

Le rôle cognitif des figures du discours dans l'éditorial politique

Conf.univ.dr. Ana-Marina Tomescu,

Asist.univ.dr. Elena-Cristina Ilinca

Université de Pitești

Abstract: *The functionality of figures of speech shows itself through the influence they have upon communication, through the modifications they bring to the interpersonal relationships between the actors of the discourse situation. Five roles are generally assigned to figures of speech: an esthetical role, phatic role, a pathemic role, a cognitive role and a persuasive role. Placing itself in a pragmatic approach, our study will tackle with the cognitive function of figures of style. We shall analyse the impact of this figural functionality upon journalistic discourse through three main means: message highlighting, message conceptual structuring, new notions conceptualisation.*

Keywords: *figures of speech, cognitive function, communication, journalistic discourse*

Les traités de rhétorique traditionnels envisagent *la figure* comme une réalité à part dans le fonctionnement du langage. On la retrouve souvent dans des domaines réservés, soit dans la rhétorique et la poétique, soit dans le cadre de l'élocution argumentative ou de l'esthétique littéraire. La figure a été longtemps traitée comme une forme préfabriquée antérieure aux énoncés, où l'on peut la placer à son gré. Parfois, les figures sont considérées comme un arsenal persuasif qui garantirait la maîtrise et la réussite du discours, d'où la multitude des inventaires qui en proposent différentes classifications.

Les nouvelles approches de la figure essaient de s'éloigner de la conception de figure-altérité, figure-répertoire. Cette remise en question se fait selon deux directions principales (M. Bonhomme, 2005) :

1/ *Les figures participent au fonctionnement ordinaire du langage.* S'opposant aux approches traditionnelles, I. Tamba-Mecz (*Le sens figuré*, 1981) fait du « sens figuré » un processus essentiellement lexico-sémantique. Le sens figuré se définit dans cette approche comme un « construit énonciatif » ayant à la base des relations phrastiques. En fonction des orientations prédicatives et des types de repérages qu'elles produisent, celles-ci seront capables de déterminer des catégories de sens figuré. Plus largement, les figures entrent ainsi dans le champ des lois de la communication, où elles manifestent une flexibilité et une créativité plus grandes qui peuvent aller jusqu'à de fortes distorsions. Même si les figures sont intégrées au mode de fonctionnement usuel du langage, elles pourraient créer des structures discursives et des effets interprétatifs spécifiques.

2/ *Les figures se déploient sur la totalité de l'espace énonciatif.* La figuralité mobilise ainsi les trois phases de tout processus énonciatif.

Au niveau *infradiscursif*, la figuralité suppose des composantes préconstruites partagées par les interlocuteurs, composantes qui se constituent comme des conditions de l'actualisation des figures dans le discours. Parmi ces préconstruits se trouvent les compétences stockées dans la mémoire discursive des locuteurs. Ces compétences (C. Kerbrat-Orecchioni, 1986) fournissent des règles régissant la production et la réception du discours en général et des figures en particulier (cf. les compétences du sujet parlant).

Au niveau actualisé *de leur production*, les figures constituent des processus « d'appréhension / appropriation linguistique de l'univers sensible » (Détrie, 2000: 3). Leur formulation comme leur interprétation ont besoin d'un cadre d'analyse global, qui rende compte des phénomènes de « construction interactive du sens, comme un phénomène énonciatif qui rejoue les découpages stéréotypés » (*Ibidem*, p. 10). La figure exhibe « le fait que les mots ne produisent pas du sens en tant que "miroir" des choses du monde extralinguistique; ils construisent une représentation linguistique d'un réel extralinguistique par une appropriation personnelle du monde sensible, dans laquelle, pour emprunter l'expression à Authier-Revuz, "les mots ne vont pas de soi", et reposent sur de multiples non-coïncidences des mots à eux-mêmes et des mots aux choses. » (Rabatel, 2008 : avant-propos). Les figures sont comme des constructions discursives, mobilisées par leur entourage

syntaxique et par leur contexte. Elles sont actualisées par des structures qui se détachent du cadre discursif. Deux types de procédures sont généralement productrices de figures : les procédures attachées à la compétence logique, qui structurent les relations cognitives (analogie, opposition...) et les procédures liées à la compétence rhétorique, qui est à la base de la transformation des énoncés (suppressions, permutations...). Produire des figures, c'est activer des schèmes discursifs qui modélisent certaines variations de la langue en vue d'augmenter la pertinence de la communication.

