

Éclairages, dimension rhétorique et argumentation à l'épreuve des tweets de Donald Trump

Point of view (“éclairages”), Rhetorical Dimension and Argumentation: the test-case of Donald Trump’s Tweets

Thierry Herman



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/aad/2504>

DOI : 10.4000/aad.2504

ISSN : 1565-8961

Éditeur

Université de Tel-Aviv

Référence électronique

Thierry Herman, « Éclairages, dimension rhétorique et argumentation à l'épreuve des tweets de Donald Trump », *Argumentation et Analyse du Discours* [En ligne], 20 | 2018, mis en ligne le 15 avril 2018, consulté le 23 septembre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/aad/2504> ; DOI : 10.4000/aad.2504

Ce document a été généré automatiquement le 23 septembre 2019.



Argumentation & analyse du discours est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Éclairages, dimension rhétorique et argumentation à l'épreuve des tweets de Donald Trump

Point of view ("éclairage"), Rhetorical Dimension and Argumentation: the test-case of Donald Trump's Tweets

Thierry Herman

Introduction

- 1 Le problème de l'argumentation est qu'il est possible, suivant les théories qui s'en emparent, de la voir un peu partout. Au moins trois conceptions peuvent être prises en considération dans ce domaine. Dans sa définition classique, une argumentation suppose *a minima* la défense d'un point de vue exprimé sous une forme de proposition par une autre proposition qui joue le rôle d'argument. Que ce soit sous la forme logique du raisonnement syllogistique dont on calculerait les tables de vérité ou sous la forme enthymématique de l'argumentation dans le contexte de différents champs, étudiée par le modèle de Stephen Toulmin (2003[1958]), cette approche inscrit de fait l'argumentation dans une perspective qui intéresse la linguistique textuelle, dès lors que l'on va au-delà de l'énoncé pour saisir le lien transphrastique ou transpropositionnel entre arguments et conclusion.
- 2 Mais, dans l'espace francophone bien plus qu'ailleurs, l'articulation entre deux propositions énoncées n'est plus une condition nécessaire pour parler d'argumentation. Une deuxième ligne de pensée s'inscrit dans les théories sémantico-pragmatiques de l'argumentation dans la langue. Que ce soit celle des blocs sémantiques (Carel et Ducrot 1999a, 1990b), celle des stéréotypes (Anscombe 2001), celle des points de vue (Raccah 2005) ou celle des possibles argumentatifs (Galatanu 2009), toutes ces approches ont progressivement marqué une rupture avec la mise en relation de deux propositions explicites, en étudiant non plus des paires d'énoncés marquées par des connecteurs ou des opérateurs, mais le lexique lui-même, en tant

qu'il est porteur d'argumentations intrinsèques. Par exemple, dans notre communauté langagière, le mot « populiste » suffit à étayer l'idée d'un rejet ou d'un désaccord. Le test de l'insertion de « mais » permet d'éclairer, si on suit la théorie d'Anscombe, la puissance du stéréotype intégré en langue. Ainsi, « c'est une idée populiste, mais ne la rejetons pas » paraît être une paire de propositions recevables alors que « c'est une idée populiste, mais rejetons-la » sera probablement perçu comme étrange hors cénacle de populistes s'assumant comme tels. La stabilisation du stéréotype en langue crée ce que Carel et Ducrot nomment un bloc sémantique. Dans cette perspective, et au-delà des différences d'approches entre les courants cités, chaque mot « argumente », dans le sens où il oriente vers une classe de conclusions possibles.

- 3 La troisième conception de l'argumentation est représentée par Amossy (2012 [2000]) et Grize (1996) ou Vignaux (1988) avant eux, et elle est se trouve au cœur de ce numéro. Inspirées par le dialogisme bakhtinien, ces approches mettent en relief l'idée que tout énoncé, saisi dans un contexte précis, fait écho à des énoncés similaires, oriente des points de vue ou des perspectives de lecture. Les « données » de l'argumentation sont loin d'être données, justement – elles subissent les effets d'une schématisation par le locuteur :

Le discours argumenté opère sur un matériau factuel « retenu », dans un contexte de référence qui permet de tester les thèses débattues, les notions évoquées, les corrélations mises en raisonnement. Ce contexte n'est pas le monde empirique [...], il est une « schématisation » (Grize, Vignaux) qui opère une sélection, qui énonce des « faits » et les exprime avec un vocabulaire donné, les regroupe et les oppose à d'autres, [...] – opérations logiquement *préalables à l'argumentation et au débat et qui souvent décident de tout* (Angenot 2008 : 148-149, je souligne).

- 4 Angenot montre ainsi que la notion de « données » n'est que pure illusion, mais on voit une ligne de fracture avec les représentants de l'argumentation dans le discours : le premier reconnaît les éclairages que permet le processus de schématisation, mais les exclut du champ de l'argumentation ; les seconds affirment au contraire que c'est déjà une forme d'argumentation. Amossy, en introduisant l'idée de « dimension argumentative », la définit comme des « moyens verbaux utilisés pour modifier ou renforcer les représentations et croyances de l'allocataire ou pour simplement orienter sa réflexion sur un problème donné » (2005, je traduis).
- 5 Dans les deux dernières approches, l'argumentation repose sur des enchaînements implicites, qu'il est possible de mettre au jour par une analyse sémantique et pragmatique, mais qui échappent d'une certaine manière au critère cardinal de l'argumentation dite classique : l'expression et la défense d'une opinion par un locuteur. On ne veut pas dire par là qu'il n'y a pas de construction d'un point de vue au fil du texte (ou de l'intertexte), ce qu'on pourrait considérer comme une forme d'argumentation indirecte selon Rabatel (2017), mais bien insister sur le fait que le caractère visible, posé, noir sur blanc, d'une opinion dans laquelle s'engage le locuteur n'est plus un prérequis pour parler d'argumentation. Deuxième conséquence, dès lors que tout lexème peut orienter ou influencer l'allocataire, l'argumentation devient consubstantielle à toute parole – Micheli parle d'argumentativisme généralisé (2009, 2012a).
- 6 Le but de cet article est théorique mais aussi méthodologique. Depuis un point de vue qui demeure attaché à une vision « classique » de l'argumentation, j'aimerais reprendre à nouveaux frais le couple visée argumentative/dimension argumentative d'Amossy pour proposer une vision alternative fondée sur des critères langagiers que j'espère

suffisamment clairs et applicables. Comment en effet pratiquer une analyse du discours qui tienne compte de l'argumentation dans la langue ou des « éclairages » de la schématisation sans pour autant engager la notion d'argumentation? Au-delà d'alimenter un débat théorique, l'intention méthodologique est d'arriver à une grille d'analyse ayant un intérêt heuristique pour l'analyse du discours. Je me propose d'analyser par la suite un corpus *a priori* défavorable à une vision classique de l'argumentation articulant argument et conclusion : les tweets de Donald Trump.

