



HAL
open science

L'émotion argumentée autour des identités dans Les genres médiatiques

Ida Hekmat, Raphaël Micheli, Alain Rabatel

► **To cite this version:**

Ida Hekmat, Raphaël Micheli, Alain Rabatel. L'émotion argumentée autour des identités dans Les genres médiatiques. *Le Discours et la Langue Revue de linguistique française et d'analyse du discours*, 2012, Tome 4.1 [2013], pp.7-18. halshs-01745788

HAL Id: halshs-01745788

<https://shs.hal.science/halshs-01745788>

Submitted on 3 Apr 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



DE LINGUISTIQUE FRANÇAISE

LE DISCOURS ET LA LANGUE

REVUE DE LINGUISTIQUE FRANÇAISE ET D'ANALYSE DU DISCOURS

LES ÉMOTIONS ARGUMENTÉES DANS LES MÉDIAS

COORDONNÉ PAR RAPHAËL MICHELI, IDA HEKMAT ET ALAIN RABATEL

Publiée avec l'aide financière
du Fonds de la Recherche Scientifique - FNRS

TOME 4.1 (2012 [2013])

E.M.E.

Le discours et la langue

Revue de linguistique française et d'analyse du discours

« Le discours et la langue »

Revue de linguistique française et d'analyse du discours

Rédactrice en chef :

Laurence Rosier (Université libre de Bruxelles).

Coordinatrice éditoriale :

Laura Calabrese (Université Libre de Bruxelles).

Comité de rédaction :

Catherine Détrie (Université Paul Valéry Montpellier 3); Hugues Constantin de Chanay (Université Lumière-Lyon 2); Anne-Rosine Delbart (Université libre de Bruxelles); Françoise Dufour (Université Paul Valéry, Montpellier III); Cédric Fairon (Université catholique de Louvain); Jean-Marie Klinkenberg (Université de Liège); Juan Manuel Lopez Munoz (Université de Cadix); Dominique Maingueneau (Université Paris IV); Sophie Marnette (Université d'Oxford); Alain Rabatel (Université Lumière-Lyon 2); Anne-Catherine Simon (Université catholique de Louvain).

La revue *Le discours et la langue. Revue de linguistique française et d'analyse du discours*, se propose de diffuser les travaux menés en français et sur le français dans le cadre de l'analyse linguistique des discours. Elle entend privilégier les contributions qui s'inscrivent dans le cadre des théories de l'énonciation et/ou articulent analyse des marques formelles et contexte socio-discursif et/ou appréhendent des corpus inédits (notamment électroniques).

La revue privilégie les numéros thématiques tout en laissant dans chaque livraison une place disponible pour des articles isolés de même que pour des recensions ou des annonces.

La revue paraît deux fois par an, en principe en mars et en octobre. Chaque numéro est d'environ 200 pages. L'abonnement se souscrit par année, il s'élève à 50.00 €. Les numéros isolés se vendent à des prix variant en fonction de leur importance. Les frais d'expédition par fascicule se montent à 4.50 € pour la Belgique, 10.50 € pour l'Europe et 12.00 € pour le reste du monde.

Propositions de numéros thématiques, d'articles isolés ou de recensions :

Les propositions de numéros thématiques ou les articles isolés de même que les ouvrages pour recension ou les propositions d'échange doivent être adressés à l'adresse suivante :

Laurence Rosier

50 Avenue F.D. Roosevelt, ULB CP 175

B – 1050 Bruxelles

**LES ÉMOTIONS ARGUMENTÉES
DANS LES MÉDIAS**

**Coordonné par
Raphaël Micheli, Ida Hekmat et Alain Rabatel**

Adresser les commandes à votre libraire ou directement à :

Pour la Belgique :

E.M.E. (Éditions Modulaires Européennes) & InterCommunications s.p.r.l.
40, rue de Hanret

BE - 5380 Fernelmont

Tél. : 00[32]81.83 42 63 et 00[32]473.93 46 57

Fax : 00[32]81.83 52 63

Courriel : edition@intercommunications.be

Site : www.intercommunications.be

Diffusion et distribution pour la France et la Suisse

C.E.I. Collectif des Editeurs Indépendants

37 rue de Moscou

F - 75008 Paris

Tél : 01 45 41 14 38

Fax : 01 45 41 16 74

collectif.ei@gmail.com

TABLE DES MATIÈRES

LES ÉMOTIONS ARGUMENTÉES DANS LES MÉDIAS

L'émotion argumentée autour des identités dans les genres médiatiques <i>Ida Hekmat, Raphaël Micheli & Alain Rabatel</i>	7
Argumentations de la colère face aux « caricatures de Mahomet » et constructions identitaires <i>Ida Hekmat</i>	19
Expression et gestion des émotions dans les talk-shows télévisés de type conflictuel. Le cas de <i>Tout le monde en parle</i> et <i>On n'est pas couché</i> <i>Alina Oprea</i>	47
L'émotionalité au service de l'argumentation sur le répondeur de l'émission <i>Là-bas, si j'y suis</i> <i>Heike Baldauf-Quilliatre</i>	73
À propos d'une émotion, 'l'indignation', et de son argumentation : un regard sur la polémique Hessel <i>Danièle Torck</i>	95
La construction discursive de la tension émotionnelle dans l'argumentation entre les <i>Lucides</i> et les <i>Solidaires</i> <i>Guylaine Martel</i>	117
Le repentir public comme mode de gestion de crise. Quelques stratégies d'atténuation de l'offense et de la responsabilité de l'offenseur <i>Olivier Turbide, Marty Laforest & Diane Vincent</i>	137
Empathie et émotions argumentées en discours <i>Alain Rabatel</i>	159
Les noms de peur dans la presse (titres et dossiers) <i>Caroline Masseron</i>	179
<i>Stupéfier et jalouser</i> dans les séquences textuelles journalistiques : quel profil discursif pour quelle stratégie argumentative ? <i>Iva Novakova & Julie Sorba</i>	203