Au niveau *de leur réception*, les figures sont construites par les récepteurs qui en activent leurs potentialités (pré)construites. Cette étape garantit le repérage des figures, leur interprétation et leur effet perlocutoire (Bonhomme, 2005 : 25-31).

L'identification des figures repose sur la reconnaissance des figures dans le déroulement de la communication. Elle constitue une étape préalable à leur interprétation. L'identification des figures consiste à repérer les indices apparaissant à la surface du discours. Il y a des indices intentionnels ou métadiscursifs qui témoignent de l'intention explicite du locuteur d'attirer l'attention des récepteurs : par exemple, l'utilisation des italiques ou des guillemets. Les indices discursifs sont les indices de figuralité qui se dégagent du discours lui-même, sans manifester explicitement une intention du locuteur. Dans une étape ultérieure, ces indices seront confrontés aux compétences du récepteur qui interviendront dans le calcul identificatoire des figures.

L'interprétation des figures repose sur la mise en œuvre de deux types d'inférence : des inférences énonciatives (portant sur les conditions et les modalités de la communication figurale) et des inférences encyclopédiques (reposant sur le contenu cognitif transmis par les énoncés figuraux). Ce calcul interprétatif se fonde sur les mêmes paramètres que le calcul identificatoire : les compétences du récepteur, la configuration des saillances perçues, l'importance des indices (*Ibidem*, 102-103).

Dans ce processus d'identification-interprétation figurale, plusieurs faits sont à souligner. Une figure peut être simplement identifiée sans susciter des calculs interprétatifs, ou elle peut être identifiée et calculée sémantiquement. Le récepteur peut percevoir des saillances figurales dans un énoncé, sans que le producteur en ait le sentiment. Plus une figure est banale, plus elle s'accommode à une simple identification de la part du récepteur, sans donner lieu à des calculs interprétatifs. Par contre, plus une figure est inventive, plus elle est sujette à des calculs et à des négociations interprétatives.

Notre article s'occupera par la suite de la manifestation de la fonction cognitive dans le discours de presse. Les recherches seront menées au niveau d'un corpus formé d'articles de journaux, plus précisément d'éditoriaux politiques parus pendant la campagne présidentielle française de 2007 dans cinq journaux : *L'Humanité*, *Libération*, *Le Monde*, *Le Figaro*, *Le Point*. Nos analyses essaieront de rendre compte de ce processus tropique et de juger de l'incidence du type de discours en question sur le mode de réalisation des figures à rôle cognitif.

La fonction cognitive est l'une des premières fonctions attribuées aux figures. Selon Cicéron, le discours qui se sert des figures accroît le savoir du public (*docere*), en mettant en évidence les idées de l'orateur. De même, nombreuses sont les études pragmatiques de la fin du XX^e siècle qui attachent une grande importance à cette dimension conceptuelle de la figure. M. Bonhomme explique cette fonction de la manière suivante : « du fait de leurs saillances particulières (facteurs illocutoires), certaines structures discursives renferment un potentiel d'activation intellectuelle (portée illocutoire), lequel est susceptible d'améliorer et d'élargir nos représentations mentales ou notre encyclopédie (effet perlocutoire) » (2005 :172).