- 7 Le réseau Twitter, dont Donald Trump est devenu une figure marquante, possède une caractéristique technique bien connue : la limite des messages fixée à 140 signes. Or, la norme de 140 caractères est une contrainte assez forte pour limiter l'expression et *a fortiori* le développement d'une « cellule argumentative », au sens de Plantin (1990), composée minimalement d'un argument et d'une conclusion. Sous réserve d'examen du corpus, les tweets devraient avoir peu de séquences argumentatives classiques, mais une « dimension argumentative » importante. En effet, s'il y a quelque vérité dans l'idée que Twitter a favorisé l'élection de Trump, la dimension argumentative aurait alors pleinement exercé son rôle. Cette hypothèse est rendue plausible par le contexte appelé « post-truth politics » qui a toutes les chances de considérer l'argumentation classique comme superfétatoire, sinon contre-productive¹.
- 8 L'enjeu de cet article n'est pas de déterminer si cette dimension argumentative a joué un rôle dans l'élection, ni de typologiser les caractéristiques langagières de l'ère de post-vérité ou des tweets étiquetés comme populistes. Le corpus présente un matériau qui paraît idéal pour illustrer et défendre un modèle d'analyse de la visée et de la dimension argumentatives et d'en observer le rendement escompté.

1. Reconsidérer la visée argumentative

- 9 Le problème définitionnel que je rencontre avec le couple notionnel d'Amossy est que l'argumentation, parce qu'elle n'est pas définie par une structure compositionnelle, se confond avec la rhétorique (Amossy et Koren 2009). En effet, les deux définitions de ces notions mettent en exergue comme critère définitoire une visée sur autrui. La « visée argumentative » est définie, dans une perspective très perelmanienne, par « l'intention délibérée de mener à une conclusion, et dans les stratégies programmées qui autorisent l'adhésion de l'auditoire à la thèse présentée à son assentiment » (Amossy 2007). La dimension argumentative, pour sa part, est aussi définie par une finalité : « moyens verbaux utilisés *pour modifier ou renforcer* les représentations et croyances de l'allocutaire ou *pour simplement orienter* sa réflexion sur un problème donné » (2005, je traduis et souligne).
- 10 Cette mise en évidence des effets perlocutoires donne peu de place à la nature même de l'argumentation. Lilian Bermejo-Luque (2011) par exemple considère l'argumentation comme « une activité de communication dont le but constitutif est de justifier le point de vue-cible [target-claim] » (2011 : 55, je traduis et souligne) : l'argumentation remplit d'abord une fonction intrinsèque de justification, ce qui n'exclut pas ensuite la possibilité de persuader, sur le plan perlocutoire des effets produits. Cette approche est compatible avec une définition de l'argumentation comme une séquence textuelle étayant une opinion par au moins une raison. Dans une telle perspective, l'argumentation est donc considérée comme un moyen (justifier) distinct d'une finalité (l'adhésion). Or, la notion même de « visée argumentative » crée une unité conceptuelle

réunissant en un même syntagme les deux. Cela soulève deux questions : premièrement, peut-on viser à argumenter et, si oui, en quoi cette finalité différerait de l'adhésion (ou de la tentative d'adhésion) ? Deuxièmement, si l'argumentation désigne tous les moyens permettant de provoquer l'adhésion à une thèse, par quel vocable désigner l'enchaînement textuel de la cellule argumentative entre argument(s) et conclusion ? Car la ressemblance conceptuelle entre argumentation et rhétorique rend difficile de décrire la preuve technique du *logos* (que l'on considérera comme de l'argumentation en discours) de manière indépendante des deux autres preuves de la rhétorique.

- 11 Je pense que l'argumentation gagne à être définie en dehors de l'effet perlocutoire potentiel, qui est de provoquer ou renforcer l'adhésion à une thèse, pour ne conserver que l'idée d'étayage d'un point de vue. Selon cette perspective, c'est donc non l'argumentation, mais la rhétorique qui pourrait être définie par une finalité d'adhésion à une thèse. Tant Angenot (2008) que Micheli (2012b) ont soutenu toutefois que la persuasion renvoie à une idée trop forte, celle de changement d'attitude d'un allocataire sur un objet. Mais on peut donner à la persuasion un sens nettement plus faible : il est à mon sens nécessaire, et très important pour la dimension argumentative qui va nous occuper, de conserver l'idée perelmanienne d'adhésion. Je dirais qu'en tant que locuteur, on ne s'engage jamais dans l'expression d'une opinion sans un espoir² qu'au moins une partie de l'auditoire, même minoritaire, puisse y adhérer. Cette dimension sociale, qui permet aux locuteurs d'une communauté linguistique de se reconnaître autour de certaines croyances ou certaines valeurs, est certes centrale dans toutes les approches de la rhétorique, ne serait-ce qu'à travers l'idée d'adaptation à l'auditoire, mais, sans être au premier plan, à mon sens, dans les définitions les plus classiques de la discipline, comme par exemple « l'art de persuader par le discours ». Une telle définition pose par exemple un problème pour le genre épideictique, qui ne vise pas à persuader, mais à renforcer des valeurs admises par la communauté et qui, dans la mesure où l'on prêche souvent des convaincus, se fonde moins sur des cellules argumentatives que sur des stratégies d'amplification (Danblon 2001).
- 12 Si on continue de considérer le genre épideictique, on peut même se demander si cette visée d'adhésion à des thèses qui n'ont pas un impact aussi déterminant que dans le discours judiciaire ou délibératif (rappelons qu'Aristote considère l'épideictique comme un spectacle) reste bien un pivot essentiel de définition. Autrement dit, ne faudrait-il pas définir la rhétorique moins par sa visée intrinsèque que par la nature d'au moins une proposition identifiable sous la forme d'une opinion ? Si la rhétorique n'est pas forcément argumentative et ne veut pas forcément modifier des opinions, mais les maintenir ou les renforcer, elle entre minimalement en jeu lorsque le locuteur s'engage sur une opinion avec un espoir d'adhésion, nouvelle ou confirmée, à cette thèse. Je dirais ainsi que, dans la mesure où il risque le rejet d'une partie voire de tout l'auditoire, le locuteur s'engage dans un champ rhétorique dès qu'il défend publiquement une opinion,
- 13 On voit donc que j'exprime des réserves quant à la notion de « visée argumentative » pour deux raisons : (1) si l'argumentation est inhérente au discours, alors l'adjectif est superflu ; (2) la visée argumentative est définie uniquement par une intention (et non par une structuration textuelle) qui devient dès lors déterminante pour identifier le type de texte qui nous intéresse. Mais si l'argumentativiste que je suis soulève les problèmes posés par une définition très large de l'argumentation, l'analyste du discours

qui est aussi en moi reste proche de Perelman et d'Amossy : il garde l'idée que l'analyse de la façon dont on peut provoquer ou accroître l'adhésion à une thèse par des moyens verbaux permet d'étudier toute une catégorie de textes non-argumentatifs (au sens classique du terme) mais que l'on peut qualifier de rhétoriques.

