

Dominique Maingueneau



ANALYSER LES TEXTES DE COMMUNICATION

ARMAND COLIN

Table des matières

Avant-propos	5
Chapitre 1 Énoncé et contexte	7
1. Le sens d'un énoncé	7
1.1. Un processus asymétrique	7
1.2. Le statut pragmatique de l'énoncé	8
2. Les marques linguistiques	10
2.1. L'infinitif	10
2.2. L'ancrage dans la situation d'énonciation	12
3. Les contextes	14
3.1. Le cotexte	14
3.2. Trois sources d'informations	15
4. Les procédures pragmatiques	15
4.1. Une interprétation dérivée	15
4.2. Des instructions pour interpréter	16
Chapitre 2 Les lois du discours	18
1. Le principe de coopération	18
1.1. Un ensemble de normes	18
1.2. Les sous-entendus	19
1.3. Les trois dimensions de la communication verbale	21
2. Les principales lois	21
2.1. Pertinence et sincérité	21
2.2. Lois d'informativité et d'exhaustivité	23
2.3. Les lois de modalité	24
3. La préservation des faces	25
3.1. Faces positive et négative	25
3.2. Où personne n'est coupable de paresse	26
3.3. Discours publicitaire, discours journalistique et faces	27

Chapitre 3	Diverses compétences	29
	1. La compétence encyclopédique	30
	1.1. Un ensemble illimité	30
	1.2. Les scripts	30
	2. La compétence générique	31
	3. L'interaction des compétences	33
	3.1. Importance de la compétence générique pour l'interprétation	33
	3.2. Un texte d'un genre incertain	33
	3.3. Un texte linguistiquement déficient	34
	4. Lecteur modèle et savoir encyclopédique	35
	4.1. Deux articles très différents	36
	4.2. Le lecteur modèle	37
Chapitre 4	Discours, énoncé, texte	40
	1. La notion de discours	40
	1.1. Les emplois usuels	40
	1.2. Dans les sciences du langage	41
	2. Énoncé et texte	45
Chapitre 5	Types et genres de discours	48
	1. Les typologies communicationnelles	49
	1.1. Par fonctions du langage	49
	1.2. Par fonctions sociales	49
	2. Les typologies de situations de communication	50
	2.1. Genres de discours	50
	2.2. Genres et types	50
	2.3. D'autres classifications	51
	3. Typologies linguistiques et discursives	52
	3.1. Les typologies énonciatives	52
	3.2. Vers des typologies discursives	52
	4. Utilité des genres de discours	53
	4.1. Un facteur d'économie	53
	4.2. Sécuriser la communication	53
	5. Comment concevoir un genre ?	54
	5.1. Œuvres et routines	54
	5.2. Une activité réussie ou non	55
	5.3. Des ressources linguistiques spécifiques	59

6. Deux problèmes soulevés par la notion de genre	60
7. Contrat, rôle, jeu	61
7.1. Le contrat	61
7.2. Le rôle	62
7.3. Le jeu	63
Chapitre 6 Médium et discours	64
1. Une dimension essentielle	64
1.1. Le support n'est pas accessoire	64
1.2. Un dispositif communicationnel	65
1.3. Un exemple	65
2. Oral et écrit : une opposition trop simple	66
2.1. Énoncés oraux et graphiques	66
2.2. Énoncés stables et instables	67
2.3. Énoncés dépendants et indépendants de l'environnement	68
2.4. Énoncés de style écrit et de style parlé	71
3. Spécificité de l'écrit et de l'imprimé	72
3.1. Quelques propriétés de l'écrit	72
3.2. L'imprimé	73
3.3. La spatialité du texte	74
4. Des dispositifs communicationnels nouveaux	74
Chapitre 7 La scène d'énonciation	77
1. Les trois scènes	77
1.1. Une triple interpellation	77
1.2. Scène englobante et scène générique	78
2. La scénographie	79
2.1. Une boucle paradoxale	79
2.2. Scénographie et genre de discours	80
2.3. Scénographies diffuses et spécifiées	81
3. Scènes validées	82
3.1. La « Lettre à tous les Français »	82
3.2. Les tensions entre les scènes	84
Chapitre 8 L'ethos	86
1. Quelques textes publicitaires	86
1.1. « Vous êtes pressés... »	86
1.2. « Ces petits-déjeuners d'affaires... »	87

