



Peter Lang

Nouveau

Christian Plantin

Les bonnes raisons des émotions

Principes et méthode pour l'étude du discours *émotionné*

Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, New York, Oxford, Wien, 2011. XII, 306 p., nombre. tabl. et graph.

Sciences pour la communication. Vol. 94

Directeurs de collection : Marie-José Béguelin, Alain Berrendonner, Denis Miéville et Louis de Saussure

ISBN 978-3-0343-0602-7 br.

CHF 83.- / €^D 57.20 / €^A 58.90 / € 53.50 / £ 48.20 / US-\$ 82.95

Cet ouvrage met en cause la dichotomie régnante « raison contre émotion », élément fondamental d'un prêt-à-penser qui règne sur les études d'argumentation et qu'on retrouve parfois dans les études du discours. Cette opposition fait obstacle à l'observation et à l'analyse du jeu des émotions parlées et écrites, et engage les études sur l'argumentation ordinaire dans l'*impasse d'un langage « an-émotif »*, quasi pathologique.

Mettant en jeu des valeurs qui expriment les intérêts et fondent l'identité des locuteurs, les situations argumentatives sont profondément émouvantes. Ce livre propose une approche holiste, et non psychologique, de l'émotion, vue non pas comme une *Réponse* passive à une situation *Stimulus*, mais comme une activité signifiante, formatant le discours et la situation de parole. Sous la notion de *construction argumentative des émotions*, il défend la thèse de l'*inséparabilité* des raisons et des émotions dans les discours argumentatifs ordinaires.

CONTENU : Contre l'opposition prête-à-penser « raison/émotion » – Construction argumentative des émotions – Inséparabilité des raisons et des émotions – Approche non psychologique des émotions – Des notions et une méthode permettant d'appréhender une structure émotionnelle d'un texte ou d'un échange – Une gamme variée d'analyses de cas.

CHRISTIAN PLANTIN est Directeur de Recherche au CNRS. Ses travaux portent sur l'argumentation et sur l'expression langagière des émotions. Il a notamment publié *L'Argumentation* (1995) ; *L'argumentation – Histoire, Théories, Perspectives* (2005) ; *Les émotions dans les interactions*, coédité avec M. Doury et V. Traverso (2000). Il a obtenu le *Distinguished scholarship Award, year 2001*, de l'*International Society for the Study of Argumentation*.

Les bonnes raisons des émotions

Principes et méthode pour l'étude
du discours *émotionné*

Christian Plantin



Peter Lang

Sciences pour la communication

Table des matières

Remerciements.....	VII
Présentation – Des émotions en question.....	1
Chapitre 1 – Des termes couvrants: <i>affect, émotion, éprouvé, humeur, passion, pathos, sentiment</i>	5
1. Des histoire, des domaines, des usages.....	5
2. Des composantes de poids différents.....	11
3. Des potentialités lexicales spécifiques.....	12
Chapitre 2 – Rhétorique du pathos: La preuve par l'émotion.....	17
1. Primat rhétorique de l'éthos et du pathos sur le logos.....	17
2. Les émotions, composantes du pathos.....	21
3. La construction des émotions.....	22
Chapitre 3 – Rhétorique de l'éthos: "Aie confiance".....	27
1. <i>Ethos</i> : le mot.....	27
2. Les effets conjugués du discours et de l'image.....	29
3. Ethos technique et éthos non technique.....	31
4. L'éthos: devenir l'autre pour le convaincre.....	32
5. Reprises linguistiques de la notion d'éthos.....	34
6. Mise en perspective.....	36
7. L'éthos comme catégorie stylistique.....	40
<i>Annexes</i>	42
Chapitre 4 – Théorie de l'argumentation: "Prouve sans (t')émouvoir".....	45
1. L'émergence du thème de l'argumentation après la seconde guerre mondiale.....	45
2. Le <i>Traité de l'argumentation</i> est-il une nouvelle rhétorique?.....	48
3. De l'émotion subie à l'émotion ressource.....	49
4. L'émotion contre la raison.....	51
5. En voilant la connaissance, l'émotion permet l'action.....	53
6. La dissociation émotion/valeur.....	54
7. L'entre-deux argumentatif.....	56
<i>Annexes</i>	56