- 14 Mais l'argumentation est-elle effectivement réductible à une forme d'étayage dont le but est de justifier l'opinion que l'on veut défendre ? Des théories classiques de l'argumentation intègrent souvent non seulement l'idée d'un étayage, mais aussi une dimension dialectique intrinsèque à l'argumentation. Abordons rapidement ce point.

2. Reconsidérer l'aspect dialectique de l'argumentation

- 15 Dissocier la rhétorique de l'argumentation demande de mieux circonscrire l'argumentation si on exclut que la visée persuasive ou d'adhésion soit un critère définitoire. Plantin (2009 : 53), Angenot (2008), Jacquin et Micheli (2012) ou Doury (2016) ont tous avancé une définition de l'argumentation qui ne mobilise pas l'effet perlocutoire potentiel mais qui insiste sur un mode particulier d'agencement des énoncés. En outre, ces auteurs ont en commun d'avancer une dimension dialectique dans leurs approches. Doury propose une définition aussi simple qu'intéressante : « mode de construction du discours visant à le rendre plus résistant à la contestation » (2016 : 22), tandis que Jacquin et Micheli la voient comme « un mode spécifique de traitement verbal du désaccord, qui consiste en la construction de positions solides, c'est-à-dire étayées par un travail textuel de justification et situées par un travail interactionnel et dialogique de positionnement » (2012 : 600). Ces auteurs mettent en évidence deux caractéristiques posées comme fondamentales : 1. le désaccord, le contre-discours, ou la contestation ; 2. la justification, l'étayage. Pour réfléchir au caractère nécessaire des deux traits, on peut se demander s'il est encore possible de parler d'argumentation en l'absence de contre-discours, de contestation ou de désaccord (réel ou potentiel) d'une part, et en l'absence d'étayage par des arguments d'autre part. Observons ces cas-limites.
- 16 Dans le premier cas, on retrouve le genre épideictique évoqué plus haut. La question du désaccord n'y affleure guère. Si on prend l'exemple (1) tiré de l'éloge de Jacques Chirac à la mort de François Mitterrand, on trouvera bien un point de vue (Mitterrand avait la volonté de servir certains idéaux), étayé par différentes illustrations. Mais dans la situation consensuelle, conventionnelle et ritualisée d'éloge national, cette structure textuelle avec étayage – qui ne contient ni concession, ni négation polémique, ni trace marquée de polyphonie – n'envisage pas dans son spectre le désaccord, une notion qui paraît même incongrue pour l'éloge dont l'une des fonctions essentielles est de rassembler une communauté autour de valeurs (cf. Dominicy et Frédéric 2001)³.
- (1) François Mitterrand, c'est une volonté. Volonté de servir certains idéaux. La solidarité et la justice sociale. Le message humaniste dont notre pays est porteur, et qui s'enracine au plus profond de nos traditions.
- 17 On peut donc justifier un point de vue, étayer une position, en occultant ou en rendant non pertinente la notion de contestation. Est-ce ce suffisant pour parler d'argumentation ? Soit on considère que l'on est ici en présence d'une justification et que cela ne devient une argumentation qu'à partir du moment où un contexte de contestation est possible ; soit on affirme que c'est bien déjà de l'argumentation et que

la notion de désaccord, de problème ou de contestation n'est pas nécessaire pour parler d'argumentation de prime abord, même si on considère ces cas comme rares ou marginaux. Or, la distinction systématique entre justification et argumentation ne me semble pas toujours adoptée par les auteurs cités.

- 18 Dans le deuxième cas (contestatation sans étayage), on peut songer au moins à deux sous-catégories : (a) lorsque le locuteur était une position à laquelle il s'oppose, mais sans justifier sa position propre ; (b) lorsqu'il y a bien une prise de position, mais pas d'étayage. Les cas (a) sont nettement plus rares, de manière générale (et dans notre corpus en particulier). En effet, ils sont en porte-à-faux avec l'idée de « résistance à la contestation », puisqu'il s'agit de concéder et de justifier un contre-argument sans même étayer son propre point de vue. La promesse de Trump dans l'exemple (2), « cela changera », pourrait-elle ainsi être considérée comme une argumentation, dans la mesure où les arguments qui justifieraient le changement promis ne sont pas assertés, à l'inverse du contre-argument (« la haine est trop profonde », ma trad.) ?

(2) For many years our country has been divided, angry and untrusting. Many say it will never change, the hatred is too deep. IT WILL CHANGE!!!! (Trump, 15 janvier 2017, 14 :00)

- 19 Bien que ce tweet ne contienne pas de connecteurs explicitant les relations de discours, la reprise du verbe (« change ») invite à considérer que l'on a affaire à une seule cellule argumentative, manifestant très clairement un désaccord, mais dont l'étayage ne concerne que la partie adverse (la haine est trop profonde ; donc rien ne changera) alors que la position de Trump se contente d'exprimer un point de vue opposé à celui qui est défendu. Bermejo-Luque, par exemple, ne considérerait pas ce cas comme de l'argumentation, dans la mesure où le locuteur ne donne pas les raisons qui justifieraient sa promesse. Pourtant, outre la mention de l'argumentation prêtée à autrui, l'allocutaire est structurellement invité à admettre que le locuteur dispose d'arguments plus forts, bien que non exprimés, pour soutenir la conclusion exprimée. L'absence d'arguments n'implique pas son inexistence.

- 20 La sous-catégorie (b) en revanche est extrêmement fréquente. En voici un exemple :

(3) Somebody with aptitude and conviction should buy the FAKE NEWS and failing @nytimes and either run it correctly or let it fold with dignity! (Donald Trump, 28 janvier 2017, 08:00 AM)

- 21 On voit ici une très claire prise de position – le tweet exprime le souhait qu'une personne capable et convaincue achète le NY Times en déliquescence et ses Fake news pour en faire une entreprise qui tienne la route ou pour le mettre au placard avec dignité ; il exprime en même temps un désaccord avec les médias et ce qu'ils disent du président Trump. Cependant, l'opinion présentée ne reçoit aucun étayage explicite. Aucun des tenants de l'argumentation en tant que structure compositionnelle n'utiliserait cette catégorie pour aborder ce cas de discours polémique, ce qui me semble indiquer que la compositionnalité est le trait définitoire *sine qua non* pour évoquer l'argumentation, indépendamment de la polémique ou du positionnement que l'on retrouve dans plusieurs définitions. Toujours est-il qu'il y a bien une prise de position dans un espace social, autrement dit une forme de rhétorique, selon ce que j'ai défini plus haut, ce que la « dimension argumentative » d'Amossy permet en partie d'envisager.