L'ÉMOTION ARGUMENTÉE AUTOUR DES IDENTITÉS DANS LES GENRES MÉDIATIQUES

Ida HEKMAT

ICAR, université Lyon 2

Raphaël MICHELI

Université de Lausanne

Alain RABATEL

ICAR, université Lyon 1

Dès l'Antiquité, Aristote souligne le rôle important joué par les émotions dans la parole qui vise à convaincre, puisqu'il les place dans la triade bien connue associant les trois types de preuves que sont le *logos*, le *pathos* et l'*ethos*. L'émotion est donc posée comme un moyen de persuasion efficace. À ce rôle joué par l'émotion qui sert *d'adjuvant* à l'argumentation, que le locuteur utilise pour convaincre, les théories de l'argumentation les plus récentes ajoutent l'idée que l'émotion peut également être elle-même l'objet de l'argumentation : autrement dit, elle peut d'une part, comme l'a décrit Aristote, servir un point de vue, et elle peut également, d'autre part, constituer elle-même la position argumentative défendue. On doit la mise en avant du thème de l'émotion dans l'argumentation en général et de l'émotion argumentée en particulier aux travaux de Plantin, à travers le colloque organisé en collaboration avec Doury et Traverso en 1997, dont les actes ont été publiés en 2000, mais aussi à travers ses travaux ultérieurs, notamment l'ouvrage paru en 2011, *Les bonnes raisons des émotions*. Depuis, les travaux de Micheli ont prolongé ces réflexions et souligné la dimension argumentable des émotions (2010 a et b, 2013). Les approches de Plantin et Micheli ont comme point commun de défendre une perspective descriptive de l'argumentation, s'opposant ainsi aux tenants de la pragma-dialectique qui, à partir d'une position normative, jugent que l'argumentation par l'émotion est fallacieuse.

Ce numéro du *Discours et la langue* propose de porter ces réflexions concernant l'argumentation de l'émotion sur le terrain de l'analyse de discours médiatiques¹. Il est à noter que deux doxa s'opposent : d'une part, l'idée que « les grandes émotions sont muettes », et d'autre part, l'idée que les médias font un sur-sage des émotions. Par là, on entend qu'ils cherchent à susciter des émotions (souvent fortes) chez le récepteur, cette idée rejoignant la problématique du sensationnalisme. Les contributions réunies ici montrent que les médias ne sont pas avares de « mots » et, plus largement, de tournures pour dire les émotions, selon des modes de sémiotisation variés, dans une grande diversité de genres et de situations. Il apparaît aussi très nettement que dans les discours médiatiques, les locuteurs ne se servent pas uniquement d'« effets pathémiques » : ils construisent également des émotions revendiquées à la première personne. Il ne s'agit donc pas uniquement de chercher à créer un certain état émotionnel chez

le récepteur, mais bien aussi de construire des émotions et de les argumenter en discours, qu'on parle de ses émotions propres ou de celles d'un tiers.

Les corpus étudiés dans les articles réunis ici sont marqués par une diversité remarquable qui permet d'aborder différentes formes de productions médiatiques : sont analysés des discours audio-visuels (débats télévisés), des discours oraux (radiophoniques) et des textes écrits (issus de la presse et d'internet, relevant de genres divers : articles de presse, interventions sur un blog, manifeste politique). En tant que discours médiatiques, ce sont des discours *publics*, dits par des locuteurs qui ont un statut public et/ou qui sont habitués à tenir une parole publique. Ainsi, ces discours peuvent émaner de (i) professionnels de la parole qui, en tant qu'individus, sont relativement anonymes : les locuteurs sont des journalistes dans les corpus de presse analysés par Rabatel, Masseron, Novakova et Sorba ; de (ii) représentants d'institutions publiques : dans l'article étudié par Rabatel, des extraits du réquisitoire d'un avocat général sont largement représentés, tandis que Turbide, Laforest et Vincent analysent des discours de repentir public prononcés au nom d'institutions ; (iii) de personnalités politiques ou médiatiques qui interviennent dans la sphère des débats publics : c'est le cas des corpus traités par Martel, Oprea et Hekmat. À côté de cet intérêt pour la parole de locuteurs habitués à la parole publique, qui sont ceux qui prennent le plus la parole dans les médias, certaines des contributions se penchent sur des discours *du public* : c'est le cas de Baldauf-Quilliatre et Torck, la première analysant des messages laissés par les auditeurs sur le répondeur de l'émission de radio *Là-bas si j'y suis*, la seconde étudiant les interventions sur le blog de Pierre Assouline concernant le texte de Stéphane Hessel *Indignez-vous*. Est ainsi pointé le fait que l'argumentation de l'émotion n'est pas uniquement le fait des professionnels des médias.

