

Table des matières

Avant-propos	13
Chapitre 1 Avant-propos – généralités	15
1.1. Les définitions de dictionnaire	15
1.2. La préface selon G. Genette.	17
1.3. Pourquoi l’avant-propos?	21
Chapitre 2 L’explication – la justification et leur réalisation dans l’avant-propos	22
2.1. L’explication	22
2.1.1. Différentes acceptions du verbe expliquer	23
2.1.2. Caractéristique du discours explicatif	24
2.1.3. L’explication selon Jean-Blaise Grize	25
2.1.4. L’explication selon Sophie Moirand	25
2.1.5. Les énoncés explicatifs selon Sorin Stati	26
2.1.6. L’explication dans le Dictionnaire d’analyse du discours	26
2.1.7. L’explication, la justification et la compréhension en philosophie et en logique	27
2.1.8. L’explication et l’argumentation dans la conception discursive	27
2.2. La justification	28
2.2.1. La justification d’après le dictionnaire.	29
2.2.2. La justification d’après J.-B. Grize.	29
2.2.3. La justification dans la conception de Apothéloz & Brandt.	30
2.2.4. Justification énonciative	32
2.2.5. L’explication logique et la justification	33

2.2.6.	La justification et les actes de langage	34
2.2.7.	La justification qui résulte de l'acte de «se justifier»	37
2.3.	L'explication et la justification dans l'avant-propos	39
2.3.1.	Explication causale	39
2.3.2.	Explication finale	40
2.3.3.	Explication informatrice:	40
2.3.4.	Justification comme résultat de l'acte de «justifier»	43
2.3.5.	Justification comme résultat de l'acte de «se justifier»	43
Chapitre 3 Marqueurs de cause, de conséquence, de but et		
l'expression de l'explication et de la justification dans		
	l'avant-propos	45
3.1.	Marqueurs de cause	45
3.1.1.	Parce que, puisque, car	45
	Parce que	46
	Parce que énonciatif	47
	Puisque	48
	Car	50
3.1.2.	Autres marqueurs de cause	53
	Comme	53
	En effet	53
	Sans que	55
	Non que	55
	Soit que... soit que	56
	Sous prétexte que	57
	Au motif que/de	57
3.1.3.	Les marqueurs de cause et l'avant-propos	58
	Car	58
	En effet	58
	Parce que (renforcé par c'est)	59
	Puisque	59
	Comme	60
3.2.	Les marqueurs de conséquence et le discours de l'avant- propos	60
3.2.1.	Raisonnement à l'aide des marqueurs de conséquence	61
3.2.2.	Marqueurs de conséquence dans l'avant-propos	61
	C'est la raison pour laquelle	62
	C'est pourquoi	62
	Pour cela	62
3.3.	L'expression du but et le discours de l'avant-propos	63
3.3.1.	La cause/le motif et l'analyse motivationnelle du discours	63
3.3.2.	Le raisonnement à l'aide de la relation finale	66
3.3.3.	Les marqueurs de but et l'avant-propos	70

3.4. Marqueurs de l'explication et de la justification dans l'avant-propos	71
3.4.1. L'explication – quelles sont les raisons qui ont poussé l'auteur à écrire le livre qu'il présente au lecteur.	71
3.4.2. L'explication finale	73
Mon but est de	73
Le but de ce livre est de...	73
Le livre a pour objet de...	73
Notre désir est de	74
Ce livre a pour ambition de	74
Ce livre a pour vocation de	74
Mon ambition est de	74
C'est dans ce but que	74
Pour + infinitif	75
3.4.3. Explication dépourvue de marqueurs	75
3.4.4. L'explication de différents faits à l'intérieur de l'avant-propos	77
Parce que	77
Comme	77
Pour cela	78
C'est pourquoi	78
En effet	78
Pour + infinitif	79
Pour que	79
3.4.5. La justification	79
Car	80
Puisque	80
C'est la raison pour laquelle.	80
Pour ces deux raisons.	81
L'absence de marqueur.	81
3.4.6. Justification comme résultat de l'acte de se justifier.	82
Chapitre 4 L'avant-propos et la théorie des interactions	85
4.1. La notion de «face»	85
4.2. Le modèle De Brown & Levinson	88
4.3. Le classement d'après R.Vion	89
4.4. La communication - un compromis ou une lutte	90
4.5. Le jeu de rôles dans le modèle de l'interaction	90
4.6. L'interprétation des actes	91
4.7. La politesse comme une stratégie compensatoire	93
4.8. La face et l'ethos	94
4.9. L'avant-propos et l'acte réparateur.	98
4.10. La théorie des faces et l'avant-propos	100
4.10.1. L'auteur protège sa face positive:	101

