

L'ethos, de la rhétorique à l'analyse du discours

(Version raccourcie et légèrement modifiée de "Problèmes d'ethos", Pratiques n° 113-114, juin 2002)

I

L'ethos rhétorique

En écrivant sa *Rhétorique* Aristote entend présenter une *technè* qui vise à examiner non pas ce qui est persuasif pour tel ou tel individu, mais pour tel ou tel type d'individus (1356 b 32-33¹). La preuve par l'ethos consiste à faire bonne impression, par la façon dont on construit son discours, à donner une image de soi capable de convaincre l'auditoire en gagnant sa confiance. Le destinataire doit ainsi attribuer certaines propriétés à l'instance qui est posée comme la source de l'événement énonciatif.

La preuve par l'ethos mobilise « tout ce qui, dans l'énonciation discursive, contribue à émettre une image de l'orateur à destination de l'auditoire. Ton de voix, débit de la parole, choix des mots et arguments, gestes, mimiques, regard, posture, parure, etc., sont autant de signes, élocutoires et oratoires, vestimentaires et symboliques, par lesquels l'orateur donne de lui-même une image psychologique et sociologique » (Declercq, 1992 : 48). Il ne s'agit pas d'une représentation statique et bien délimitée, mais plutôt d'une forme dynamique, construite par le destinataire à travers le mouvement même de la parole du locuteur. L'ethos n'agit pas au premier plan, mais de manière latérale, il implique une expérience sensible du discours, il mobilise l'affectivité du destinataire. Pour reprendre une formule de Gibert (XVIII^e siècle), qui résume le triangle de la rhétorique antique, « on instruit par les arguments ; on remue par les passions ; on s'insinue par les mœurs » : les « arguments » correspondent au *logos*, les « passions » au *pathos*, les « mœurs » à l'*ethos*. Pour A. Auchlin (2001 : 92), « on peut supposer que l'ethos se construit sur la base de deux mécanismes de traitement distincts, l'un reposant sur le décodage linguistique et le traitement inférentiel des énoncés, l'autre sur le regroupement de faits en symptômes, opération de type diagnostique, qui mobilise des ressources cognitives de l'ordre de l'empathie ». On comprend que dans la tradition rhétorique l'ethos ait été souvent considéré avec suspicion : présenté comme aussi efficace, voire parfois davantage, que le *logos*, les arguments proprement

¹ Nous citons la traduction de M. Dufour (les Belles-Lettres, 1967)

aits, on le soupçonne inévitablement d'inverser la hiérarchie morale entre l'intelligible et le sensible.

En fait, dans la *Rhétorique* d'Aristote même, l'ethos intervient de deux façons :

Dans un premier emploi il désigne un type de preuve : « On persuade par le« caractère (= *ethos*) quand le discours est tenu de façon à rendre l'orateur digne de foi ; nous nous fions en effet plus vite et davantage aux gens de bien, sur tous les sujets en général, et complètement, sur les questions qui ne comportent point de certitude, mais laissent une place au doute » (1356 a 4-7). Pour donner cette image positive de lui-même, l'orateur peut jouer de trois qualités fondamentales : la *phronésis*, ou prudence, l'*aretê*, ou vertu, et l'*eunoia*, ou bienveillance. Aristote les expose au début du deuxième livre de la *Rhétorique* : « Quant aux orateurs, ils inspirent confiance pour trois raisons ; ce sont les seules qui, mises à part les démonstrations, déterminent notre croyance : la prudence (*phronesis*), la vertu (*aretè*) et la bienveillance (*eunoia*). Si, en effet, les orateurs altèrent la vérité sur ce qu'ils disent lorsqu'ils parlent ou conseillent, c'est pour toutes ces raisons à la fois ou l'une d'entre elles : ou, faute de prudence, ils ne pensent pas juste ; ou pensant juste, ils taisent leur avis par méchanceté ; ou, prudents et honnêtes, ils ne sont pas bienveillants ; c'est pour cette raison que l'on peut, tout en connaissant le meilleur parti, ne pas le conseiller. » (1378 a 6-14).