À la diversité des corpus choisis s'ajoute la pluralité des angles d'attaque, de l'analyse de discours énonciative, attachée à l'argumentation, à l'analyse de discours de dimension plus quantitative, en passant par l'analyse conversationnelle et l'analyse lexicale. De la même façon, on note la variété des marques analysées. Ainsi, si la plupart des contributions participent d'une analyse discursive au sens large, on note les apports de contributions se penchant spécialement sur le lexique, comme l'article de Masseron, dans lequel l'auteure, étudiant des titres de presse écrite, veut cerner les liens entre configuration événementielle et choix d'un nom de peur, ou le texte de Novakova et Sorba, qui, mêlant avec succès analyse phrastique et transphrastique, met au jour les configurations actanciennes des lexies « stupéfier » et « jalouser », en montrant que ces spécificités lexicales permettent de prédire les constellations argumentatives dans la suite du texte. Dans l'ensemble, deux axes forts se dégagent de toutes les contributions, mettant en avant des spécificités de l'argumentation de l'émotion dans des discours médiatiques : a) on note le lien, central au vu du nombre de contributions qui le soulignent, entre émotion et ethos, mettant en jeu un certain rapport à l'altérité et donc la question de la construction d'identités individuelles ou collectives, qui font l'objet de débats parfois vifs ; b) on observe également l'interaction entre l'argumentation de l'émotion et les genres médiatiques analysés.

1. La construction émotionnée d'identités ayant un rapport complexe à l'altérité

L'appel à contribution² invitait à examiner l'articulation entre l'argumentation de l'émotion et les deux autres pôles de l'argumentation que sont le *logos* et l'*ethos*. Il apparaît qu'un des axes communs aux contributions présentées est le lien fort et polymorphe unissant construction de l'émotion dans l'argumentation et construction de l'*ethos* : l'articulation entre émotion et identité discursive, individuelle et/ou collective – dans un rapport multiforme avec l'altérité – constitue un fil rouge des articles de ce numéro.

L'identité singulière est une notion complexe, a fortiori quand il s'agit d'identités collectives. Arendt rappelle que le terme de « personne », qui renvoie à la singularité essentielle des individus, est en réalité le résultat d'une construction sociale comme le signale l'étymologie : la *persona*, c'était d'abord la voix qui sonnait à travers le masque, puis l'acteur. Une *persona* se définit ainsi par une dimension culturelle et sociale qui dépasse la dimension biologique et qui a l'aptitude à endosser des rôles adaptés aux situations, permettant ainsi d'acquiescer la reconnaissance de ses semblables (Arendt 2005 : 43-45). Bref, ce processus de singularisation/spécification qui nous construit *en tant que personne* est de part en part socialisé³. Ce processus est fondamentalement en lien avec l'altérité, la première des altérités étant notre propre corps. Là encore, le langage fait sens : comme le rappelle Meyer, « on préfère dire qu'on *a* un corps et non qu'on *est* son corps » (2012 : 36). Cette distance renvoie là aussi au fait que si l'être est son corps, il est aussi plus que son corps, et que l'homme est un être de culture, non de nature. Ces remarques sont importantes pour penser la place des émotions dans la dialectique identitaire, qu'il s'agisse de celle des individus, et, plus encore, de celle des groupes. Ainsi, les travaux pionniers d'Edward Saïd pointent avec justesse le caractère non naturel des identités collectives, qui paraissent dans le cas analysé d'autant plus évidentes qu'elles se basent sur des critères spatiaux : il montre dans son *Orientalisme* que l'« Orient » est une construction linguistique, artistique et politique de l'*autre* de l'« Occident », chacune des deux entités existant, dans et par les discours et les représentations, en fonction de l'*autre*.

1.1 L'émotion argumentée et les constructions identitaires individuelles

Le lien entre émotion et identité individuelle est travaillé dans plusieurs articles, qui articulent l'argumentation de l'émotion à la construction de l'*ethos* du locuteur. Turbide, Laforest et Vincent montrent, à partir d'un corpus de discours publics de repentir, les stratégies déployées par les offensants pour relativiser la faute pour laquelle ils s'excusent, afin de préserver leur face. Le discours de repentir est donc doublement articulé à la construction de l'*ethos* : il correspond à une tentative de rétablir une image positive de soi et dans le même temps, sa prise en charge constitue un danger pour la face positive de l'offensant. Torck souligne que l'émotion est évaluée à l'aune de l'*ethos* de celui qui la revendique : les internautes argumentent non seulement les objets de l'indignation privilégiés par Hessel, mais aussi la justesse de l'indignation en fonction de la personnalité de l'auteur. Oprea, qui se penche sur des interactions polémiques

en face-à-face, pointe le fait que si, en contexte polémique, argumenter son émotion constitue bien une façon de construire une image de soi, argumenter l'émotion vise aussi à construire une certaine image de l'interlocuteur : cela est confirmé par le lien entre émotion argumentée et analyse de l'impolitesse et de la violence verbale, l'objectif des protagonistes étant « de vaincre et convaincre, d'allier appels aux émotions et attaques des faces ».

1.2 L'émotion argumentée et les constructions identitaires collectives : la construction de camps émotionnels

La co-construction des identités individuelles et des émotions est doublée par l'interaction, visible dans maintes contributions, entre argumentation de l'émotion et identités collectives. Les corpus médiatiques qui sont analysés dans ce numéro permettent la mise au jour de ce fonctionnement particulier : en effet, en tant que parole publique, les discours analysés s'attachent non seulement aux identités des locuteurs individuels et à leur(s) identité(s) en tant qu'appartenant à des groupes, mais aussi à des émotions qui ont trait au collectif, c'est-à-dire au politique au sens large : les conflits analysés par Oprea sont parfois très violents, non seulement parce qu'ils opposent des protagonistes ayant une longue histoire personnelle (médiatique) conflictuelle, mais aussi parce que les personnes se sentent comme des porte-parole d'un groupe, ou sont considérées comme tels, ce qui intensifie le conflit et lui donne son lest émotionnel... De même, les émotions de colère, d'indignation, de peur, de repentir public qu'analysent Turbide, Laforest et Vincent débordent la sphère privée et doivent être considérées comme des émotions politiques. Ainsi, les positions émotionnelles revendiquées ou attribuées aux autres apparaissent souvent comme des *camps émotionnels* collectifs. C'est aussi ce que montre Hekmat dans son analyse de débats français et allemands thématissant les « caricatures de Mahomet », en 2006 : des identités collectives sont construites sur une base émotionnelle, opposant le camp des choqués (l'exogroupe : les musulmans) à celui des non-choqués. Baldauf-Quilliatre montre que la prise en charge d'émotions (à différents niveaux linguistiques : discursif, mais aussi prosodique) participe de la construction de l'identité de l'auditeur-locuteur, mais aussi de l'identité de groupes auxquels il s'identifie ou s'oppose. Dans sa contribution, Martel, à travers une analyse quantitative de deux manifestes politiques québécois, celui des *Lucides* et celui des *Solidaires*, signale que des positionnements politiques sont construits, caractérisés par des argumentations divergentes de l'émotion.