1.3. « Lentement, à son rythme... »	88
2. Garant et incorporation	88
2.1. Ethos et ton	88
2.2. Caractère et corporalité	89
2.3. L'incorporation	90
3. Ethos et scène générique	91
3.1. Deux ethos pour une scène générique	91
3.2. Corps « dit » et corps « montré »	93
4. Les ethos hybrides	94
Chapitre 9 Des genres de discours très divers	96
1. Deux sortes de genres de discours	96
2. Les différents modes de genres institués	98
3. Les trois sortes d'étiquettes	102
Chapitre 10 L'embrayage énonciatif	106
1. La réflexivité énonciative	106
1.1. Le repérage par l'énonciation	106
1.2. Personne et non-personne	107
1.3. La modalisation	108
2. Embrayage et embrayeurs	109
2.1. La personne, le temps, l'espace	109
2.2. Les variations de point de repère	110
2.3. Spécificité des embrayeurs	111
2.4. Repérages par l'énonciation et par l'énoncé	112
3. Trois types de repérages	113
3.1. Le repérage hors contexte	113
3.2. Les désignations d'objets ou d'humains	113
Chapitre 11 Plan embrayé et plan non embrayé	115
1. Deux types d'énonciation	115
1.2. Les énoncés embrayés	115
1.3. Les énoncés non embrayés	116
2. Passé simple, passé composé, imparfait	117
2.1. Les tiroirs des deux plans d'énonciation	117
2.2. Deux textes narratifs	118
2.3. Le passé simple	120
3. Deux systèmes d'énonciation	121
3.1. Privilégier le système sur l'élément	121
3.2. Un aplatissement du texte	122

3.3. L'imparfait narratif	123
3.4. Le mélange des plans d'embrayage	124
4. Embrayage et modalité	125
Chapitre 12 L'emploi des personnes	129
1. « Nous », « vous », « je »	129
1.1. « Nous » et « vous » ensemble	129
1.2. Un « je » d'identification	132
2. L'effacement des personnes	134
2.1. Un double effacement	134
2.2. Un compromis	134
3. Ethos et personnes	136
4. « On », « ils »	137
4.1. Une subjectivité hors de la relation énonciative	137
4.2. Deux exemples	138
4.3. Le « ils » collectif	139
Chapitre 13 Polyphonie et responsabilité énonciative	141
1. La polyphonie	141
1.1. La notion de polyphonie	141
1.2. Quelques distinctions minimales	144
1.3. Quelques phénomènes relevant de la polyphonie	145
2. Le responsable du texte	150
2.1. Quelques distinctions	150
2.2. Méta-énonciateur, interénonciateur, archi-énonciateur	153
Chapitre 14 Le discours direct	156
1. La modalisation en discours second	156
1.1. Les modalisateurs	157
2. Le discours direct	158
2.1. Deux situations d'énonciation	158
2.2. La fidélité du discours direct	158
2.3. Pourquoi le discours direct ?	160
3. L'introduction du discours direct	161
3.1. Des verbes dont le signifié indique qu'il y a énonciation	161
3.2. Des groupes prépositionnels	162

