

La modalité au service de l'argumentation

Alexandra Cuniță

Résumé : La communication consiste parfois, pour le locuteur, à lancer, dans une situation donnée, une opinion ou thèse assumée, et à essayer de fournir à son auditoire les meilleures raisons pour que celui-ci adhère à cette opinion, tout en lui laissant la liberté d'embrasser, ou non, en fin de raisonnement, la thèse en question. Autrement dit, la matière dont le locuteur va débattre et qui n'est pas sans rapport à l'ensemble (préexistant) des idées et des opinions partagées par ses interlocuteurs potentiels ou réels, au moment T_i , prendra la forme d'une *argumentation*. Une relation spéciale s'établit entre le locuteur et le destinataire de sa production discursive, aussi bien qu'entre le premier – appelé par certains chercheurs *sujet argumentant* – et son *propos*, de la *validité* duquel il doit *convaincre* le dernier, le *sujet-cible*. Pour que l'*argumentation* aboutisse, le locuteur doit marquer soigneusement sa position par rapport au propos formulé, ainsi que par rapport à la *valeur des arguments* mobilisés. C'est sur ces plans que devient manifeste l'importance de la *modalité* pour le succès de la mise en argumentation. Comment la *modalité* peut-elle rendre service à la mise en argumentation? À quels paliers et de quelle manière se trouve-t-elle impliquée dans le processus d'*argumentation*? Tel est le sujet que nous nous proposons de développer à partir d'une production discursive d'un type particulier : un fragment – révélateur, croyons-nous – d'un texte littéraire.

Mots-clés : argumentation, sujet argumentant, opinion, valeur de vérité, modalité.