1.3 L'émotion argumentée aux prises avec l'altérité

Les auteurs s'intéressent aux liens entre émotion et identité individuelle ou entre émotion et identité collective, tout en les articulant avec des normes et des valeurs qui sont souvent en conflit avec d'autres. Ainsi, les positions émotionnelles sont construites dans un certain rapport à l'altérité, ce qui est peu surprenant compte tenu du fait que l'identité ne peut se passer de l'altérité. La construction discursive des émotions croise ainsi la dynamique identitaire « du même et de l'autre ».

Oprea montre que les interactants s'opposent les uns aux autres à travers des positionnements émotionnels qui, comme nous l'avons dit, construisent leurs identités individuelles. Sont ainsi mis en scène par les interactants des débats trois rôles stéréotypés : « celui de *la victime* (absente du plateau), celui de *l'antihéros* ou de l'ennemi (l'interlocuteur), enfin, celui du *héros* (le locuteur lui-même) ». Hekmat souligne l'interdépendance entre l'identité collective de l'autre et celle du même, construites dans un rapport spéculaire : les éthés collectifs stéréotypés sont construits à partir de leur positionnement émotionnel face à la publication des dessins. Et bien que, du point de vue individuel, les interactants tentent de négocier leurs éthés individuels, la structuration identitaire dichotomique reste structurante. Martel, elle aussi, montre que le *Manifeste pour un Québec Solidaire*, publié après le *Manifeste pour un Québec lucide* et en réponse à ce dernier, construit – par sa posture émotionnelle notamment – une position argumentative opposée au texte auquel il répond. Turbide, Laforest et Vincent abordent le rapport entre prise de position émotionnelle et altérité par un autre angle en insistant sur le fait que c'est sous la pression sociale que l'offensé se plie à l'exercice du discours de repentir : c'est ici non pas *contre* l'autre qu'est dite l'argumentation émotionnée mais *en fonction* du regard de celui-ci. Ainsi, les auteurs notent que « même dans sa forme exemplaire, le repentir public naît rarement d'un sentiment spontané de culpabilité comme c'est parfois le cas en situation de face-à-face, mais constitue une réponse à des pressions médiatiques ». Rabatel se penche sur un autre type de rapport de l'argumentation de l'émotion à l'altérité. Il montre qu'empathiser, c'est déplacer son centre de perception pour prendre en compte le point de vue de l'autre et c'est donc, finalement, se créer une identité ouverte à l'altérité.

L'ensemble des textes présentés invite ainsi à envisager le positionnement émotionnel en tant que fonctionnant dans un certain dialogue avec l'altérité et à envisager cette dynamique comme relevant d'un continuum allant de l'opposition radicale (voire violente) à la posture émotionnelle de l'autre jusqu'à la consonance avec celle-ci. C'est pour cela que nous parlons de *positionnement émotionnel* : car il ne s'agit pas seulement de dire ses émotions, il s'agit de se servir d'elles pour marquer la force des arguments émotionnés dans leur rapport à la construction de soi et à l'action. On passe ainsi du « Dis moi ce qui t'émotionne, et je te dirai qui tu es » au « Dis-moi ce qui t'émeut et je te dirai si nous pouvons interagir ensemble ». Qui plus est, la question des identités et des rapports à l'altérité peut être traitée en extériorité, avec des conflits opposant des individus entre eux ou des groupes, dans un débat valeurs contre valeurs, groupe contre groupe (comme le montrent Hekmat et Martel : la première indique que dans les débats étudiés, l'« islam » est opposé à l'« Occident » à partir d'un positionnement émotionnel face aux dessins ; la seconde souligne que les *Solidaires* s'opposent aux *Lucides* en relativisant très nettement la peur que le texte des *Lucides* exacerbe) mais elle peut aussi s'ouvrir à une approche plus compréhensive de nature à mettre en valeur les conflits ou tensions qui traversent les mêmes groupes, voire les mêmes personnes (ainsi que le montre Rabatel avec le conflit de valeurs et de modalités souligné par l'avocat général Frémiot, ou encore Torck, d'après certaines réactions du public sur le blog d'Assouline, en réaction aux excès de son billet).

2. Des discours émotionnés dans des genres discursifs

Une deuxième grande caractéristique du numéro est le lien complexe entre genre de discours et type d'émotion, entre genre de discours et forme d'argumentation émotionnée (ou forme d'émotions argumentées).

