**Le texte argumentatif se caractérise par l’énoncé d’une thèse.** Or, pour défendre une idée essentielle, l’auteur doit chercher à influencer son lecteur, pour que celui-ci, à son tour, y adhère. Il doit donc adopter une stratégie d’argumentation qui vise à convaincre le lecteur, à le persuader grâce à la maîtrise de l’éloge et du blâme, de la polémique et de la satire.

|  |
| --- |
| **L’art de convaincre** |

**La thèse.** Elle constitue l’idée essentielle défendue par un locuteur dans son texte : on la retrouve soit en introduction, soit en conclusion. Le raisonnement, ou argumentation, peut suivre 2 logiques :
**• La déduction** **:** on part d’ une loi générale pour aboutir à un fait particulier. C’ est le type de raisonnement que recoupe le syllogisme. (Tous les hommes sont mortels. Or Socrate est un homme. Donc Socrate est mortel.)
**• L’induction** **:** on part d’ un fait particulier pour aboutir à une loi générale. (Il a eu une bonne note. C’est donc un bon élève.)
**• Les arguments.** ce sont les raisons exposées par le locuteur pour étayer sa thèse. On peut les classer en 3 catégories :
**- L’argument d’autorité :** il s’agit d’ une opinion émise par une autorité que l’on peut difficilement contester.
**- L’argument ad hominem :** on invoque une raison personnelle (vie privée, physique, personnalité) pour attaquer la thèse de l’adversaire.
**• Les exemples :** ils illustrent les arguments concrètement.
 **La logique du discours argumentatif**
• **La thèse rejetée :** pour les besoins de son argumentation, le locuteur peut prendre en compte une thèse contraire à la sienne. La thèse du locuteur est ainsi soutenue par opposition.
• **La concession :** stratégie qui consiste à faire semblant d’accepter la thèse de l’autre pour mieux soutenir la sienne. On peut aisément la repérer grâce à des connecteurs logiques qui indiquent l’opposition ou la concession ("certes, mais, sans doute, pourtant…").
• **L’organisation logique :**les arguments, reliés entre eux par des connecteurs logiques, peuvent exprimer différents rapports logiques (l’addition, la cause, la conséquence, l’opposition, la concession).

|  |
| --- |
| **L’éloge et le blâme** |

**• L’éloge.** Il constitue le discours par lequel le locuteur cherche à convaincre le lecteur des mérites et des qualités de quelqu’un ou de quelque chose. M. de Balzac était un des premiers parmi les plus grands, un des plus hauts parmi les meilleurs. Ce n’est pas le lieu ici de dire tout ce qu’était cette splendide et souveraine intelligence. (Victor Hugo, Discours prononcé aux funérailles de M. Honoré de Balzac, 1850)
**• Le blâme.** Au contraire de l’éloge, il constitue le discours où le locuteur cherche à convaincre le lecteur des défauts de quelqu’un ou de quelque chose, en mettant en relief ce qu’il reproche.
*L’abbé Dubois était un petit homme maigre, effilé, chafouin, à perruque blonde, à mine de fouine, à physionomie d’esprit, qui était en plein ce qu’un mauvais français appelle un sacre mais qui ne se peut guère exprimer autrement.*
*(Saint-Simon, Mémoires, 1691-1723)*

|  |
| --- |
| **La polémique et la satire** |

**• Le discours polémique.** On reconnaît une argumentation polémique au discours violent du locuteur et au fait qu’il porte sur un sujet qui prête à contestation. On relèvera ainsi un vocabulaire dépréciatif qui disqualifie la thèse adverse, des hyperboles, et des figures (métaphores, comparaisons, périphrases) présentant l’adversaire sous une forme ridicule. Son discours recourt alors à de nombreuses figures d’insistance (anaphores, répétitions, questions rhétoriques) et à une ponctuation expressive qui traduit l’indignation du locuteur.
**• Le discours satirique.** La satire est une stratégie d’argumentation qui vise à ridiculiser l’adversaire en se moquant de lui. Elle utilise l’arme de l’ironie que l’on repère aux antiphrases qui consistent à dire le contraire de ce que l’on pense. Certains indices rendent l’ironie perceptible : l’exagération ou le caractère outrancier de certains propos, le règne de l’implicite, une ponctuation expressive, des illogismes. Le but de toutes ces stratégies d’argumentation est toujours d’obtenir l’adhésion du destinataire.