Cet *ethos* rhétorique recouvre une réalité très différente de celle que le terme désigne dans l'*Ethique à Nicomaque* ou la *Politique* : il s'agit en effet d'un ethos perçu par un public, et non de l'*ethos* caractéristique d'un individu ou d'un groupe, ses traits de caractère, ses dispositions stables. Mais dans la *Rhétorique* aussi l'ethos désigne des dispositions stables, qui sont présentées de deux points de vue complémentaires :

- Le point de vue politique : le chapitre 8 du livre I, qui prend en compte les différentes constitutions politiques, insiste sur la nécessité pour l'orateur de ne pas tenir le même discours selon qu'il est face à des gens acquis à la monarchie, ou face à un auditoire convaincu par les idées démocratiques. Aristote parle du « caractère (= *ethos*) des constitutions ». Les hommes vivant sous une certaine constitution politique possèdent un certain type de caractère (= *ethos*), et l'argumentation de l'orateur doit s'y conformer.

- Le point de vue de l'âge et de la fortune : aux chapitres 12 à 17 du livre II, Aristote décrit les traits de caractère particuliers des hommes en fonction de leur âge (jeunesse, âge mûr, vieillesse) et de leur fortune (dans l'ordre de leur présentation : la noblesse, la richesse, le pouvoir et la chance). Aristote décrit ainsi les différents caractères que l'orateur est susceptible de trouver dans un auditoire : à lui de choisir les différentes passions qu'il devra y susciter. Comme la vertu

n'est pas considérée partout ni par tous de la même manière, c'est en fonction de son auditoire que l'orateur se construira une image conforme à ce qui est considéré comme vertu. La persuasion n'est créée que si l'auditoire peut voir, en l'orateur, un homme qui a le même ethos que lui : persuader va consister à faire passer dans son discours l'ethos caractéristique de l'auditoire, pour donner l'impression à celui-ci que c'est l'un des siens qui s'adresse à lui..

L'ethos proprement rhétorique, le premier emploi, est lié à l'énonciation même, et non à un savoir extradiscursif sur le locuteur. C'est là le point essentiel : « on persuade par le caractère quand le discours est de nature à rendre l'orateur digne de foi (..) Mais *il faut que cette confiance soit l'effet du discours, non d'une prévention sur le caractère de l'orateur*" (1356 a)². R. Barthes souligne ce point : « Ce sont les traits de caractère que l'orateur doit *montrer* à l'auditoire (peu importe sa sincérité) pour faire bonne impression (...) L'orateur énonce une information et *en même temps* il dit : je suis ceci, je ne suis pas cela »³. L'efficacité de l'ethos tient au fait qu'il enveloppe en quelque sorte l'énonciation sans être explicité dans l'énoncé.

Ce phénomène, Oswald Ducrot l'a conceptualisé à travers sa distinction entre « locuteur-L » (=l'énonciateur) et « locuteur-lambda » (=le locuteur en tant qu'être du monde), qui croise celle des pragmaticiens entre *montrer* et *dire* : l'ethos se montre dans l'acte d'énonciation, il ne se dit pas dans l'énoncé. Il reste par nature au second plan de l'énonciation : il doit être perçu, mais ne pas faire l'objet du discours. « Il ne s'agit pas des affirmations flatteuses que l'orateur peut faire sur sa propre personne dans le contenu de son discours, affirmations qui risquent au contraire de heurter l'auditeur, mais de l'apparence que lui confèrent le débit, l'intonation, chaleureuse ou sévère, le choix des mots, des arguments... Dans ma terminologie, je dirai que l'ethos est attaché à L, le locuteur en tant que tel : c'est en tant qu'il est source de l'énonciation qu'il se voit affublé de certains caractères qui, par contrecoup, rendent cette énonciation acceptable ou rebutante » (Ducrot 1984: 201).

On le voit, l'ethos est distinct des attributs « réels » du locuteur ; il a beau être attaché au locuteur en tant que celui-ci est à la source de l'énonciation, c'est de l'extérieur qu'il caractérise ce locuteur. Le destinataire attribue à un locuteur inscrit dans le monde extradiscursif des traits qui sont en réalité intradiscursifs, puisque associés à une manière de dire. Plus exactement, il ne s'agit pas de traits strictement « intradiscursifs » car, on l'a vu, interviennent aussi dans son élaboration des données extérieures à la parole proprement dite (mimiques, vêtements...).

² C'est nous qui soulignons.

³ "L'ancienne rhétorique", dans *Communications*, 16 (1966) p. 212

En dernière instance, la question de l'ethos est liée à celle de la construction de l'identité. Chaque prise de parole engage à la fois une prise en compte des représentations que se font l'un de l'autre les partenaires, mais aussi la stratégie de parole d'un locuteur qui oriente le discours de façon à se façonner à travers lui une certaine identité.

