

Comprendre l'argumentation.

Texte argumentatif : texte d'opinion personnelle

- Le but du texte : **CONVAINCRE**.
- L'auteur = l'énonciateur
- Le lecteur = le destinataire
- Le texte = le discours = l'énoncé

L'argument

Un **argument** est un raisonnement accompagné de preuves utilisé pour soutenir la thèse. C'est la justification qui vise à convaincre le lecteur. Un bon argument s'appuie généralement sur des faits, des statistiques, des exemples concrets, ou des références à des autorités.

Exemple :

Si votre thèse est que la mode rapide est néfaste, vos arguments peuvent être :

"Elle exploite la main-d'œuvre dans des pays en développement, avec des salaires très bas et des conditions de travail dangereuses."

"Elle est l'une des industries les plus polluantes au monde, consommant des millions de litres d'eau et générant une immense quantité de déchets textiles."

Énonciation = La méthode pour argumenter.

- **Les marques d'énonciation** : Révèlent la présence de l'énonciateur (*je, me, moi, ma, mon...*), du destinataire (*vous, votre, vos...*) ou des deux réunis (*nous, notre, nos...*).
- **Le vocabulaire connoté** (appréciatif / dépréciatif) :
 - **Appréciatif** (valeur positive) :
La maison est grande.
La superbe villa resplendit dans son imposante stature.
 - **Dépréciatif** (valeur négative) :
Le garçon dit qu'il a visité l'Italie.
Le pauvre garçon prétend avoir mis les pieds en Italie.
- Varier **les types de phrases** : Alternier entre déclaratif, interrogatif, exclamatif et impératif pour dynamiser le discours.
- Utiliser des **phrases incisives** : Insérer des groupes de mots entre virgules pour interpeller ou nuancer (*vous en conviendrez... et je sais que vous serez d'accord avec cette idée...*).

Question de controverse

La **question de controverse** est le point de désaccord. Elle pose un problème sur lequel il n'y a pas de consensus. C'est **l'enjeu** central de l'argumentation. C'est **le sujet de votre devoir**.

Exemple : Autour de la mode rapide, la question de controverse pourrait être : "La mode rapide est-elle éthiquement et écologiquement responsable ?" C'est la problématique qui divise les opinions et sur laquelle on va argumenter.

La thèse

La **thèse** est l'opinion ou la position de l'auteur par rapport à la question de controverse. C'est la réponse qu'il défend.

Exemple :

Face à la question précédente, une thèse pourrait être : "Non, la mode rapide n'est ni éthique, ni écologique, et devrait être boycottée." Une autre thèse pourrait être : "La mode rapide est nécessaire pour rendre la mode accessible à tous et ses impacts négatifs sont exagérés."

But d'un texte

Le **but d'un texte** est ce que l'auteur cherche à accomplir. Dans un texte argumentatif, le but principal est de **convaincre** le lecteur de la validité de sa thèse. L'auteur utilise des arguments pour amener le lecteur à adopter son point de vue.

Origine d'un texte

L'**origine d'un texte** fait référence à sa provenance. C'est le **qui, quand, où, et pourquoi** le texte a été écrit. Connaître l'origine (journal, blog, livre, discours politique) aide à comprendre le contexte et les intentions de l'auteur.

Exemple :

Un article sur la mode rapide écrit par une marque de luxe sera probablement très critique envers ce modèle de consommation. En revanche, un texte publié par une marque de mode rapide cherchera sans doute à défendre son modèle économique.

Attention aux articles qui sont en réalité des publicités : la critique d'un produit écrite par la marque de ce produit (publireportage).

Crédibilité d'un auteur

La **crédibilité d'un auteur** se réfère à son autorité, sa compétence et sa fiabilité sur le sujet abordé. Elle est souvent liée à son expertise (est-il un expert?), à ses expériences ou à sa réputation. Plus un auteur est perçu comme crédible, plus ses arguments sont susceptibles d'être acceptés.

Exemple :

Un rapport sur l'impact de la mode rapide écrit par une organisation environnementale comme Greenpeace aura plus de poids et de **crédibilité** qu'un article de blog écrit par une personne qui n'a aucune expertise en la matière.

Les jugements de valeur

Les **jugements de valeur** sont des opinions qui expriment une appréciation, qu'elle soit positive ou négative, sur une personne, un objet ou une situation.

Un **jugement de vérité** évalue une idée ou une affirmation en fonction de sa **conformité à la réalité**. Il détermine si quelque chose est vrai ou faux. Ce type de jugement est souvent fondé sur des faits, des preuves ou un raisonnement logique. Par exemple, juger que la théorie qui prétend que "la Terre est plate" est fausse est un jugement de vérité, car elle s'oppose à des

preuves scientifiques établies.

Exemple : La production d'un T-shirt en coton demande environ 2 700 litres d'eau.

Un **jugement esthétique** est une appréciation **subjective qui se rapporte aux émotions et aux sensations**. Il s'attache aux apparences. Ce type de jugement utilise des termes comme "plaisant", "désagréable", "beau", "laid", "élégant", "harmonieux". Dire que "ce tableau est magnifique" est un jugement esthétique, car la beauté est perçue différemment par chaque personne.

Exemple : Ces nouvelles matières offrent un choix de coloris discutable.

Un **jugement éthique** évalue une action, une décision ou une personne en fonction de principes moraux ou de valeurs. Il détermine si quelque chose est bien ou mal, juste ou injuste selon un cadre de référence moral. Ce type de jugement se concentre sur l'intention, les conséquences et le respect des normes de conduite.

Si l'on prend l'**exemple** d'un vêtement produit dans des conditions de travail inhumaines, juger que cette pratique est inacceptable relève d'un jugement éthique.

Un **jugement pragmatique** évalue une idée ou une action en fonction de son **utilité ou de son efficacité**. Il se concentre sur les résultats et la pertinence pratique. La question centrale est de savoir si cela fonctionne, si c'est utile ou si cela permet d'atteindre un objectif. Dire que "cette méthode est la plus efficace pour résoudre ce problème" est un jugement pragmatique. Il est basé sur la pertinence et les résultats obtenus.

Exemple : Acheter un vêtement de mauvaise qualité qui se déchire après quelques lavages n'est pas une solution économique à long terme.

Le **jugement hédoniste** évalue une situation, une action ou un objet en fonction **du plaisir immédiat ou de la satisfaction sensorielle** qu'il procure, ou à l'inverse, du déplaisir et de la souffrance qu'il évite. Il se concentre sur le bien-être instantané et le confort personnel, sans nécessairement considérer la valeur morale ou l'utilité à long terme.

Exemple : Porter ce pull en cachemire procure une sensation de douceur et de réconfort inégalable.

Le **jugement d'épanouissement** évalue une expérience, une activité ou un choix en fonction de sa **capacité à contribuer au développement personnel, à la réalisation de soi ou au sens donné à la vie**. Il se concentre sur la croissance interne, la satisfaction durable et le déploiement du potentiel individuel plutôt que sur un simple plaisir passager.

Exemple : Apprendre à fabriquer ses propres vêtements demande du temps, mais cela offre un sentiment d'accomplissement personnel très enrichissant.