Lamy (1701) identifie deux sous-fonctions : « les figures éclaircissent les vérités obscures, et rendent l'esprit attentif ». Dans d'autres termes, les figures ont la capacité de

mettre en évidence des idées et stimulent ainsi notre intellection. En outre, elles ont le pouvoir de conceptualiser, de nous faire découvrir donc de nouveaux concepts. Tout cela peut être schématisé comme suit (Bonhomme, 2005 :173) :

Portée illocutoire :

Buts perlocutoires :

Activation intellectuelle

→

meilleure gestion du savoir
entre locuteurs et récepteurs

par

1. soulignement cognitif
2. structuration conceptuelle

- 1') perception renforcée du message transmis
- 2') compréhension accrue du message transmis
- 2'b) découverte de nouveaux concepts

La mise en évidence du message transmis

Un moyen de mise en relief du message transmis est *l'anaphore rhétorique*. A part sa fonction pathémique, l'anaphore rhétorique met en valeur les informations à communiquer par sa structure cumulative :

Autant donc s'en servir, et voter. Voter pour peser sur les cinq ou dix ans qui viennent, pour préserver au moins (et si possible embellir) ce que nous pourrons léguer à nos enfants. Voter pour renouer avec la politique, celle qui permet de faire, pas seulement de subir. (*Le Figaro*, le 21 avril 2007)

Ce n'est pas au centre mais au peuple que se gagnera l'élection. Depuis trente ans, la droite a vécu sur une illusion : il n'y a de victoire qu'au centre, de politique que centrale, de gouvernement que centriste . . . *Ce n'est pas* quand la droite s'affranchit de la menace FN qu'elle devrait succomber aux sirènes du milieu (*Le Figaro*, 24 avril 2007).

On remarque, par ailleurs, que la réfutation peut être renforcée par l'anaphore rhétorique (dans notre exemple, « c'est », « la gauche »), qui a le rôle de mieux fixer le contenu du message :

Mais être internationaliste et hisser le drapeau rouge, ce n'est pas piétiner *la nation comme une vieille carpe*. C'est vouloir, au contraire, que la devise de la république, Égalité, Liberté, Fraternité, entre dans les actes. C'est opposer l'universalisme appuyé sur ces valeurs au mondialisme sans principe autre que celui du marché. *La gauche, toute la gauche* doit se ressaisir (*L'Humanité*, le 27 mars 2007).

Une figure comme la *définition oratoire* aide à la focalisation de l'essence du message à transmettre. Une telle figure a le potentiel de hiérarchiser le contenu et de le rendre plus manifeste pour les destinataires du discours :

Il [N. Sarkozy] sait aussi *qu'ériger à ce point le cynisme en art de vivre, c'est salir un peu plus l'esprit public* (*Libération*, le 24 avril 2007).

L'éditorialiste se sert souvent des définitions oratoires sous la forme de citations pour apporter des arguments d'autorité dans son discours :

Winston Churchill disait que « *la démocratie est le pire des systèmes, à l'exception de tous les autres* » (*Le Monde*, le 1 mars 2007).

La structuration conceptuelle du message transmis

Les figures de sens sont les plus capables de participer à l'organisation cognitive et à l'élaboration de nouveaux concepts. Ce fait est dû notamment aux opérations logico-cognitives structurant la pensée, sur lesquelles se fondent ces figures : transferts de rôles sémantiques dans un domaine notionnel (la métonymie), construction d'analogie entre des

domaines notionnels hétérogènes (la métaphore, la comparaison) ou production de contradiction au sein d'une même séquence (l'oxymore).

La métaphore permet de reconceptualiser un contenu informatif déjà existant, son but perlocutoire étant une meilleure compréhension du contenu informatif par les récepteurs. Sa fonction est ici explicative, et cela grâce à deux de ses attributs: sa dynamique analogique et sa structure orientée. Par la dynamique analogique créée entre le domaine du *thème* (le cadre référentiel) et celui du *phore* (le terme métaphorique), la métaphore participe à la réorganisation conceptuelle et à l'éclairage du premier par le second. On assiste en quelque sorte à un processus paradoxal, car dans un premier temps, la métaphore dissimule le sens en demandant le décodage du message ; ce n'est que dans un deuxième temps qu'elle enrichit le contenu tout en lui apportant de l'ambiguïté.