2.1 Les émotions dans les genres

Les genres favorisent plutôt l'expression de telle ou telle émotion et, réciproquement, certaines émotions s'expriment plutôt dans tel genre. Il ne s'agit pas de durcir le lien entre genre et émotions, mais de situer les émotions et leur discours dans des genres. Certes, l'expression des émotions dépend largement des sujets, mais il ne saurait être question de concevoir que les émotions ne sont que la traduction quasi involontaire des affects des sujets parlants. En tant qu'elles relèvent de discours des locuteurs (dont le lien avec les sujets parlants est sans doute plus complexe que le postulat d'une coupure radicale entre locuteur et sujet parlant), les émotions s'inscrivent dans des processus de sémiotisation qui ont leur régularités, les unes dépendant des différents modes de sémiotisation des émotions (dites, montrées, inférées, étayées – voir Hekmat, Micheli et Rabatel 2013), les autres étant influencées par les situations et les genres. Ainsi, si Torck suggère que l'argumentation de l'émotion constitue un objet favorable au développement de la parole médiatique – l'indignation étant au centre du « moment discursif » décrit –, plusieurs contributions indiquent l'existence de liens consubstantiels entre l'argumentation de l'émotion et le sous-genre médiatique observé.

Turbide, Laforest et Vincent, d'une part, et Baldauf-Quilliatre d'autre part, montrent, à des niveaux différents, que l'argumentation de l'émotion est articulée au genre des discours étudiés. Les premiers indiquent que le discours de repentir (ou celui qui se donne comme tel, cherchant à minimiser la faute avouée) constitue un genre lié à certaines conditions socio-historiques et caractérisé, comme nous l'avons évoqué plus haut, par une contrainte double et contradictoire (il convient de se repentir pour préserver son image, mais dans le même temps, le repentir menace fortement la face du repentant). Les auteurs établissent l'existence « d'un prototype du dispositif discursif » du repentir, constitué par six composants. Baldauf montre quant à elle que l'engagement émotionnel est très étroitement lié à la prise de parole des auditeurs-locuteurs sur le répondeur de l'émission *Là-bas si j'y suis*, l'argumentation émotionnelle soutenant le sous-genre du « témoignage » (*witnessing*). Martel suggère elle aussi que la tension émotionnelle est constitutive du genre du manifeste politique. Allant plus loin, elle précise que la peur (et ses avatars : inquiétude, souci, crainte, préoccupation) sont également des composants essentiels du genre, même si leur mise en discours est variable, comme le montre corpus analysé, en fonction du camp politique observé.

À côté de ces cas où l'argumentation de l'émotion est constitutive d'un genre discursif médiatique, Oprea montre que le fonctionnement de l'argumentation de l'émotion soutient la polémique des talk-shows analysés, participant de la spectacularisation définitoire du genre. Son analyse pointe notamment l'argumentation émotionnelle qui fonctionne comme « préliminaire » à une scène particulièrement remarquable à la télévision : sur le plateau de *Tout le monde*

en parle, Arno Klarsfeld jette son verre d'eau au visage de Roger Cukierman. La violence verbale (ici les attaques émotionnelles de l'adversaire discursif) précède la violence physique, dans un contexte discursif où l'opposition radicale et *impolie* entre interactants est valorisée. Masseron éclaire elle aussi cette articulation : elle analyse les titres de presse en suggérant que ces lieux textuels, qui sont également des genres (même s'ils n'ont pas le même niveau de généralité que le manifeste ou le talk-show par exemple), focalisent de façon répétée sur l'émotion, jouant sur des visées de captation et d'information, à partir de préconstruits et de structures stéréotypiques.

Enfin, Rabatel indique que le positionnement argumentativo-émotionnel de la journaliste du *Monde*, mis en place par un dispositif énonciatif qu'il étudie, subvertit le genre de la chronique judiciaire et celui du réquisitoire, car la posture empathique de la journaliste entre en consonance avec le point de vue de l'avocat général, qui lui-même, de façon également inattendue, empathise avec l'accusée-victime.

2.2 Des genres, des stratégies discursives et des marques

Si les genres favorisent plutôt l'expression de telle ou telle émotion, ils orientent aussi le choix privilégié de telle ou telle stratégie discursive ou de telle ou telle marque. Là encore, il ne s'agit pas de dire que ces relations sont de l'ordre de la nécessité et de l'univocité. La meilleure preuve en est fournie par le jeu avec les conceptions traditionnelles du réquisitoire. Le choix d'une stratégie empathique sur l'accusée se double d'une réflexion sur la mobilité empathique que peuvent adopter les témoins du drame ou non, ce qui se marque à travers les modifications des chaînes référentielles, le conflit des cadres notionnels, des modalités. Turbide, Laforest et Vincent montrent que les processus de requalification de la faute sont des marques importantes visant à relativiser le repentir : ils constatent ainsi qu'une des modalités permettant d'atténuer l'offense est sa requalification en « incident », « erreur », « dérapage ». Par ailleurs, d'un point de vue plus général, la stratégie du retournement de situation est un moyen efficace et particulièrement utilisé dans ce genre de discours pour relativiser l'offense : Charest se présente avant tout comme blessé (afin de relativiser son action d'homme blessant ayant insulté une interlocutrice), et de la même façon, Delarue, après avoir tenu des propos sexistes concernant Yasmina Reza, construit son identité comme celle de quelqu'un qui a subi bien plus de dommages qu'il n'en a causés. Martel souligne quant à elle que les différents modes de sémiotisation de l'émotion (qui relèvent, dans le détail, de marques diverses : désignations explicites, modalisations ...) sont distribués de façon très similaire dans les deux manifestes : 20% apparaissent en position de déclencheur, 55% dans la partie de l'argumentation proprement dite et 35% dans la conclusion. Même si l'analyse ne se base que sur deux textes en dialogue, et même si la prise en charge de l'émotion reste très différente dans les deux manifestes, ces constats invitent à penser, comme le signale l'auteure, que l'apparition plus ou moins fréquente de marques liées à l'émotion est à corréliser avec des lieux textuels et que cette articulation est à interpréter au regard du genre du *manifeste*. Oprea suggère quant à elle que les arguments *ad misericordiam*, *ad populum*

et *ad hominem* constituent des lieux privilégiés de construction d'une image de soi valorisée et d'une image de l'autre dévalorisée.