Quelques difficultés attachées à la notion

Dans ses développements historiques comme dans les réexploitations qui en sont faites aujourd'hui, la notion d'ethos, toute simple qu'elle puisse paraître au premier abord, pose de multiples problèmes si l'on veut la cerner avec quelque précision. Nous allons en signaler quelques-uns.

L'ethos est crucialement lié à l'acte d'énonciation, mais on ne peut ignorer que le public se construit aussi des représentations de l'ethos de l'énonciateur *avant* même qu'il ne parle. Il semble donc nécessaire d'établir une distinction entre *ethos discursif* et *ethos prédiscursif*. Seul le premier, on l'a vu, correspond à la définition d'Aristote. Certes, il existe des types de discours ou des circonstances pour lesquels le destinataire n'est pas censé disposer de représentations préalables de l'ethos du locuteur : ainsi lorsqu'on ouvre un roman. Mais il en va autrement dans le domaine politique, par exemple, où la plupart des locuteurs, constamment présents sur la scène médiatique, sont associés à un type d'ethos que chaque énonciation peut confirmer ou infirmer. De toute façon, même si le destinataire ne sait rien au préalable de l'ethos du locuteur, le seul fait qu'un texte relève d'un genre de discours ou d'un certain positionnement idéologique induit des attentes en matière d'ethos. On peut mettre en doute le bien-fondé de cette distinction entre « prédiscursif » et « discursif », en arguant que chaque discours se développe dans le temps (un homme qui a parlé au début d'une réunion et qui reprend la parole a déjà acquis une certaine réputation que la suite de ses propos peut confirmer ou non), mais il semble plus raisonnable de penser que la distinction prédiscursif /discursif doit prendre en compte la diversité des genres de discours, qu'elle n'est donc pas pertinente dans l'absolu.

Une autre série de problèmes vient de ce que dans l'élaboration de l'ethos interagissent des ordres de faits très divers : les indices sur lesquels s'appuie l'interprète vont du choix du registre de langue et des mots à la planification textuelle, en passant par le rythme et le débit ... L'ethos s'élabore ainsi à travers une perception complexe qui mobilise l'affectivité de l'interprète en tirant ses informations du matériau linguistique et de l'environnement. Il y a

même plus grave : si l'on dit que l'ethos est un effet du discours, on est censé pouvoir délimiter ce qui relève du discours ; mais c'est beaucoup plus évident pour un texte écrit que pour une situation d'interaction orale. Il y a toujours des éléments contingents dans un acte de communication, pour lesquels il est difficile de dire s'ils font partie ou non du discours, mais qui influent sur la construction de l'ethos par le destinataire. C'est en dernière instance une décision théorique que de savoir si l'on doit rapporter l'ethos au matériau proprement verbal, donner le pouvoir aux mots, ou si l'on doit y intégrer des éléments comme l'habillement du locuteur, ses gestes, voire l'ensemble du cadre de la communication. Le problème est d'autant plus délicat que l'ethos, par nature, est un *comportement*, qui, en tant que tel, articule du verbal et du non-verbal pour provoquer chez le destinataire des effets qui ne doivent pas tout aux seuls mots.

En outre, la notion d'ethos renvoie à des choses très différentes selon qu'on considère le point de vue du locuteur ou celui du destinataire : l'ethos visé n'est pas nécessairement l'ethos produit. L'enseignant qui veut donner l'image du sérieux peut être perçu comme ennuyeux, celui qui veut donner l'image de l'individu ouvert et sympathique peut être perçu comme racoleur ou « démagogique ». Les échecs en matière d'ethos sont monnaie courante.

Dans la conception même de l'ethos il existe de larges zones de variation ; A. Auchlin en signale quelques-unes :

- L'ethos peut être conçu comme *plus ou moins charnel, concret, ou plus ou moins "abstrait"*. C'est la question de la traduction même du terme *ethos* qui est ici en jeu : caractère, portrait moral, image, mœurs oratoires, allure, air, ton... ; le cadre de référence peut privilégier la dimension visuelle (« portrait ») ou musicale (« ton »), la psychologie populaire, la morale, etc.

- L'ethos peut être conçu comme *plus ou moins axiologique*. Il y a traditionnellement discussion sur le caractère « moral » ou non de la preuve par l'ethos. Y a-t-il ou non autonomie de l'ethos à l'égard des mœurs réelles des locuteurs ? On attribue à la rhétorique latine le précepte selon lequel pour être un bon orateur, il faut avant tout être un homme de bien. Position, semble-t-il, opposée à la conception aristotélicienne.

