

L1 – Pluridisciplinarité et métiers de l'enseignement, de l'éducation et de la formation

UE – 121 Renforcement Français

TD6 : Distinguer fait et opinion, faire la part entre la conviction et la persuasion :

compétence écrite "domaine du discours"

Argumenter c'est pour justifier notre avis (politique, justice, conseils dans l'éducation ou dans les entreprises, le choix pour les sujets banals).

Dans l'argumentation on est partagé entre nos émotions et notre raison. On doit être impartial normalement.

I – Opinion ou fait

- Les faits sont des indications, informations, preuves qui servent à prouver des choses, à forger son opinion. Un même fait est observable par tout le monde, il est objectif.

Exemple :

- Une opinion est un avis subjectif qu'a une personne, il peut être objectif si basé sur des faits. Certaines opinions sont basées sur ce qu'on ressent, même sur aucun fait.

Exemple :

- Un préjugé c'est une opinion qui n'est basée sur aucun fait sérieux (et même réel). Il peut d'abord être issu d'un sentiment, d'une sensation sans être vérifié, corroboré, nuancé. On parle aussi d'idées reçues.

Exemple :

II – Plaidoyer ou réquisitoire

On doit d'abord faire un constat (on se base seulement sur les faits) et ensuite on peut faire :

- un plaidoyer : on donne un avis positif, on défend notre cause et on tente de montrer que c'est important. (pour qui/quoi ?)

Exemple :

- un réquisitoire : on donne un avis négatif, on attaque une autre cause et on tente de montrer qu'on est pas d'accord. (contre qui/quoi ?)

Exemple :

III – Les trois grands principes de la rhétorique

Selon Cicéron (homme politique, orateur et écrivain latin) **l'art rhétorique agit selon principes** : « prouver la vérité de ce qu'on affirme, se concilier la bienveillance des auditeurs, éveiller en eux toutes les émotions qui sont utiles à la cause. »

- A) **Le logos** = à lier au message en lui-même (et au fait de convaincre).

Cela représente la logique, le raisonnement et le mode de construction de l'argumentation. Il s'adresse à l'esprit rationnel de l'interlocuteur. Il y aurait une sorte de puissance en elle-même de la raison qui dépasserait le pathos, la mauvaise foi (lorsque on ne reconnaît pas la faiblesse/fausseté de ses arguments ou la force/vérité de ceux de son contradicteur).

Exemple :

- B) **L'éthos** = à lier à l'émetteur (et au fait de persuader et dans une certaine mesure à celui de convaincre).

Cela représente le style que doit prendre l'orateur pour capter l'attention et gagner la confiance de l'auditoire, pour se rendre crédible et sympathique. Il s'adresse à l'imagination de l'interlocuteur. Aristote définit le bon sens, la vertu et la bienveillance comme étant les éléments facilitant la confiance en l'orateur. L'histoire personnelle du locuteur est à prendre en compte, puisque sa vie (son rôle social, ses faits passés) participent à l'éthos.

Exemple :

- C) **Le pathos** = à lier au(x) récepteur(s) (et au fait de persuader).

Cela s'adresse à la sensibilité/compassion de l'auditoire (ses tendances morales/politiques/religieuses, passions, désirs, etc.).

L'orateur cherche à faire ressentir à l'auditoire :

- des passions (la colère, l'amour, la vengeance).
- une apparente réflexion et posture vertueuse et moralisatrice (selon les normes morales, sociales, religieuses, politiques, etc.).
- la pitié par l'émulation (état d'esprit qui pousse à égaler/surpasser une personne, son état d'esprit), l'empathie (faculté psychique à se mettre à la place d'autrui) pour une cause, une personne, un exemple ou lui-même.

Tout cela pour faire adhérer de manière plus instinctive/émotive à sa thèse.

De son côté, l'orateur ne doit pas se départir de tout ce qui compose son caractère persuasif.

Exemple :