3. Présentation des contributions

En ouverture du numéro, Ida Hekmat s'intéresse à l'argumentation de la colère dans des débats télévisés français et allemands, diffusés en 2006 et traitant des dessins qui furent appelés « caricatures de Mahomet ». L'article montre que, dans ces débats, on attribue un rôle clef à la colère des musulmans. L'émotion est argumentée à plusieurs niveaux ; elle participe de la construction stéréotypée de deux groupes mis en opposition : le « nous » (l'« Occident ») et le « eux » (les musulmans, choqués par les dessins), le premier étant mis en dehors de la sphère émotionnelle alors que le deuxième est associé à la fois à une colère occurrente et à une disposition récurrente à l'émotion. Ces argumentations de la colère sont doublées dans les débats par des séquences dans lesquelles le modérateur propose à certains invités un ethos émotionné, en leur demandant d'argumenter leur position émotionnelle face aux dessins. L'ethos émotionné est rarement pris en charge, et quand il l'est, c'est avec de nombreuses précautions. Cela révèle d'une part la volonté de se placer du côté du logos et de mettre à distance l'émotion, et d'autre part, la volonté de ne pas être lié à l'exogroupe – les musulmans choqués – mis en discours comme menace et altérité radicale face à l'endogroupe.

Alina Oprea se penche elle aussi sur un corpus de débats télévisés, qui relèvent cependant d'un genre particulier, *On n'est pas couché* et *Tout le monde en parle*, des talk-shows favorables à l'expression (exacerbée) des émotions et des conflits. Cette contribution se donne comme objet les relations entre argumentation et émotion en contexte conflictuel, et plus précisément, met en avant le fonctionnement de certains types d'arguments dit émotionnels : les arguments *ad misericordiam* et *ad populum* ainsi que les arguments *ad hominem* essentiellement fondés sur des analogies abusives ou des amalgames. L'analyse de ces arguments est opérée en rapport avec les notions d'impolitesse et de violence verbale. Oprea montre qu'à travers l'emploi des arguments émotionnels, les interactants cherchent à convaincre et à séduire le public et, dans le même temps, à disqualifier leur opposant, construisant un scénario compassionnel fondé sur un dispositif de places opposant une victime, une figure dévalorisée et disqualifiée de l'interlocuteur, et enfin, une figure valorisante de soi.

Heike Baldauf-Quilliatre étudie un corpus radiophonique ; elle se penche, du point de vue de l'analyse interactionnelle, sur l'expression de l'engagement émotionnel dans des messages laissés par les auditeurs sur le répondeur de l'émission *Là-bas, si j'y suis*. Elle observe la façon dont l'émotion est constituée comme une ressource de l'argumentation par des locuteurs non professionnels, ainsi que les fonctions de l'émotionalité affichée dans ces prises de parole, en se concentrant sur un sous-type de ce genre de discours : le témoignage. Baldauf-Quilliatre met en avant les différents moyens linguistiques utilisés pour exprimer l'émotion, que celle-ci soit affichée ponctuellement pour caractériser un acteur du récit ou qu'elle caractérise l'ensemble du message. L'auteure dégage trois fonctions principales de l'expression de l'émotion au sein de ces témoignages : a) celle-ci construit une authenticité et une immédiateté légitimant la prise de parole ; b) elle parti-

cipe aux positionnements du locuteur en tant que narrateur ou des protagonistes de l'histoire racontée ; et c) elle est constitutive du message en tant qu'action communicative. Ainsi, l'expression et l'argumentation de l'émotion servent aux locuteurs à construire dans leurs discours les identités d'individus ou de collectifs mis en opposition en s'appuyant notamment sur la dénonciation de la violation de valeurs et de normes morales.

Dans sa contribution, ancrée dans le champ des études de la communication politique, Guylaine Martel met en relation construction émotionnelle et genre de discours dans deux manifestes politiques parus dans la presse québécoise en 2005, le *Manifeste pour un Québec lucide* et le *Manifeste pour un Québec solidaire* qui lui répond quinze jours plus tard. Les deux textes, dialogiques, peuvent être clairement rapportés à des positionnements politiques différents : le premier est associé à la droite politique et le second à la gauche. L'auteure met au jour les différents procédés qui participent de la tension émotionnelle des textes (désignations explicites d'émotions, modalisations, figures rhétoriques et marques de tension). Martel quantifie la proportion de chaque moyen discursif de construction émotionnelle et rapporte ces données à la structure hiérarchique des argumentations, établie à partir d'un modèle inspiré par l'école de Genève. Si les désignations explicites d'émotions sont plus nombreuses chez les *Lucides* que chez les *Solidaires*, la majorité de celles-ci relève, dans les deux manifestes, du domaine de la peur, ce que l'auteure renvoie au genre du manifeste. Cependant, la peur n'est pas représentée de la même façon : « menaçante » pour les *Lucides*, elle est « préoccupante » pour les *Solidaires*, qui visent à réduire la charge émotionnelle ou à la nuancer.