3. Reconsidérer la dimension argumentative

- 22 Dans la perspective adoptée ici, l'argumentation se définit nécessairement par une forme de justification textuelle d'un point de vue ou d'une opinion – que ce soit la sienne propre ou celle d'un opposant. Mais j'adopte une posture qui peut paraître moins ouvertement dialectique que celles de Plantin, Jacquin et Micheli ou Doury sur la question du positionnement par rapport à un discours autre. Je considère plutôt que le discours autre existe dès la formulation de son opinion propre.
- 23 J'entends par là qu'exprimer une opinion, c'est précisément se positionner ; le locuteur se découvre, se met en position de devoir se justifier, prend donc le risque d'une opposition, réelle ou potentielle, déjà connue ou pas encore socialement formée. Cela revient à dire qu'il s'inscrit dans une forme de « territoire social », une Cité pour faire allusion à la rhétorique grecque, que l'on peut considérer comme une communauté de valeurs (cf. la notion d'*homonoïa* – Danblon 2001). Ce faisant, une opinion offre un positionnement par rapport à une « frontière » déterminant une Cité – les personnes susceptibles d'adhérer au moins partiellement à l'opinion exprimée – et un monde extérieur, qui résiste ou conteste, de manière réelle ou potentielle. C'est pourquoi elle présente un risque social, lequel peut être amoindri ou amplifié par diverses techniques de modalisation, des stratégies de reformulation ou de langue de bois, etc.
- 24 Nombre d'énoncés peuvent donc se présenter avec un clair positionnement, sans pour autant offrir ni un étayage, ni une position adverse saillante, à l'image d'une personne sortant d'un cinéma et s'adressant à un autre spectateur en ces termes : « Quel superbe film ! J'ai adoré... » en imaginant que son interlocuteur partage le même avis. On ne verra pas ici de cellule argumentative (sauf en cas de contestation et de demande de justification), mais on peut imaginer que de tels propos non étayés ne sont pas dépourvus d'influence, par exemple si l'allocutaire est plus hésitant ou réservé au sujet du film en question. Comme dit plus haut, je considère que formuler une opinion est un acte rhétorique, dans le sens où, précisément, il renvoie à un positionnement avec le plus souvent l'espoir de recueillir une forme d'adhésion – sauf volonté expresse de provocation. Si l'on veut reprendre la terminologie d'Amossy, c'est ici que je vois une dimension argumentative, que je préfère appeler, en raison de l'absence d'étayage, dimension rhétorique ou rhétoricité.
- 25 A l'inverse toutefois d'Amossy, je considère que la présence d'une thèse ou d'une opinion est nécessaire pour parler de dimension rhétorique ou de rhétoricité du discours. Cela implique l'idée que toute parole n'a pas forcément une dimension rhétorique, contrairement à la dimension argumentative, consubstantielle au discours. Un titre de dépêche comme « Des inondations font plus de cent morts en Chine » n'est pas une opinion⁴ et ne saurait à ce titre être considéré comme exprimant une dimension rhétorique, dans la mesure où l'ambition de mettre en rapport des prises de position d'un locuteur par rapport à son auditoire et à un espace social est absente ; ce titre constitue une proposition discursive qui ne s'offre pas à l'accord ou au désaccord. Notons qu'en principe, ce qui vaut pour le titre est valable pour l'ensemble de la dépêche, selon le principe de la séparation des faits et du commentaire (problématique comme on le sait – cf. Koren 1996) qui prévaut dans ce genre de discours. Il n'en demeure pas moins qu'un tel énoncé demeure une schématisation dans l'optique de Grize : on pourrait imaginer que « Plus de 100 morts en Chine à la suite d'inondations »

ou « Chine : 109 morts dans des inondations » constituent des variantes de cette schématisation avec d'autres effets sur l'auditoire.

- 26 Les genres que cite Amossy pour illustrer la dimension argumentative (« l'article d'information qui se veut neutre, la conversation familière, une grande partie des récits fictionnels », [2008, §9]) paraissent donc a priori peu rhétoriques. Prenons cependant un cas plus complexe, ce chapeau d'un article d'information du *Temps* du 12 mars 2004 :
- (4) Une vague d'attentats sans précédent a secoué jeudi matin la capitale espagnole. Une dizaine d'engins explosifs (sur treize déposés) ont éventré en quelques minutes quatre trains bondés dans trois gares.
- 27 Dans cet exemple et suivant la définition donnée, je ne relierais pas les deux premières phrases typographiques de ce chapeau à de la rhétorique, même si l'analyse du discours sera attentive à la dramatisation induite par « sans précédent », « secoué », « éventré », « bondés » ainsi qu'à l'emploi métaphorique de « vague ». La dominante est descriptive et on ne trouve pas d'opinion soumise à l'appréciation de l'auditoire. Mais la volonté manifeste de « faire voir les choses d'une certaine façon » est patente, par l'accentuation de l'impact émotionnel des faits rapportés entre autres.
- 28 Précisément parce que l'analyste du discours doit pouvoir montrer que les énoncés, aussi descriptifs apparaissent-ils, ne sont pas neutres, il faut créer une place pour une catégorie proche de ce qu'exprime la dimension argumentative d'Amossy. Considérons différents arguments justifiant cette nécessité. Tout d'abord, je pense avec elle qu'il n'y a pas d'énoncé sans une forme d'image du locuteur. Mais j'évitais de la nommer *ethos* si on sort de la dimension rhétorique définie par l'expression de l'opinion personnelle. Ensuite, Plantin (2011) et Micheli (2014) ont montré que la question de l'émotion débordait du cadre des noms ou adjectifs d'émotions. Ainsi, « des enfants meurent de faim en Syldavie » est un énoncé qui légitime, de par l'issue fatale exprimée, la pitié ou la colère à l'égard de la situation. A nouveau, j'évitais d'évoquer le *pathos* en l'absence d'une opinion exprimée. Enfin, on connaît aussi, dans la sémantique différentielle de Rastier, l'importance de la propagation de sèmes. Il montre par exemple qu'un panneau que l'on trouvait à l'entrée de certains restaurants dans la France occupée, « Interdit aux chiens et aux Juifs », animalise et déshumanise les Juifs par transfert de sèmes. Ces différents exemples, sans même considérer ici que de tels énoncés interviennent bien sûr dans le bain historique et social des discours ou plus largement le dialogisme bakhtinien, montrent bien une idée assez centrale dans l'analyse du discours : les énoncés ne font pas que décrire la réalité, ils insufflent ou peuvent insuffler des façons de considérer le monde. Du coup, on peut se demander s'il reste pertinent d'isoler de la masse des discours une dimension rhétorique liée à l'expression d'une opinion.
- 29 Les phénomènes décrits dans le paragraphe précédent ne se laissent pas vraiment saisir par une théorie de l'argumentation proprement dite : il n'y a ni étayage, ni opinion dans le texte observé ; pourtant, l'analyste du discours ne manquera pas de tirer des interprétations sur des manières de voir, de sentir, de penser présentes dans ces exemples. Mieux, le texte lui-même (mais aussi son intertexte, et son contexte) sert d'argument pour justifier une interprétation dans une démarche abductive (Eco 1992). Les signes, ici langagiers, mais on pourrait élargir la palette (prosodie, gestualité, etc.), sont autant d'arguments qui viennent étayer des interprétations, mais cette argumentation est métatextuelle – l'opinion défendue est celle de l'analyste et non celle du locuteur. Cette démarche interprétative, qui me semble au cœur de la « dimension argumentative » d'Amossy, tient compte des « éclairages » des objets de discours