- L'ethos peut être conçu comme *plus ou moins saillant, manifeste, singulier vs collectif, partagé, implicite et invisible*. Certains, comme C. Kerbrat-Orecchioni, associent la notion d'ethos aux habitudes locutoires partagées par les membres d'une communauté : « On peut en effet raisonnablement supposer que les différents comportements d'une même communauté obéissent à quelque cohérence profonde, et espérer que leur description systématique permette de dégager le « profil communicatif », ou ethos, de cette communauté (c'est-à-dire sa manière de se comporter et de se présenter dans l'interaction - plus ou moins chaleureuse ou froide, proche ou distante,

modeste ou immodeste, «sans gêne» ou respectueuse du territoire d'autrui, susceptible ou indifférente à l'offense, etc.) » (Kerbrat-Orecchioni 1996 : 78). Un tel « ethos collectif » constitue pour les locuteurs qui le partagent un cadre, invisible et imperceptible comme tel de l'intérieur.

- L'ethos peut être conçu comme *plus ou moins fixé, conventionnel vs émergent, singulier*. Il est en effet évident qu'il existe, pour un groupe social donné, des "ethé" figés, qui sont relativement stables, conventionnels. Mais il est non moins évident qu'il existe aussi la possibilité de jouer de ces ethé conventionnels.

De toute façon, dès l'origine la notion d'ethos n'a pas une valeur univoque. Le terme « ethos » en grec a un sens peu spécifié et se prête à de multiples investissements : en rhétorique, en morale, en politique, en musique... Chez Aristote déjà, l'ethos fait l'objet de traitements différents dans la *Politique* et dans la *Rhétorique*, et l'on a vu que dans ce dernier livre il désigne tantôt des propriétés attachées à l'orateur en tant qu'il énonce, et tantôt des dispositions stables prêtées à des individus insérés dans des collectivités. A cela s'ajoutent tous les problèmes que pose l'interprétation du corpus aristotélicien et, plus largement, des corpus antiques. Ceux qui sont familiers de ces textes ne peuvent ignorer la multitude de débats que suscite depuis plus de deux millénaires l'interprétation du moindre passage des grands philosophes grecs...

Ce n'est pas notre tâche ici que d'attribuer une interprétation à l'ensemble des emplois d'« ethos » chez Aristote, même en s'en tenant à la seule *Rhétorique* ; ce qui nous intéresse ici, c'est plutôt de savoir à quel titre cette catégorie intéresse un secteur déterminé des sciences humaines contemporaines, en l'occurrence l'étude du discours. Nous ne vivons pas dans le même monde que la rhétorique antique et la parole n'y est pas contrainte par les mêmes dispositifs ; ce qui était une discipline unique, la rhétorique, est aujourd'hui éclaté en diverses disciplines théoriques et pratiques qui ont des intérêts distincts et captent l'ethos sous des facettes diverses. Il n'est de toute façon pas possible de stabiliser définitivement une notion de ce type, qu'il vaut mieux appréhender comme le noyau générateur d'une multitude de développements possibles. Il y a loin par exemple des efforts de M. Dascal pour intégrer l'ethos à une « rhétorique cognitive » fondée sur une pragmatique philosophique (Dascal, 1999) aux perspectives des « cultural studies », où l'ethos est associé aux questions de différence sexuelle et d'ethnicité (Baumlin J. et T, 1994). Les corpus jouent aussi un rôle essentiel dans cette diversification : appliqué à un texte philosophique du XIX^e siècle, l'ethos ne peut pas poser les mêmes problèmes que s'il est appliqué à une interaction conversationnelle...

Néanmoins, si l'on se limite à la *Rhétorique* d'Aristote, on peut s'accorder sur quelques idées, sans préjuger de la façon dont elles pourront éventuellement être exploitées :

- l'ethos est une notion *discursive*, il se construit à travers le discours, ce n'est pas une « image » du locuteur extérieure à la parole ;
- l'ethos est foncièrement lié à un processus *interactif* d'influence d'autrui ;
- c'est une notion foncièrement *hybride* (socio/discursive), un comportement socialement évalué, qui ne peut être appréhendé hors d'une situation de communication précise, intégrée elle-même dans une conjoncture socio-historique déterminée.