X

Les bonnes raisons des émotions

Chapitre 5 – Théorie des fallacies: Une argumentation sans sujet ni affect?.....	63
1. L'enthousiasme pour les fallacies d'émotion.....	63
2. L'éthos fallacieux.....	68
3. Les émotions fallacieuses.....	75
4. L'argumentation au risque de l'alexithymie.....	85
5. Est-il nécessaire d'éliminer l'émotion pour éliminer les différences d'opinion?.....	87
<i>Annexes</i>	92
Chapitre 6 – Théorie des fallacies ou anthropologie morale du discours?.....	99
1. Port-Royal: Comment le cœur égare l'esprit.....	99
2. Mill: Les passions orientent la raison, sans l'annihiler.....	109
<i>Annexes</i>	111
Chapitre 7 – L'émotion: avant, pendant, après.....	113
1. En amont, une situation émouvante: le stimulus.....	114
2. En aval, l'expression de l'émotion: un syndrome.....	119
3. Le thymique et le phasique: la cloche émotionnelle.....	121
4. Mots et concepts: Définition lexicale et définition des psychologues.....	126
5. Des jeux d'émotions de base: théologie, philosophie, psychologie, rhétorique.....	128
6. Termes d'émotion, termes d'orientation émotionnelle.....	130
<i>Annexes</i>	133
Chapitre 8 – Signifier l'émotion: Essai de modélisation.....	135
1. Etude de l'émotion en parole: trois approches.....	136
2. L'émotif et l'émotionnel.....	137
3. Reconstruction de l'émotion: les trois voies.....	142
4. Énoncé d'émotion.....	145
5. Attributeur d'émotion.....	151
6. Lieu psychologique.....	151
7. Reconstruction des énoncés d'émotion par l'aval et par l'amont.....	155
8. Prolongements.....	159
<i>Annexes</i>	161
Chapitre 9 – Produire l'émotion: La dramatisation de la parole.....	165
1. Dans la rhétorique ancienne.....	165
2. Les principes de l'inférence émotionnelle de Ungerer.....	172
3. Dimensions psychologiques et dimensions langagières des émotions.....	173
4. La composante cognitive des émotions: Une transposition linguistique.....	174
5. Essai de synthèse: Les axes de construction de la situation émouvante.....	176
Conclusion.....	182
<i>Annexes</i>	182

Transition – Récapitulation et orientations	185
1. Des émotions désaccordées	185
2. Les études	193
3. L'analyste en position délicate	194
Etude 1 – La rage impuissante: Maudire le gouvernement	197
1. Quatre tours argumentatifs	198
2. Construction des sentiments: /rage/, honte, /amertume/	199
3. L'enthymème, un complexe argumentatif-émotif	203
4. Des émotions vulnérables au contre-discours	203
Etude 2 – Un léger frisson de peur: La vampirisation des campagnes	205
1. L'énoncé d'émotion [on, peur, les chiffres]	205
2. Les traits pathémiques orientant vers la «peur»	206
3. Un cas d'école	211
Annexe: <i>La France du vide</i>	212
Etude 3 – De l'apathie à la fierté: L'argumentation des sentiments politiques	215
1. L'argumentation du conflit programmé	216
2. L'argumentation des sentiments	221
3. Le parcours émotionnel du tiers et la production argumentative de la honte	226
4. Emotions des bourreaux, émotions des victimes	227
Annexe: <i>Sargiso, la citoyenneté assassinée</i>	227
Etude 4 – Les raisons de la colère	231
1. L'éprouvé	234
2. Les bonnes raisons	235
Etude 5 – Publier son émotion – et partir sans payer	241
1. Des émotions co-construites	241
2. Séquence d'ouverture de l'épisode émotionnel	242
3. L'émotion est raisonnable	243
4. Sortie de crise?	245
5. Dérapage et sortie de script: l'émotion sauvage	246
6. L'escalade	247
7. Vengeance! La lettre comme moyen de contrôle de l'émotion	249
8. Le parcours émotionnel	249
Annexe: <i>Monsieur le Président</i>	251

Etude 6 – «Dites, y'avait une agrafe»: copiloter des émotions	253
1. «dites y avait une agrafe»	254
2. Un récit d'émotion	258
3. La base thymique	261
4. Désignation des émotions	262
5. Construction de l'intensité et de l'appropriété de l'émotion	268
6. Contrôle secondaire	270
7. Menace sur l'émotion	271
8. Résolution: <i>«j'ai eu tout mon pain»</i>	272
9. Un autre parcours? <i>«ça arrive une fois tous les 36 ans»</i>	275
Etude 7 – Mexique 2006: «La campagne de la peur»	279
1. Le contexte politique	279
2. Le spot	282
3. Schématisation argumentative du passé	285
4. Au bas de la pente glissante, le mur	288
5. De la persona à la personne: <i>«Éstos son los grandes planes de López Obrador»</i>	291
6. «Campagne de la peur» – ou de la haine?	292
7. Conclusion: Pour une éducation à la «distanciation»	293
Références	295