schématisés, notion chère à Grize que l'on reprendra ici : « Les objets du discours doivent être éclairés, ce qui revient à mettre en évidence quelques-unes de leurs facettes et à en occulter d'autres et tout éclairage colore ce qu'il illumine, ce qui découle du fait qu'il se sert des préconstruits culturels qui ne sont jamais neutres » (2004 : 42). Pour garder une spécificité à la « dimension rhétorique », je propose de la distinguer de l'analyse des « éclairages ».

4. Proposition d'un modèle à des fins méthodologiques

- 30 La démarche théorique qui précède conduit donc à prendre les décisions suivantes : se refuser à fusionner rhétorique et argumentation, diminuer la dimension téléologique de persuasion au profit d'une forme de positionnement social que je vois dans le fait d'exprimer une opinion dans l'espoir d'une adhésion renforcée ou nouvelle, considérer que tout n'est pas rhétorique même si tout peut s'interpréter. C'est donc au final une vision en feuilleté que je propose de considérer depuis l'énoncé et ses éclairages jusqu'à la cellule argumentative comprenant argumentation et contre-argumentation⁵. On peut résumer cette proposition sous la forme suivante :

Objet	Critères
Eclairages (E)	Les éclairages de l'énoncé et de son contexte d'énonciation peuvent être analysés pour rendre compte d'une vision des choses, une façon de voir ou de sentir. C'est un travail interprétatif possible.
E + dimension rhétorique (R)	L'énoncé exprime une opinion dans laquelle le locuteur s'engage.
E + R + étayage argumentatif (ARG)	Au moins un énoncé sert d'argument en faveur d'une opinion, laquelle n'est pas forcément explicite, mais est au moins inférable par principe de pertinence.
E + R + ARG + contre-arguments (CA)	Présence ou mention de positions contraires ou de contre-arguments concédés, dimension dialectique posée.

- 31 De manière approximative, la dimension argumentative d'Amossy concerne les points I et II alors que la visée argumentative toucherait plutôt les points III et IV. Un tel modèle vise certes à clarifier sur le plan théorique la nature et la définition de l'argumentation, afin de maintenir un dialogue entre différents cadres théoriques. Mais sa fonctionnalité est aussi méthodologique. Ma préoccupation majeure d'analyste du discours étant de déterminer les outils les plus idoines pour saisir des observables et les interpréter, un tel tableau me semble utilisable pour saisir l'ouverture à l'argumentation ou à la discussion manifestée dans le discours. En tant que citoyen, je suis étonné de voir que l'expression d'une opinion (II) peut se substituer à une argumentation en bonne et due forme (III et IV) ou que le droit d'exprimer une opinion semble même constituer un argument pour délégitimer toute forme de critique. Je me demande aussi si l'ouverture à la posture adverse (IV) devient rare dans le discours

politique, si l'unilatéralisme (III) tend à s'imposer. Est-ce que cela correspond à une réalité tangible ? Le tableau permet d'y réfléchir. Dans le cas du corpus de tweets de Trump, une comparaison ou une évolution historique n'est pas possible dans l'espace qui est alloué ici, mais je vais analyser quelques cas de figure intéressants.

5. Analyse de quelques tweets de Donald Trump

- 32 Plusieurs études journalistiques ont déjà été menées sur l'atypique président Trump et sur son usage de Twitter. Ainsi, le *New York Times* a-t-il fait le décompte du nombre d'insultes du président (plus de 350 personnes ou institutions en janvier 2017), en particulier à destination des médias depuis décembre 2016. Dans « How Trump Thinks » (2017), Peter Osborne, journaliste au *Daily Mail*, compte quelques caractéristiques des tweets, par exemple les dichotomies : 585 occurrences de « the best » et « the worst », 445 occurrences de « strong » et « weak » ; mais aussi les éloges, souvent autotéliques, 4400 « great », 1100 « big » et 535 « amazing ». Le site www.trumptwitterarchive.com, utilisé pour constituer le corpus, permet aussi de faire plusieurs recherches. Par exemple, le point d'exclamation apparaît plus de 13000 fois sur 31000 tweets : une fréquence d'émotion montrée largement au-delà des pratiques politiques habituelles. Ces études, si elles pouvaient être plus comparatives, pourraient révéler une série de caractéristiques des tweets de Donald Trump, et plus largement, de l'ère de post-vérité impliquant une forte dimension émotionnelle.
- 33 J'ai décidé de considérer les tweets les plus populaires du mois de décembre 2016, en termes de nombre de « likes » afin de voir si la dimension rhétorique pouvait être représentative de cette popularité.
- (5) We did it! Thank you to all of my great supporters, we just officially won the election (despite all of the distorted and inaccurate media) (19 décembre 2016, 18h51, 223.249 likes et 59.296 retweet).
- 34 Dans ce premier exemple, « We did it ! », par le point d'exclamation et la formule figée, marque une émotion de joie – un éclairage – mais ne constitue pas une opinion (cas I). La deuxième proposition, en parataxe, adresse un remerciement et annonce le résultat officiel – le caractère collectif de la victoire (« we »), l'épithète évaluative (« great ») orientent interprétativement vers des émotions de joie et de gratitude et vers l'image d'un élu reconnaissant, mais on n'y verra pas d'opinion non plus (I). La parenthèse est en revanche plus complexe : l'opinion selon laquelle les médias sont déformés et inexacts s'inscrit sous forme de présupposition, mais le tout est présenté sous la forme d'un contre-argument avec « despite ». L'influence négative des médias est ici décrite comme ayant été un facteur insuffisant pour faire échouer le candidat républicain. Il demeure que l'opinion « les médias sont biaisés et inexacts » est bien véhiculée sans étayage (cas II).
- (6) Merry Christmas and a very, very, very, very Happy New Year to everyone!! (25 décembre 2016, 00h48, 212.467 likes, 50.193 retweet))
- 35 Ce tweet de Noël rentre pleinement dans les conventions et ne saurait être considéré comme argumentatif, pas plus que comme une opinion. Mais les éclairages (I) sont importants avec la dimension émotionnelle renforcée par la quadruple mention d'un adverbe d'intensité, mais aussi par la formule choisie. Il existe en effet un débat aux Etats-Unis entre la formulation « Merry Christmas » ou la plus œcuménique formule « Happy Holidays »⁶. C'est à l'occasion de telles formules figées que l'on se rend compte

que la « dimension argumentative » d'Amossy met le doigt sur un élément essentiel pour une analyse du discours située, attentive à l'intertexte et aux effets produits par le choix des mots.