Olivier Turbide, Marty Laforest et Diane Vincent étudient des discours centrés sur l'argumentation du repentir : ceux-ci fonctionnent comme un genre de discours, dont les auteurs dégagent les composants essentiels. Cette contribution prend appui sur un corpus de discours d'excuses publiques, prononcés par des personnalités publiques françaises et québécoises entre 1990 et 2011 et montre la double contrainte à laquelle doivent se plier les locuteurs : satisfaire à l'exigence de l'opinion publique attendant d'eux des excuses pour un comportement ou des dires précis et préserver leur face. Dans cet article aussi, ce sont les questions liées à l'ethos qui sont mises en avant : les auteurs se penchent sur les stratégies mises en place par les repentants pour, au moment même où ils doivent dire leur regret, nuancer ou relativiser le repentir. Ainsi, deux positions argumentatives sont mises au jour : l'offensant peut recadrer le comportement offensant ou redéfinir les destinataires du repentir ; il peut également refuser de reconnaître les dommages commis et rejeter la responsabilité de l'offense sur des tiers.

Danièle Torck se penche sur « moment discursif » : les débats publics qui ont pour objet le succès éditorial de *Indignez-vous !* de Stéphane Hessel, paru en octobre 2010. Dans ce texte, Hessel met en avant un « mot-événement » (« Indignation/Indignés ») désignant une émotion. Les débats autour de cet événement médiatique portent sur l'émotion même, son rapport à la raison, sa légitimité (en termes d'objet d'indignation et de dignité de la personne qui s'indigne) et son impact (rapport à l'action). L'étude analyse un corpus tiré du blog de Pierre Assouline, *La république des livres*, avec un billet d'Assouline

critiquant vigoureusement le livre d'Hessel et les nombreux commentaires qu'il a générés en janvier 2011. Torck montre que les éléments mis au cœur du débat sont la sélectivité de l'objet d'indignation chez Hessel (Gaza et la question palestinienne) et la personne de l'Indigné, dénoncées par l'auteur du billet et (contre-)argumentées par les internautes.

Alain Rabatel, dans une analyse énonciative, se penche sur un type particulier d'argumentation de l'émotion à partir d'une position empathique qui revient à envisager une situation du point de vue d'un autre, dans un article du *Monde* du 25 mars 2012 intitulé « Femmes battues : réquisitoire contre l'indifférence aux assises du Nord ». Le procès dont rend compte l'article et l'article lui-même fonctionnent de manière inattendue : d'une part, l'accusée, femme victime de violences conjugales, est acquittée alors qu'elle a tué son mari ; d'autre part, l'article s'appuie non pas sur l'ensemble des plaidoiries contradictoires mais sur le réquisitoire de l'avocat général. La voix de l'auteure de l'article du *Monde* se situe en consonance avec la position argumentative et émotionnelle de l'avocat général, qui lui-même se place en empathie avec les souffrances de l'accusée-victime de violences, tout en pointant le manque d'empathisation des voisins ou de certaines institutions. L'analyse montre ainsi les relations entre argumentation et empathie émotionnée.

S'intéressant à la peur, Caroline Masseron étudie un corpus de presse : constatant que l'usage de cette catégorie est habituelle dans les médias pour référer à un événement, l'auteure note une grande productivité lexicale (« angoisse », « crainte », « effroi », « terreur »...) et se donne comme objectif d'analyser l'interaction entre les événements schématisés dans les articles et les noms de peur employés dans les titres d'articles. Cette contribution – comme la dernière du numéro, celle de Novakova et Sorba – relève d'une démarche lexicologique, originale au sein de ce numéro. Analysant les occurrences de noms de peur comme « peur », « frayeur », « terreur » et « crainte », Masseron montre que leur usage n'est pas aléatoire : chacun est associé, par un scénario culturellement partagé, à un certain type d'événement. Ainsi la « terreur » n'est utilisée que dans un contexte politique, pour nommer la peur politique mise en place par un État. Dans la dernière partie, l'auteure analyse la mise en discours, en mars 2011, du tsunami japonais et de ses conséquences dans *Le Monde* et *Libération* : elle montre que l'expression de l'émotion relève pour ces publications de deux éthés distincts – en tant qu'images de soi que se donnent les deux organes de presse – : dans un cas, il s'agit d'un « ethos compatissant », dans l'autre, d'un « ethos vertueux ».

Enfin, Iva Novakova et Julie Sorba étudient les profils discursifs des lexies « stupéfier » et « jalousier ». Le corpus choisi est un corpus journalistique composé d'extraits de quotidiens nationaux et d'un titre de la presse quotidienne régionale (*Le Monde*, *Libération*, *Le Figaro* et *Ouest France*). Les auteures, à partir d'une perspective fonctionnaliste, mêlent analyse phrastique et transphrastique et montrent le lien entre les profils discursifs de ces verbes et les stratégies utilisées dans l'argumentation des émotions. Novakova et Sorba élaborent le profil discursif des deux lexies analysées en s'appuyant sur l'ensemble des moyens linguistiques et des procédés énonciatifs mis au service de la construction argumentative des émotions. Elles envisagent le fonctionnement des lexies à un double niveau,

phrastique et transphrastique, et sous un triple angle d'approche : syntaxique, lexical et énonciatif. Les profils ainsi structurés permettent de prédire leur environnement textuel : le profil discursif et le scénario déployé à partir du verbe « stupéfier » sont plus riches que pour le verbe « jalouser ». De fait, « jalouser » implique un schème stéréotypique marqué par des concepts toujours similaires (le succès, le jaloux et le jalosé). « Stupéfier » crée davantage d'attentes d'information, comme en témoignent ses structures actanciennes plus variées et ses réseaux isotopiques plus développés. Cette contribution articule avec succès l'analyse phrastique et transphrastique et montre la place des structures linguistiques dans les stratégies discursives.

Bibliographie

AMOSSY, R. (2006) : *L'argumentation dans le discours*. Paris, Armand Colin.

— (2010) : *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*. Paris, PUF.

ARENDE, H. (2005) : *Responsabilité et jugement*. Paris, Payot.