Nous supposons que cette fonction de reconceptualisation des notions complexes est remplie dans la majorité des cas par les métaphores *in praesentia* :

Mais au-delà de ces caractéristiques, *le gouvernement Fillon est d'abord une redoutable machine de guerre politique*, à moins d'un mois des élections législatives. (*Le Monde*, le 21 mai 2007)

La France *est une masse composite, changeante mais obstinée* qui, depuis des années, râle, proteste contre tout pouvoir, contre toute réforme . . . et contre leur absence. (*Le Point*, le 15 mars 2007)

La métaphore a néanmoins un rôle argumentatif prédominant dans notre objet d'étude. Son potentiel argumentatif réside dans son pouvoir de court-circuitage, dans sa capacité de s'imposer insidieusement comme une évidence ; la métaphore est réductrice en ce qu'elle masque les différences entre comparant et comparé pour ramener leur ressemblance à une identité, en faisant ressortir un élément commun. Dans les deux exemples suivants, les métaphores contribuent à l'image d'un monde dysphorique, celui de la France de 2007 :

La nation, c'est à la fois le patrimoine du passé et la volonté d'un avenir commun. Le passé, le pauvre, est à restaurer : dans l'éducation, la langue et l'Histoire, toutes trois *défoncées*. (*Le Point*, le 15 mars 2007)

Comédie nationale où la démocratie française radote et se cherche ! *Où des profondeurs d'un pays secoué montent des aspirations confuses, des questions enfouies sur un passé décomposé, sur un avenir opaque, sur le sens du destin collectif, sur la nature et la forme du pouvoir...!* Nous voici *happés* dans une *compétition haletante* par des candidats *prisonniers du système panoptique des médias*, et d'où *dégringolent* des promesses *fluctuantes*, des postures et des clips (*Le Figaro*, le 5 avril 2007).

Une métaphore est d'autant plus persuasive qu'elle est contraignante. L'appartenance du sème sélectionné au comparant doit être reconnu par tous les récepteurs: « Alors que la métaphore poétique a besoin de la complicité du lecteur, la métaphore argumentative doit donner les moyens de s'en passer » (Le Guern, 1981: 72).

Et voici qu'aujourd'hui *le desperado du Béarn canarde à tout-va*. Voici qu'avec une *brutalité confondante* il lance contre Nicolas Sarkozy une *pluie d'invectives puisées* dans les *eaux saumâtres du cynisme politicien*. Comment *l'apôtre* du « et droite et gauche » s'est-il *mué* en huit jours, au mépris des convictions d'une bonne moitié de ses électeurs, en *imprécateur* du «ni Sarko ni Sarko » ? François Bayrou n'aurait-il *rompu* avec la longue tradition du centre mou que pour imaginer le centre fou ? (*Le Figaro*, le 28 avril 2007)

La conceptualisation de nouvelles notions

Un troisième rôle important de la métaphore consiste en la conceptualisation de nouvelles notions. Elle permet ainsi de « structurer, à l'interface du langage et de la cognition, un champ d'expérience inédit, mais aussi de l'enrichir sur le plan lexical et conceptuel »

(Bonhomme, 2005 :177). Un autre facteur illocutoire très important est le fait que le *phore* doit être plus accessible cognitivement que le *thème*, c'est-à-dire davantage connu et disponible dans la mémoire des acteurs de la communication (Bonhomme, 1998 : 59-60) Ce processus est sous-tendu par une opération d'analogie : une analogie matricielle dans la désignation d'un nouveau domaine peut servir comme point d'appui pour d'autres analogies dérivées. Ce potentiel créatif de la métaphore est très évident dans le domaine de la science et de la technique : par exemple, le vocabulaire métaphorique de la marine a servi comme point d'appui pour le développement du lexique de l'aviation.

Reposant toujours sur une opération d'analogie, *la comparaison* est formée d'un comparé (ou le thème), d'un comparant (le référent virtuel) et d'un motif (mot), dont le signifié comporte des sèmes attribués au comparant et au comparé (propriétés logiques communes aux deux).