(7) Boeing is building a brand new 747 Air Force One for future presidents, but costs are out of control, more than \$4 billion. Cancel order! (6 décembre 2016, 8h52, 141.534 likes, 42.984 retweet)

- 36 On peut être étonné que ce soit le troisième tweet le plus apprécié du mois de décembre. Il se démarque par une structure argumentative et s'appuie sur un chiffre vérifiable, ce qui est loin d'être la norme avec Trump. Il faut noter que le souhait d'annuler la commande (Trump n'a pas encore le pouvoir de le faire) est légitimé par un argument qui est aussi une opinion (« hors de contrôle »). Pour beaucoup, et même si le chiffre de 4 milliards est certes très élevé, mais reconnu comme probable, il demeure raisonnable étant donné le projet en question⁷. Le passage de la première donnée (« quatre milliards ») à la conclusion intermédiaire (« hors de contrôle ») représente un certain saut dans le raisonnement, mais la présence d'un étayage demeure. La première phrase pose un contexte et introduit le problème, mais, sous l'angle des éclairages (I) (« brand new » amène une axiologie positive), on peut l'envisager comme un contre-argument articulé par « but », ce qui amènerait à considérer l'ensemble de ce tweet comme une structure de type IV, rare dans ce corpus.

(8) (a) If the press would cover me accurately & honorably, (b) I would have far less reason to “tweet.” (c) Sadly, I don't know if that will ever happen! (5 décembre 2016, 11h00, 141'203 likes, 42984 retweet)

- 37 Voilà un autre cas intéressant pour tester le modèle avec un raisonnement contrefactuel nié. Je ne pense pas que l'on soit dans le domaine de l'argumentation (sur le plan formel), mais dans l'explication : Trump explique pourquoi il continue de produire des tweets – alors qu'il avait annoncé vouloir cesser. Hormis l'absence, à mon sens, d'opinion, on peut y voir une cellule « explicative » complète : Si (a) alors (b), mais (c) donc je vais continuer à tweeter (conclusion implicite d). La dimension explicative peut se lire dans « reason ». On remarquera toutefois que (a) présente une opinion (dimension rhétorique ou II) comme point de départ, c'est-à-dire une certitude généralisée sur la couverture médiatique dont Trump fait l'objet. Dans le même ordre d'idées, il ne justifie pas pourquoi il pense que cela ne changera jamais. On voit donc une dimension rhétorique assez forte dans (a) et (c) avec une construction d'*ethos* de victime au centre du tweet. Bien entendu, cette « explication » sur le plan formel s'inscrit dans un contexte polémique dans lequel l'usage de twitter par Trump est sujet à contestation : le texte dans son ensemble est une forme de positionnement dans ce débat.

(9) Peaceful protests are a hallmark of our democracy. Even if I don't always agree, I recognize the rights of people to express their views (22 janvier 2017, 9h23).

- 38 Le deuxième cas clair d'une cellule argumentative avec contre-argument est l'exemple (9), qui se trouve être le tweet qui a reçu le plus de « like » durant les deux mois sous inventaire. Il présente un cas très inhabituel de cellule argumentative avec un argument concédé dégageant une forme d'*ethos* d'ouverture du président, deux jours après son entrée en fonction qui date du 20 janvier 2017. Ce tweet s'appuie sur la valeur américaine essentielle de la liberté de parole, mais il intervient un peu moins de deux heures après avoir manifesté une forme d'incompréhension voire de mépris face aux marches de protestation des femmes à la suite de son élection⁸ et il est stylistiquement très différent (absence de points d'exclamation, de phrases averbales, de mots en

majuscules et d'adjectifs évaluatifs dont le président est pourtant coutumier), au point où l'on peut se demander s'il a été dicté par une équipe de communication deux heures après un premier tweet maladroit.

- 39 On notera que les tweets les plus aimés de décembre expriment une émotion marquée par le point d'exclamation, que la plupart (hormis le cas Boeing) font appel à une dimension collective (Cité) ainsi qu'à la désignation d'un adversaire dont Trump et ses partisans sont les victimes. Il est aussi très étonnant que les cas (7) et (8) soient les seuls présentant une structure de type IV du corpus tout en étant les plus aimés des deux mois sous inventaire – comme si l'ouverture à l'autre attirait plus de « likes ». Quantitativement, il faut souligner la dimension rhétorique créant et solidifiant le camp Trump autour de quelques opinions-clés, mais aussi de formules figées. C'est par exemple en décembre qu'apparaît pour la première fois « FAKE NEWS », en majuscules connotant la colère, qui va se figer et se répéter à plus de 90 reprises dans les huit mois qui suivent.
- 40 Mais ce qui frappe surtout dans ce corpus, c'est que les argumentations ne recourent pratiquement qu'à des opinions, à l'image de ce tweet : « Just tried watching Saturday Night Live - unwatchable! Totally biased, not funny and the Baldwin impersonation just can't get any worse. Sad » (4 décembre 2016, 00h13), dans lequel l'opinion « non-regardable » est justifiée par trois arguments exprimant autant d'opinions personnelles « totalement biaisé », « pas drôle », « l'imitation de Baldwin ne pourrait pas être pire ». Avant de conclure, comme souvent, par une phrase averbale exprimant une émotion : « Triste ». Les accords, ou les points de départ de l'argumentation, si on considère cette catégorie du *Traité de l'argumentation* (Perelman et Olbrechts-Tyteca 1958) sont donc des opinions (II), mais elles passent pour des évidences déjà partagées, dans le sens où « pour pouvoir fonctionner comme argument, un énoncé doit être sinon incontestable, du moins incontesté » (Doury et Plantin 2015). Malgré une forme argumentative (III), la « résistance à la contestation » dont parle Marianne Doury est particulièrement fragile dans la mesure où les raisons invoquées en faveur d'une opinion sont elles-mêmes très souvent des opinions personnelles contestables et non étayées. Hormis le cas (7), rares sont les argumentations dans lesquelles une opinion est soutenue par des faits ou des arguments vérifiables de la catégorie I. Il émerge de cet examen l'importance de la dimension rhétorique de positionnement, y compris dans des structures argumentatives, accentuée par des hyperboles, des images de soi, de l'émotion, des évaluations sur les personnes ou sur des faits dans laquelle il ne fait guère de sens de parler d'une visée persuasive. L'impression qui se dégage est que Donald Trump ne cherche pas à persuader des personnes indécises à adopter tel ou tel point de vue, mais à défendre sa vision du monde, sa Cité, ses valeurs et son image. S'il fait usage parfois de structures argumentatives, c'est essentiellement pour justifier une opinion par d'autres opinions dans une forme presque autarcique ou centripète de rhétorique ne tenant que rarement compte des arguments d'autrui ou d'arguments assez généraux ou solides pour séduire au-delà des murs de la Cité.