4. De l'absence de guillemets au discours direct libre	164
4.1. Le discours direct sans guillemets	164
4.2. L'énonciateur générique	165
4.3. Le discours direct libre	166
Chapitre 15 Discours indirect, formes hybrides	167
1. Le discours indirect	167
1.1. Une forme indépendante du discours direct	167
1.2. Une seule situation d'énonciation	168
2. ... Formes hybrides	169
2.1. Les îlots textuels	169
2.2. Le discours direct avec « que »	170
3. Le discours indirect libre	170
4. Le résumé avec citations	172
5. Restituer le point de vue des acteurs	174
Chapitre 16 Modalisation autonymique, guillemets, italique	178
1. Autonymie et modalisation autonymique	178
1.1. L'autonymie	178
1.2. La modalisation autonymique	179
1.3. Types de modalisations autonymiques	180
2. La mise entre guillemets	181
2.1. Un signal à interpréter	181
2.2. Interpréter les guillemets	184
2.3. Le rôle du cotexte	186
3. L'italique	187
3.1. Guillemets et italique	187
3.2. Des usages divers	189
Chapitre 17 Proverbe, slogan, ironie	191
1. Énonciation proverbiale et polyphonie	191
1.1. Le proverbe	191
2. Le slogan	193
2.1. Proverbe et slogan publicitaire	193
2.2. L'évolution du slogan	193
3. Des énoncés sur d'autres énoncés	194

3.1. L'allusion à d'autres énoncés	194
3.2. Captation et subversion	195
3.3. Genres de discours et textes attestés	195
4. De la subversion à l'ironie	196
4.1. Polyphonie et ironie	196
4.2. Quelques exemples	197
4.3. Une ironie militante	199
4.4. Ironie et guillemets	200
Chapitre 18 Les énoncés détachés	201
1. La surassertion	201
1.1. Le détachement	201
1.2. Détachement fort et détachement faible	205
2. L'aphorisation	208
2.1. Les modifications des énoncés détachés	208
2.2. De la surassertion à l'aphorisation	210
2.3. Deux types d'énonciation	212
Chapitre 19 Types de désignations	215
1. Divers modes de donation du référent	215
1.1. Des instructions pour identifier le référent	215
1.2. La coréférence	216
1.3. L'enchâssement des désignations	217
2. Noms propres et descriptions définies	218
2.1. Les descriptions définies	218
2.2. Le nom propre	219
2.3. Inconvénients du nom propre	220
2.4. Nom propre, description définie et genre de discours	221
2.5. Diverses interprétations du nom propre	221
3. Le déterminant démonstratif	222
3.1. Déterminants définis et démonstratifs	222
3.2. La reprise par le démonstratif	224
3.3. « Ce » cataphorique	225
4. L'indéfini	225
4.1. L'article indéfini	225
4.2. Interprétations générique et spécifique	226
5. Le défini générique	227
5.1. Le singulier	227
5.2. Le pluriel	228
5.3. Diversité des ressources mobilisées	229

Chapitre 20	La cohésion du texte :	
	anaphore et cataphore	231
1.	L'endophore	231
1.1.	Trois types de reprise	231
1.2.	Anaphore, cataphore, endophore	232
1.3.	Endophore segmentale	
	et résomptive, totale et partielle	233
1.4.	Deux fonctionnements discursifs distincts	234
1.5.	Une relation asymétrique	235
2.	La pronominalisation	236
2.1.	L'endophore pronominale	236
2.2.	Exploiter la pronominalisation	236
3.	L'anaphore lexicale	238
3.1.	Anaphore lexicale et coréférence	238
3.2.	Anaphore et évaluation	239
3.3.	Le choix de l'anaphore infidèle	241
3.4.	L'anaphore associative	242
Chapitre 21	Noms de marques et de produits	243
1.	Trois types de dénominations	243
2.	Les noms de catégorie	244
2.1.	Plusieurs possibilités	244
2.2.	Des exemples	245
2.3.	Nom de catégorie et scénographie	247
3.	La marque et son discours	248
3.1.	Image de marque et discours de marque	248
3.2.	Deux exemples	249
4.	Les noms de marque	251
4.1.	Nom de marque et langue	251
4.2.	Les sigles	252
4.3.	Les noms humains	253
4.4.	Les noms évocateurs	254
5.	Les noms de produit	256
5.1.	Des noms divers	256
5.2.	Désignations néologiques	257
5.3.	Désignations détournées	258
Conclusion		261
Éléments de bibliographie		267
Index		271