A l'autre extrême, Jean-Marie Le Pen *rêve toujours d'accéder, comme* en 2002, au duel final, où son adversaire l'emporterait donc sans coup férir. Consternantes spécialités gauloises ! (*Le Point*, le 12 avril 2007)

La règle de 500 a ses vertus, comme la démocratie a des exigences. (*Le Monde*, le 1^{er} mars 2007)

Il [N. Sarkozy] use du thème de l'immigration, mêlé de façon incompréhensible, sinon provocatrice, à celui de « l'identité nationale », *comme d'une corde de rappel électorale*, tombant ainsi dans le travers dont Jacques Chirac nous a redit justement qu'il ne fallait jamais y céder : celui de « composer » avec les thèses de l'extrémisme. (*Le Monde*, le 13 mars 2007)

La force de la *métonymie* vient de son pouvoir de condensation et de dénomination: elle « désigne une chose par le nom d'une autre ayant avec elle un rapport de voisinage, qu'il soit logique, historique ou simplement habituel » (Buffon, 2002 : 228). Si la métaphore met en contact deux termes appartenant à des domaines hétérogènes, la métonymie réunit des termes du même domaine définitionnel:

Depuis 2002, sa gestion [de N. Sarkozy] du ministère de l'Intérieur, tout *comme* celle de son passage à Bercy [= Ministère des Finances] dans le deuxième gouvernement Raffarin, a été entièrement soumise à son objectif de conquête du Graal présidentiel (*L'Humanité*, le 26 mars 2007).

D'où la priorité absolue donnée par Paris [= transfert de la capitale sur ses dirigeants] à l'Europe depuis la victoire du 6 mai. Le projet de traité simplifié reprend dans la Constitution les dispositions prévues pour améliorer le fonctionnement de l'Union (*Le Figaro*, le 23 mai 2007).

Dans notre corpus, la métonymie participe le plus souvent à l'économie discursive, par son pouvoir de condensation, et elle peut avoir aussi une fonction emblématique (surtout dans la métonymie du signe). Le discours journalistique fait souvent usage de la métonymie. Par son effet de condensation, la métonymie évite le développement discursif. Le journalisme use souvent de telles économies pour donner une importance accrue aux événements, comme dans cet exemple où la métonymie s'associe à la personnification :

... depuis des années, *La France* [= ses habitants] râle, proteste contre tout pouvoir, contre toute réforme... et contre leur absence (*Le Point*, le 15 mars 2007).

L'emploi des métonymies opérant un transfert des lieux sur les dirigeants est très fréquent :

Faut-il donc se soumettre aux privatisations en chaîne réclamées par Bruxelles [= les représentants de la Commission Européenne] et le MEDEF, ou bien faire de l'intérêt général la règle impérative ? (*L'Humanité*, le 28 mars 2007).

La question ne se posera vraiment qu'après le Conseil européen, lorsqu'il faudra décider de l'ouverture de nouveaux chapitres de négociation. D'ici là, la prudence semble être de mise à *Paris* [= les dirigeants] (*Le Figaro*, le 23 avril 2007).

Les métonymies du signe sont aussi souvent utilisées pour leur pouvoir de concentration :

Par chance pour lui, Sarkozy n'est plus ministre depuis 48 heures - qu'on imagine un instant les commentaires s'il avait encore été *Place Beauvau* [= Ministère de l'Intérieur] ! (*Le Figaro*, le 30 mars 2007)

Ou un candidat, habile tacticien éliminé par les électeurs au terme d'un premier écrémage et songeant prioritairement à son destin pour la fois d'après, s'est vu cajoler au point de paraître détenir le sésame de l'*Elysée* [= de la présidence]. (*Le Figaro*, le 5 mai 2007)

Ajoutons à cela l'ahurissant numéro d'équilibriste de Ségolène Royal, capable de promettre un jour *Matignon* [=la fonction de premier ministre] à François Bayrou et le lendemain à DSK, de faire acclamer Arlette Laguiller le dimanche et de poser avec José Bové le lundi ! (*Le Figaro*, le 2 mai 2007).

Les exemples suivants illustrent des métonymies du contenant et un cas de métonymie plus particulier, qui utilise un nom abstrait pour un nom concret (« jeunesse » pour jeunes gens, « la nation » pour citoyens) :

Cela ne dessine pas nécessairement une *France* [= français] réconciliée : la méfiance de la *jeunesse* [jeunes gens], la défiance *des cités* [citadins] – là où se concentrent nombre des maux français - doivent l'inciter à faire un bout de chemin avec des adversaires qui ont mieux compris ces parties-là du pays, et qu'il [N. Sarkozy] dit vouloir « respecter » (*Le Monde*, le 8 mai 2007).