Conclusion

- 41 Au bout de ce parcours, on pourrait croire que je rejette le couple notionnel visée/dimension argumentative(s). Mais ce n'est pas vraiment le cas. J'ai certes soutenu trois différences avec Amossy. La première est que je résiste à l'adjectif argumentatif, car je

le trouve ambigu dans sa proximité avec la rhétorique. La deuxième est que la visée argumentative met en lumière un caractère intentionnel et offensif de la rhétorique alors que la notion d'adhésion, que l'on trouve en particulier chez Perelman, permet de réenvisager une dimension plus défensive et sociale de la rhétorique, à savoir l'expression d'un positionnement qui s'inscrit dans un territoire symbolique avec ses croyances et ses valeurs. C'est à ce titre que la dimension rhétorique m'intéresse, conçue au minimum comme l'expression d'une opinion qui engage son locuteur. La troisième, c'est que cette dimension rebaptisée rhétorique ne peut pas, pour rester pertinente, être consubstantielle à toute parole : elle nécessite au minimum l'engagement d'un locuteur dans une croyance, même si l'analyste du discours ne peut manquer de montrer l'influence possible de diverses formes d'« éclairages » que permet la schématisation. On a ainsi construit un modèle qui vise à clarifier un positionnement possible et cohérent lorsque l'on reste attaché à une vision « classique » de l'argumentation comme une forme de structuration textuelle, sans fermer la porte au dialogue avec d'autres perspectives sur l'argumentation ; mais aussi un modèle qui vise à être un outil d'examen de corpus permettant de déterminer des stratégies rhétoriques dans la parole publique, en particulier la place de l'opinion personnelle non étayée mais imposée comme partagée.

- 42 Malgré les divergences mentionnées, on notera que le travail d'analyse des éclairages, nécessairement argumentatif dans le sens restreint donné ici, appuie pleinement l'idée de Ruth Amossy : sous les discours, l'argumentation.

BIBLIOGRAPHIE

- Adam, Jean-Michel. 2011. *Les textes : types et prototypes* [3e édition] (Paris : Colin)
- Amossy, Ruth. 2005. « The argumentative dimension of discourse ». van Eemeren, Frans H. and Peter Houtlosser (eds.), *Practices of Argumentation* (Amsterdam: John Benjamins), 87-98
- Amossy, Ruth. 2007. « Les récits médiatiques de grande diffusion au prisme de l'argumentation dans le discours : le cas du roman feuilleton », *Belphégor, Idéologie et stratégies argumentatives dans les récits imprimés de grande consommation. XIXème – XXIème siècles*. 54
- Amossy, Ruth & Roselyne Koren. 2009. « Rhétorique et argumentation : approches croisées », *Argumentation et Analyse du Discours* [En ligne].
- Amossy, Ruth. 2010. *La présentation de soi. Ethos et identité verbale* (Presses Universitaires de France).
- Amossy, Ruth. 2012. *L'argumentation dans le discours* (Paris : Colin)
- Angenot, Marc. 2008. *Dialogues de sourds : traité de rhétorique antilogique* (Paris : Mille et une nuits)
- Anscombe Jean-Claude. 2001. « Le rôle du lexique dans la théorie des stéréotypes », *Langages* 142, 57-76
- Bermejo Luque, Lilian. 2011. *Giving reasons. A Linguistic-Pragmatic Approach to Argumentation Theory* (Dordrecht: Springer)

- Carel, Marion & Oswald Ducrot. 1999a. « Le problème du paradoxe dans la sémantique argumentative », *Langue française* 123, 6-26
- Carel, Marion & Oswald Ducrot. 1999b. « Les propriétés linguistiques du paradoxe : paradoxe et négation », *Langue française* 123, 27-40
- Danblon, Emmanuelle. 2001. « La rationalité du discours épideictique », Dominicy, Marc et Madeleine Frédéric (éds) *La Mise en scène des valeurs. La rhétorique de l'éloge et du blâme*, (Lausanne & Paris : Delachaux & Niestlé), 19-47
- Dominicy, M. et Frédéric, M., éds. 2001. *La Mise en scène des valeurs. La rhétorique de l'éloge et du blâme* (Lausanne & Paris : Delachaux & Niestlé)
- Doury, Marianne. 2016. *Argumentation : analyser textes et discours* (Paris : Colin)
- Doury, Marianne & Christian Plantin. 2015. « Une approche langagière et interactionnelle de l'argumentation », *Argumentation et Analyse du Discours* 15 [En ligne]
- Eco, Umberto. 1992 [1990]. *Les Limites de l'interprétation* (Paris : Grasset & Fasquelle, Le Livre de Poche/Biblio Essais)
- Galatanu, Olga. 2009. « L'Analyse du Discours dans la perspective de la Sémantique des Possibles Argumentatifs : les mécanismes sémantico-discursifs de construction du sens et de reconstruction de la signification lexicale », Garric, Nathalie et Julien Longhi (eds.), *L'analyse linguistique de corpus discursifs. Des théories aux pratiques, des pratiques aux théories*, 49-68
- Gosselin, Laurent. 2010. *Les modalités en français : la validation des représentations* (Amsterdam ; New York : Rodopi)
- Grize, Jean-Blaise. 1996. *Logique naturelle et communications* (Paris : PUF)
- Grize, Jean-Blaise. 2004. « Le point de vue de la logique naturelle : démontrer, prouver, argumenter », Doury, Marianne & Sophie Moirand (éds). *L'argumentation aujourd'hui*, Presses Sorbonne nouvelle, 35-44
- Herman, Thierry & Raphaël Micheli. 2015. « Théorie de l'argumentation et théorie du texte : quelques enjeux d'une approche textuelle de l'argumentation », Adam, J.-M. et al., *Faire texte*, Presses universitaires de Franche-Comté, 81-110
- Jacquin, Jérôme & Raphaël Micheli. 2012. « Entre texte et interaction: propositions méthodologiques pour une approche discursive de l'argumentation en sciences du langage », *SHS Web of Conferences*, 1, 599-611. <http://doi.org/10.1051/shsconf/20120100128>
- Koren, Roselyne. 1996. *Les enjeux éthiques de l'écriture de presse et la mise en mots du terrorisme*, (L'Harmattan : Paris)
- Micheli, Raphaël. 2009. « La construction de l'objet dans quelques approches discursives et interactionnelles de l'argumentation : une perspective métathéorique », Atayan, Vahram et Daniela Pirazzini (éds.). *Argumentation : théorie - langue - discours*, Frankfurt : P. Lang, 19-30
- Micheli, Raphaël. 2012a. « Les visées de l'argumentation et leurs corrélats langagiers : une approche discursive » *Argumentation et Analyse du Discours* 9 [En ligne]
- Micheli, Raphaël. 2012b. « Arguing without Seeking to Persuade? Elements for a Non Persuasive Conception of Argumentation », *Argumentation. An International Journal on Reasoning* 26-1, 115-126
- Micheli, Raphaël. 2014. *Les émotions dans les discours. Modèle d'analyse, perspectives empiriques* (Bruxelles : De Boeck)
- Osborne, Peter & Tom Roberts. 2017. *How Trump Thinks* (London: Head of Zeus)

