simplement à **soutenir une thèse**, en déployant des arguments qui en montrent le bien fondé. Cette stratégie peut être complétée par la **réfutation de la thèse adverse** : dans ce cas, le locuteur s'attache à dévaloriser, à décrédibiliser les arguments qui s'opposent à son point de vue. Il emploie des contre-arguments et des contre-exemples, souligne les faiblesses du raisonnement de l'adversaire. Il peut aussi ironiquement **faire mine d'adhérer totalement à la thèse adverse**, qu'il développe dans ses moindres aspects pour mieux en montrer les incohérences : l'interlocuteur est alors invité à s'apercevoir de lui-même que ce point de vue ne peut être soutenu. Ainsi, Montesquieu dans son texte sur « l'esclavage des nègres », ne dit pas explicitement qu'il est contre l'esclavage ; mais devant l'inanité des arguments en faveur de cette pratique, le lecteur ne peut qu'être convaincu que les esclavagistes ont tort : « On ne peut se mettre dans l'esprit que Dieu, qui est un être très sage, ait mis une

âme, surtout une âme bonne, dans un corps tout noir. »

Une autre stratégie peut consister à faire des **concessions à la thèse adverse.** Sans la récuser purement et simplement, le locuteur reconnaît qu'elle est valable par certains aspects... mais c'est pour mieux montrer qu'à d'autres égards, elle n'est pas tenable.

Histoire de la peinture française

« Les adversaires de l'art moderne ont l'habitude de dénoncer le déclin progressif de l'art, d'annoncer la fin d'un monde. En quoi ils n'ont, certes, pas tort. Mais où l'on peut différer d'avis avec eux, c'est dans leur nostalgie d'un art qui conserverait, vivante parmi nous, l'image d'un monde révolu. »

Pierre Francastel, 1955

Enfin, le locuteur peut adopter différents types de raisonnement. S'il part d'un cas particulier pour en tirer une règle générale, on parle de **raisonnement inductif**. Le raisonnement inverse (du général au particulier) se nomme le **raisonnement déductif**. Si le locuteur veut prouver la validité de son propos en s'appuyant sur une comparaison avec une autre réalité, on parle alors de **raisonnement par analogie**.

Exercice n°3

4. Sur quels ressorts l'art de la persuasion repose-t-il ?

Une argumentation qui ne vise pas seulement à convaincre, mais à persuader fait appel aux **sentiments** de l'interlocuteur plus qu'à sa raison. L'objectif est d'**agir sur sa sensibilité** afin qu'il adhère entièrement à la thèse soutenue. Pour ce faire, le locuteur recourt à des **procédés oratoires** qui ont pour but d'**impliquer l'adversaire.** Il s'exprime en général à la première personne, plaçant ainsi le débat sur un plan plus personnel, et s'adresse directement à son interlocuteur : emploi de la deuxième personne, apostrophes, phrases interrogatives (qui sont parfois de pures questions rhétoriques), mode injonctif qui incite à agir, etc.

Plus encore que la thèse elle-même, c'est la manière dont elle est présentée qui est chargée de persuader. Pour **frapper l'esprit** de l'auditoire, le locuteur multiplie les **formules** percutantes (aphorismes, maximes), joue sur le **rythme** des phrases (périodes), utilise la **ponctuation** pour exprimer des émotions vives (points d'exclamation ou de suspension). Le **vocabulaire**, selon qu'il est péjoratif ou mélioratif, lui permet également de faire valoir son point de vue. Le locuteur peut également recourir à l'ironie (par exemple avec l'antiphrase) ou à des paradoxes. Les **figures de style,** enfin, sont mises au service de l'argumentation :

- les **figures par amplification** (hyperbole, gradation) donnent du poids, de l'ampleur à un argument ;
- les **figures par atténuation** (euphémisme, litote) suggèrent plus implicitement ;
- les figures par **analogie** (comparaison, métaphore) créent des images susceptibles de rendre l'argumentation plus concrète ;
- les figures par **opposition** (chiasme, antithèse) soulignent des contradictions.

Sur l'eau.

« La guerre est plus vénérée que jamais. [...] Ainsi, se réunir en troupeaux de quatre cent mille hommes, marcher jour et nuit sans repos, ne penser à rien, ni rien étudier ni rien apprendre, ne rien lire, n'être utile à personne, pourrir de saleté, coucher dans la fange, vivre comme les brutes dans un hébétement continu, piller les villes, brûler les villages, ruiner les peuples, puis rencontrer une autre agglomération de viande humaine, se ruer dessus, faire des lacs de sang [...] voilà ce qu'on appelle ne pas tomber dans le plus hideux matérialisme. »

Maupassant

Cette **éloquence** au service de l'argumentation n'est pas sans danger, et peut devenir une **manipulation** dans la mesure où son objectif n'est pas la vérité mais seulement la vraisemblance (l'interlocuteur adhère à ce qui lui semble être vrai). Publicité, propagande, discours politique... autant de formes qui utilisent les ressorts de la persuasion et qu'il faut appréhender en connaissance de cause, sans jamais se départir de son **esprit** critique.

La citation

« L'inutilité de toutes les guerres est évidente. Qu'elles soient défensives, offensives, civiles, pour la paix, le droit pour la liberté, toutes les guerres sont inutiles. » (Giono, *Lettre aux paysans sur la pauvreté et la paix*,, 1938.)

Exercice n°4

Exercice n°5

Exercice n°6

Exercice n°7

Exercice n°8

Exercice n°9

Exercice n°10

© 2000-2025, Miscellane