CHARAUDEAU, P. (2000) : « Une problématisation discursive de l'émotion. À propos des effets de pathémisation à la télévision », in Ch. Plantin, M. Doury & V. Traverso (éds), *Les émotions dans les interactions*, Lyon, ARCI/Presses universitaires de Lyon : 125-155.

— (2006) : « Information, émotion et imaginaires : à propos du 11 septembre 2001 », in D. Dayan (éd), *La terreur spectacle : Terrorisme et spectacle*, Bruxelles, De Boeck : 51-62.

CONSTANTIN DE CHANAY, H., GIAUFRET, A. & KERBRAT-ORECCHIONI, C. (2011) : « La gestion interactive des émotions dans la communication politique à la télévision : quand les intervenants perdent leur calme », in M. Burger, J. Jacquin & R. Micheli, *La parole politique en confrontation dans les médias*, Bruxelles, De Boeck : 7-24.

HEKMAT, I., MICHELI, R. & RABATEL, A. (éds) (2013) : *Semen 35 « Modes de sémiotisation et fonctions argumentatives des émotions »*.

KERBRAT-ORECCHIONI, C. (2010) : « Pour une analyse multimodale des interactions orales : l'expression des émotions dans les débats politiques télévisés », *Cadernos de Letras da UFF – Dossiê : Letras, linguística e suas interfaces* 40 : 17-45.

MARTEL, G. (2000) : « Le débat politique télévisé. Une stratégie argumentative en trois dimensions : textuelle, interactionnelle et émotionnelle », in Ch. Plantin, M. Doury & V. Traverso (éds), *Les émotions dans les interactions*, Lyon, ARCI/Presses universitaires de Lyon : 239-248.

- MICHELI, R. (2010a) : *L'émotion argumentée. L'abolition de la peine de mort dans le débat parlementaire français*. Paris, Éditions du Cerf.
- (2010b). « Qu'est-ce qu'une polémique affective ? Réflexions sur les liens entre le polémique et la construction discursive de l'émotion », in L. Albert et L. Nicolas (éds), *Polémique et rhétorique*, Bruxelles, De Boeck Université : 351-362.
- (2013), « Esquisse d'une typologie des différents modes de sémiotisation verbale de l'émotion », *Semen* 35.
- MEYER, M. (2012) : *Principia Moralia*. Paris, Fayard.
- NEVEU, F. & DETRIE, C. (éds) (2005) : *L'Idiolecte. Cahiers de praxématique* 44.
- PLANTIN, Ch., DOURY, M. & TRAVERSO, V. (éds) (2000) : *Les émotions dans les interactions*, Lyon, ARCI/Presses universitaires de Lyon.
- PLANTIN, Ch. (2011) : *Les bonnes raisons des émotions. Principes et méthodes pour l'analyse de la parole émotionnée*. Berne, Peter Lang.
- RABATEL, A. & PETIJEAN, A. (éds) (2007) : *Questions de style. Pratiques* 135-136.
- SAID, E. S. (2009) [1978] : *Orientalism*, London, Penguin modern classics.

Notes

¹ Il est le pendant du numéro 35 de *Semen*, dans lequel l'émotion argumentée est abordée à travers des corpus divers (interactions pédagogiques, thérapeutiques, familiales, textes codifiant le « langage des fleurs ») et traitée à travers un angle théorique. L'attention est portée, dans ce numéro de *Semen*, aux modes de sémiotisation et aux fonctions de l'émotion argumentée.

² Les travaux rassemblés ici, comme ceux qui ont été publiés dans *Semen* 35, ont d'abord été présentés dans le cadre de deux journées d'étude organisées à l'Université de Lyon 1. Les éditeurs remercient chaleureusement l'IUFM et le laboratoire ICAR (Université de Lyon 2) pour avoir permis ces échanges.

³ Cela vaut pour les êtres de langage, comme le rappellent les travaux sur le style (Rabatel et Petitjean 2007), l'idiolecte (Neveu et Détrie 2005), l'ethos (Amossy 2010)

SOMMAIRE

LES ÉMOTIONS ARGUMENTÉES DANS LES MÉDIAS

L'émotion argumentée autour des identités dans les genres médiatiques

Ida Hekmat, Raphaël Micheli & Alain Rabatel 7

Argumentations de la colère face aux « caricatures de Mahomet » et constructions identitaires

Ida Hekmat 19

Expression et gestion des émotions dans les talk-shows télévisés

de type conflictuel. Le cas de *Tout le monde en parle* et *On n'est pas couché*

Alina Oprea 47

L'émotionnalité au service de l'argumentation sur

le répondeur de l'émission *Là-bas, si j'y suis*

Heike Baldauf-Quilliatre 73

À propos d'une émotion, 'l'indignation', et de son argumentation : un regard sur la polémique Hessel

Danièle Torck 95

La construction discursive de la tension

émotionnelle dans l'argumentation

entre les *Lucides* et les *Solidaires*

Guylaine Martel 117

Le repentir public comme mode de gestion de crise.

Quelques stratégies d'atténuation de l'offense et de la responsabilité de l'offenseur

Olivier Turbide, Marty Laforest & Diane Vincent 137

Empathie et émotions argumentées en discours

Alain Rabatel 159

Les noms de peur dans la presse (titres et dossiers)

Caroline Masseron 179

Stupéfier et *jalouser* dans les séquences textuelles journalistiques :

quel profil discursif pour quelle stratégie argumentative ?

Iva Novakova & Julie Sorba 203

ID EME : E1045904

ISBN : 978-2-8066-0139-1

ISSN : 2033-7752

Dépôt légal : 2011/9202/138

Prix de vente : 25,00 €



9 782806 601391