- Perelman, Chaïm & Lucie Olbrechts-Tyteca. 1970 [1958]. *Traité de l'argumentation : la nouvelle rhétorique* (Editions de l'Université libre de Bruxelles)
- Plantin, Christian. 1990. *Essais sur l'argumentation : introduction à l'étude linguistique de la parole argumentative* (Paris : Kimé)
- Plantin, Christian. 2009. « Laissez dire : la norme de l'un est dans le discours de l'autre », Atayan, Vahram et Daniela Pirazzini (éds). *Argumentation : Théorie-langue-discours* (Frankfurt : P. Lang), 51-71
- Raccah, Pierre-Yves. 2005. « Une sémantique du point de vue : de l'intersubjectivité à l'adhésion », *Discours Social*, n° spécial « L'Énonciation identitaire : entre l'individuel et le collectif », 205-242
- Toulmin, Stephen E. 2003 [1958]. *Uses of argument* (Cambridge : Cambridge University Press)
- Toulmin, Stephen E., Richard D. Rieke, & Allan S. Janik. 1979. *An introduction to reasoning* (New York & London: Macmillan)
- Van Eemeren, Frans. H. & Rob Grootendorst. 2004. *A Systematic Theory of Argumentation : the Pragma-dialectical Approach* (Cambridge : Cambridge University Press)
- Vignaux, Georges. 1988. *Le discours, acteur du monde* (Paris : Ophrys)

NOTES

1. La « Post-truth politics », dont la désignation a été élue par l'Oxford Dictionary mot de l'année 2016 (<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>) privilégie « des appels à l'émotion et des croyances personnelles » (*ibid.*) plutôt que l'exactitude des faits. On peut lire une forme de rhétorique faisant appel au *pathos* et à l'*ethos* au détriment du *logos*.
2. Je préfère l'idée d'espoir à celle de visée qui marque une forme d'intentionnalité qui ne s'adapte pas à toutes les situations rhétoriques.
3. Je ne veux pas dire ici que le désaccord, même sous une forme potentielle, n'est pas envisageable ni existant, mais que cette notion n'est pas pertinente dans le contexte envisagé.
4. Sans pouvoir développer ce point ici, un test simple, inspiré par les modalités linguistiques, permet souvent de différencier la modalité aléthique (factuelle) des autres modalités. Il s'agit de l'insertion de « je trouve que ». Ainsi, « Cette table est ronde » présente une modalité aléthique, que l'on peut juger en vrai/faux. L'insertion de « je trouve que », parce qu'elle fait entrer la catégorisation proposée en débat, change la modalité (qui devient épistémique). Cf. Gosselin (2010 : 67-70), sur cette question de modalités et les difficultés du test en certaines situations.
5. La cellule argumentative est une forme « moléculaire » de base qui peut se combiner à des échelles plus grandes – cf. les travaux portant sur les structures argumentatives complexes. Pour penser la question de l'argumentation à l'échelle du texte, voir Herman et Micheli 2015. Par ailleurs, mon propos ne vise ici que les discours monogérés : la question du débat ou des échos intertextuels à des positions adverses peut compléter le tableau ci-dessous, mais excède le cadre donné.
6. <https://fivethirtyeight.com/features/where-to-say-merry-christmas-vs-happy-holidays-2016-edition/>
7. <http://www.politifact.com/truth-o-meter/statements/2016/dec/06/donald-trump/fact-checking-donald-trumps-tweet-air-force-one-bo/>
8. « Watched protests yesterday but was under the impression that we just had an election! Why didn't these people vote? Celebs hurt cause badly. » (22 janvier 2017, 7h47)

RÉSUMÉS

Cet article revient sur le couple « visée argumentative » et « dimension argumentative » pour les réinterroger depuis une perspective attachée à une vision classique de l'argumentation en tant que structure compositionnelle mais attentive aux intérêts de l'analyse du discours que propose Ruth Amossy. En proposant de distinguer éclairages d'une schématisation, dimension rhétorique de l'opinion énoncée sans étayages, argumentation étayée et argumentation dialectique, je crée un modèle permettant d'observer le rôle restreint (ou non) de l'argumentation dans un corpus ainsi que le poids des opinions présentées comme évidentes. Quelques tweets de Donald Trump sont passés au crible de ce modèle analytique afin de montrer le poids de la dimension rhétorique dans sa communication.

Revisiting the couple “argumentative aim” and “argumentative dimension” from the point of view of a classical definition - argumentation as a structural composition linking between a reason and a claim - this paper however aspires to integrate it in Discourse analysis as suggested by Amossy. It distinguishes between Grize's notion of point of view (“éclairage”) on a schematization; the rhetorical dimension of an opinion expressed without justification; justified argumentation; and dialectical argumentation. I thus offer a model allowing to measure the weight of argumentation in a given corpus, as well as the weight of opinions presented as obvious. This model is tested on Donald Trump's tweets in order to show the importance of the rhetorical dimension in his political communication.

INDEX

Mots-clés : analyse du discours, cellule argumentative, dimension argumentative, Donald Trump, opinion

Keywords : argumentative cell, argumentative dimension, discourse analysis, Donald Trump, opinion

AUTEUR

THIERRY HERMAN

Universités de Lausanne et de Neuchâtel