Dans cette jactance qui ose déjà convoquer contre lui un « troisième tour » social. Dans cette excitation incendiaire qui prétend dresser quelques *banlieues* [= les habitants des banlieues] contre l'élu *de la nation* [= des français]. Elle aura scandaleusement détourné sa condamnation de la « racaille » en feignant de croire qu'il s'était alors adressé... à toutes les *banlieues* [= les habitants des banlieues] de France et de Navarre (*Le Point*, le 10 mai 2007).

Quelques titres des éditoriaux étudiés reposent sur des métonymies qui produisent un effet d'accroche qui attire l'attention des lecteurs : « *L'agriculture face à l'après-Chirac* » (*Le Figaro*, le 3 mars 2007), « *La France et ses deux Europe* » (*Le Figaro*, le 14 mars), « *Retour en Europe* » (*Le Figaro*, le 9 mai 2007).

Le statut de *la synecdoque* a été mis en question à de nombreuses reprises : certains rhétoriciens y voient une figure proprement-dite, d'autres n'y voient qu'un cas de métonymie fondée sur des rapports d'inclusion. Le terme figuré et le terme propre sont dans une relation plus étroite que pour la figure précédente. Leur rapport est de contiguïté, d'inclusion même, et non plus de simple voisinage (comme pour la métonymie). Le sens du premier inclut celui du second. Autrement dit, la synecdoque emploie la partie pour le tout, en latin *pars pro toto*, tandis que la métonymie désigne généralement une partie par une autre partie, *pars pro parte* (Buffon, *op.cit.* : 230). Son pouvoir relève de la concentration :

Mais, depuis quelques jours, c'est devant les écoles elles-mêmes que s'effectuaient ces descentes *de police* [= des policiers] provoquant d'inévitables incidents (*L'Humanité*, le 24 mars 2007).

Nous pouvons remarquer que la fonction cognitive de la synecdoque est accompagnée d'un ressort argumentatif, déterminé par la dénomination : l'éditorialiste y a recours pour faire passer son point de vue sur la chose comme dans cet exemple où les synecdoques

dévalorisantes « troupes » (pour « partisans ») et « généraux » (pour « les hommes proches ») ont une valeur persuasive indéniable :

Que Bayrou laisse la liberté de vote à ses électeurs tout en penchant pour Royal cependant que *ses troupes*, et *ses généraux*, se précipitent chez Sarkozy (*Le Figaro*, le 2 mai 2007).

La fonction propre de la *synecdoque* est de concentrer un exemple (Reboul, [1992] 2005 : 128). Elle repose sur un mouvement de particularisation qu'on analyse parfois en termes d'infraction de la loi d'exhaustivité, loi qui veut qu'on donne les renseignements les plus précis sur le thème qu'on traite (Fromilhague, 1995 :63). Elle est très souvent utilisée dans la propagande : par exemple, *le parti des travailleurs* mais rien ne prouve que le parti en question représente tous les travailleurs.

Résultat, si Ségolène Royal vient nettement en seconde position de ce premier tour, un dirigeant de droite comme François Bayrou a pu entraîner dans le piège du prétendu troisième homme des *millions de voix* [= électeurs], plaçant, au lendemain de ce premier tour, la gauche à un très bas niveau historique, avec moins de 40 % des suffrages exprimés. (*L'Humanité*, le 23 avril 2007)

La *synecdoque* s'avère être un outil indispensable dans le discours polémique par son pouvoir d'échanger des mots abstraits à nucleus dénotatif identique mais à connotations discordantes. Il est à noter dans les éditoriaux étudiés la présence de nombreuses *synecdoques* créées autour de la notion de « partisanerie ». Voilà un exemple de *synecdoque* « le singulier pour le pluriel » :

Longtemps l'*homme* de gauche [= *les partisans*] a bombé le torse : il avait beau perdre les élections, il se savait du côté du vrai, du bon, du juste. (*Libération*, le 10 avril 2007).