4.10.2. L'auteur protège la face positive des lecteurs:	104
Chapitre 5 L'avant-propos, l'auteur, le lecteur	107
5.1. L'avant-propos et son auteur	107
5.1.1. Les «traces» de l'auteur	109
Les formes grammaticales employées par l'auteur pour parler de sa propre personne:	109
D'autres marques de la présence de l'auteur dans le texte	111
5.2. L'avant-propos et son lecteur	113
5.2.1. Différentes conceptions du lecteur	113
5.2.2. Lecteur «évoqué» dans l'avant-propos	114
5.2.3. Les traces grammaticales du lecteur dans l'avant-propos	116
Apostrophe	116
Les pronoms désignant le(s) lecteur(s)	117
5.2.4. L'emploi du mot lecteur ou lecteurs:	118
5.2.5. L'emploi de l'impératif	118
5.2.6. L'attitude de l'auteur vis à vis de son lecteur	119
Chapitre 6 Les fonctions de l'avant-propos	122
6.1. Assurer au texte une bonne lecture	122
6.2. Valorisation du livre.	123
6.3. L'attitude de modestie ou excusatio propter infirmitatem comme paratonnerre	123
6.4. Indiquer comment lire le texte.	124
6.5. Indiquer l'origine de l'oeuvre.	125
6.6. Remercier	125
6.7. Indiquer le destinataire de l'ouvrage	126
6.8. Donner un commentaire du titre du livre.	126
6.9. «Contrat de fiction»	127
6.10. Indiquer l'ordre de la lecture.	127
6.11. Indiquer le contexte.	128
6.12. La déclaration d'intentions de l'auteur.	129
6.13. Définitions génériques	130
Chapitre 7 La structure de l'avant-propos	133
7.1. Structure tripartite de l'avant-propos	133
7.2. Trois parties et types de discours	137
7.3. Structure du texte et fonctions de l'avant-propos	138
Chapitre 8 L'argumentation, la rhétorique et l'avant-propos.	140
8.1. L'argumentation	140
8.1.1. La nature de l'argumentation	140
8.1.2. Différentes conceptions de l'argumentation	141
8.1.3. L'argumentation comme composition d'énoncés.	142
8.1.4. Perspective dialogique-rationnelle de l'argumentation	142

8.1.5.	La situation argumentative dans la rhétorique ancienne et dans la théorie de l'interaction	143
8.1.6.	L'argumentation et ses composantes selon J.-B. Grize	143
8.1.7.	L'argumentation d'après Apothéloz & Brandt.	146
8.1.8.	Les objectifs de l'argumentation	146
8.2.	L'avant-propos et la rhétorique	147
8.2.1.	Le rôle du discours rhétorique	147
8.2.2.	L'avant-propos et l'exorde	148
8.2.3.	Parties du discours	148
8.2.4.	Styles employés à différents moments du discours	149
8.2.5.	Objectifs du discours et genres rhétoriques	149
8.2.6.	Genres rhétoriques et actes de langage effectués dans l'avant-propos	150
8.2.7.	Comment l'auteur veut-il plaire au lecteur dans l'avant-propos?	151
8.2.8.	Traces de différents styles rhétoriques dans l'avant-propos	151
8.2.9.	Entre la schématisation du texte et la fantaisie de l'auteur.	153
Chapitre 9 La typologie des arguments selon J.-J. Robrieux		
et l'argumentation des avant-propos		154
9.1.	La typologie des arguments de J.-J. Robrieux.	154
9.1.1.	Les arguments quasi logiques	154
	Définition	155
9.1.2.	Les arguments empiriques.	159
9.1.2.1.	Les arguments fondés sur la causalité et la succession	159
	L'argument du sacrifice	160
	Les arguments fondés sur des liens de succession	161
	l'argument du gaspillage	161
	L'argument du dépassement	161
	L'argument de la direction	161
9.1.2.2.	Les arguments fondés sur une confrontation	162
	L'argument ad personam ou la disqualification de l'adversaire	162
	Les arguments d'autorité	162
	Les arguments a fortiori	162
9.1.2.3.	Les arguments inductifs et l'analogie.	163
9.1.3.	Les arguments contraignants et de mauvaise foi	164
	Lieux communs	165
	Questions	166
	Les questions dialectiques	166
	Les questions éristiques ou polémiques	167
	Les arguments de mauvaise foi.	168
	Les paralogismes liés au langage (<i>in dictione</i>)	169
	Les paralogismes indépendants du langage (<i>extra dictionem</i>)	169
	Les arguments de la provocation, de la fuite et de la coercition	170

	Arguments jouant sur le pathos	170
9.2.	Les arguments dans les avant-propos	171
9.2.1.	La justification par «l'apposition»	171
9.2.2.	Définitions	172
	9.2.2.1. Comparaison comme un moyen de définir	173
9.2.3.	Arguments liés à la causalité	173
9.2.4.	Arguments d'autorité	174
9.2.5.	Argument polémique	174
9.2.6.	Exemples	175
9.2.7.	Illustration	176
9.2.8.	Le recours aux lieux communs	176
9.2.9.	Questions	177
9.2.10.	Arguments jouant sur le pathos.	178
	L'argument d'ironie	179
Chapitre 10	L'avant-propos comme moyen de persuader...	180
10.1.	La persuasion et ses définitions.	180
10.2.	«Persuader» et/ou «convaincre»	181
10.3.	Types de discours persuasifs et le discours de l'avant-propos	183
10.4.	L'avant-propos et le discours publicitaire	184
10.5.	L'avant-propos et le pathos de la persuasion.	188
Conclusion...	191
Bibliographie	195
	Liste des textes analysés:	202