Comme nous venons de le dire, la *synecdoque* prend souvent une dimension polémique. C'est le cas des *synecdoques* « fidèles », « zélotes » et « lieutenants » qui viennent remplacer le terme « partisans ». Dans le premier exemple, la *synecdoque* « fidèles » et renforcée par une autre *synecdoque*, « clan » pour « parti », alors que dans le deuxième extrait, elle est précédée de « ploutocrates » :

Méfiant, Jacques Chirac ne s'appuyait que sur ses proches, ses *fidèles*, son « *clan* ». (*Le Monde*, le 21 mai 2007)

Pour son assaut, Bayrou aura usé, contre le complot imaginaire des *ploutocrates* et des médias, d'une agressivité populiste qui n'est ni dans sa nature ni dans celle de ses *fidèles*. (*Le Point*, le 26 avril 2007)

L'effondrement des barrières idéologiques droite-gauche, auquel Ségolène Royal et François Bayrou auront si plaisamment contribué, se trouve ainsi servir, à leur grand dam, un adversaire très politique dont ils avaient sous-estimé le ressort et l'agilité. Les « trahisons » dont Sarkozy bénéficie sont des conversions qui mûrissaient. Et les convertis font souvent de bons *zélotes* (*Le Point*, le 14 mai 2007)

Dans l'exemple suivant, la même *synecdoque* est « anticipée » par une métaphore qui présente le même caractère thématique :

Mais, des lors qu'ils le verraient servir *une messe de gauche*, que diraient ses propres *fidèles* [de Bayrou] plutôt portés à droite ? (*Le Point*, le 8 mars 2007)

Dans notre investigation en corpus, nous avons pu constater qu'une même figure peut avoir de différents rôles fonctionnels : par exemple, une figure comme la métaphore ou la *synecdoque*, peut jouer un rôle cognitif et argumentatif à la fois. De même, nous avons remarqué que les fonctions ne se manifestent pas isolément. La fonction argumentative paraît être capable de s'associer à chacune des autres fonctions figurales, constituant ainsi leur

prolongement toujours possible. Cela s'explique par sa portée générale et par son orientation pratique : tout énoncé figural tend, en général, à requérir l'adhésion de ses récepteurs et à en influencer le comportement. En revanche, le développement conjoint de certaines figures semble plus improbable à cause de leur altérité profonde. C'est le cas des figures à fonction pathémique et cognitive, association difficile à cause de la incompatibilité de l'affect avec la raison.

Bibliographie :

- Bonhomme, M., *Les figures clés du discours*, Seuil, Paris, 1998
Bonhomme, M., *Pragmatique des figures du discours*, Ed. H. Champion, Paris, 2005
Buffon, B., *La parole persuasive*, PUF, Paris, 2002
Détrie, C., « Sens figuré et figuration du monde, présentation », in *Cahiers de praxématique* n° 35, Montpellier : Praxiling-Université Paul Valéry, 2000
Fromilhague, C., *Les figures de style*, Armand Colin, Paris, 1995
Fromilhague, C., Sancier, A., *Introduction à l'analyse stylistique*, Armand Colin, Paris, 2004
Kerbrat-Orecchioni, C., *L'implicite*, Armand Colin, Paris, 1986
Le Guern, M. « Métaphore et argumentation » in *L'Argumentation*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon, 1981 p. 65-75
Perelman C., Olbrechts-Tytéca, L., *Traité de l'argumentation*, Ed. de l'Université de Bruxelles, Bruxelles, 1988
PLANTIN, Ch. *L'argumentation*, Seuil, coll. « Mémo », Paris, 1996
Rabatel, A. « Introduction : figures et point de vue en confrontation », in *Langue Française* 160 *Figures et points de vue*, 2008 p. 3-19
Reboul, O., *Introduction à la rhétorique*, PUF, Paris, 1991
Reboul, O. *La Rhétorique*, PUF (coll. Que sais-je ?), Paris, 2005
Robrieux, J.-J., *Rhétorique et argumentation*, Ed. Armand Colin, Paris, 2000
Suhamy, H., *Les figures de style*, Ed. PUF, 10^e éd. , coll. « Que sais-je? », Paris, 2006