C'est dans cet esprit que je vais présenter ma conception personnelle de l'ethos, qui s'inscrit dans un cadre d'analyse du discours : même si sa problématique est bien différente, il me semble qu'elle n'est pas foncièrement infidèle aux lignes de force de la conception aristotélicienne de l'ethos. Pour rester dans l'esprit de ce numéro de *Pratiques*, je vais mettre l'accent sur l'écrit.

II

J'ai été amené à travailler cette notion d'ethos dans un cadre d'analyse du discours et sur des corpus relevant de genres qu'on pourrait dire « institués », par opposition aux genres conversationnels. Dans les genres « institués », qu'ils soient monologiques ou dialogaux, les partenaires viennent occuper des rôles préétablis qui restent stables au cours de l'événement communicatif et suivent des routines, plus ou moins précises, dans le développement de l'organisation textuelle. Dans les genres conversationnels, en revanche, les places des partenaires sont sans cesse négociées et le développement du texte n'obéit pas à des contraintes macro-structurelles fortes.

Ma perspective excède de beaucoup le cadre de l'argumentation. Au-delà de la persuasion par des arguments, la notion d'ethos permet en effet de réfléchir sur le processus plus général de l'*adhésion* des sujets à un certain positionnement. Processus particulièrement évident quand il s'agit de discours tels la publicité, la philosophie, la politique, etc. qui - à la différence de ceux relevant de genres comme « fonctionnels » comme les formulaires administratifs ou les modes d'emploi - doivent gagner un public qui est en droit de les ignorer ou de les récuser.

Le « garant »

A mon sens, la notion d'ethos est intéressante pour le lien crucial qu'elle entretient avec la réflexivité énonciative, mais aussi parce qu'elle permet d'articuler corps et discours au-delà d'une opposition empirique entre oral et écrit. L'instance subjective qui se manifeste à travers le discours ne s'y laisse pas concevoir seulement comme un statut, mais comme une "voix", associée à un "corps énonçant" historiquement spécifié. Alors que la rhétorique a étroitement lié l'ethos à l'oralité, au lieu de le réserver à l'éloquence judiciaire ou même à l'oralité, on peut poser que tout texte écrit, même s'il la dénie, possède une « *vocalité* » spécifique qui permet de le rapporter à une caractérisation du corps de l'énonciateur (et non, bien entendu, du corps du locuteur extradiscursif), à un « *garant* » qui à travers son « *ton* » atteste ce qui est dit ; le terme de « ton » présente l'avantage de valoir aussi bien pour l'écrit que pour l'oral.

C'est dire que nous optons pour une conception plutôt « incarnée » de l'ethos, qui dans cette perspective, recouvre non seulement la dimension verbale, mais aussi l'ensemble des déterminations physiques et psychiques attachées au « garant » par les représentations collectives. Celui-ci se voit ainsi attribuer un « *caractère* » et une « *corporalité* », dont le degré de précision varie selon les textes. Le "caractère"⁴ correspond à un faisceau de traits psychologiques. Quant à la "corporalité", elle est associée à une complexion physique et à une manière de s'habiller. Au-delà, l'ethos implique une manière de se mouvoir dans l'espace social, une discipline tacite du corps appréhendé à travers un comportement. Le destinataire l'identifie en s'appuyant sur un ensemble diffus de représentations sociales évaluées positivement ou négativement, de stéréotypes que l'énonciation contribue à conforter ou à transformer.

En fait, l'incorporation du lecteur va au-delà d'une simple identification à un personnage garant, elle implique un « *monde éthique* » dont ce garant est partie prenante et auquel il donne accès. Ce « monde éthique » activé à travers la lecture est un stéréotype culturel qui subsume un certain nombre de situations stéréotypiques associées à des comportements : la publicité contemporaine s'appuie massivement sur de tels stéréotypes (le monde éthique du cadre dynamique, des snobs, des stars de cinéma, etc.). Dans le domaine de la chanson, par exemple, on notera que le passage de la simple prestation d'un chanteur au clip a eu pour effet d'insérer le garant dans un monde éthique à sa mesure.

⁴ Qu'on ne confondra évidemment pas avec le terme "caractère" par lequel on traduit souvent l'"éthos" de la *Rhétorique* d'Aristote.

J'ai proposé de désigner par le terme d' « *incorporation* » la manière dont le destinataire en position d'interprète – auditeur ou lecteur- s'approprie cet ethos. En sollicitant de façon peu orthodoxe l'étymologie, on peut en effet faire jouer cette « incorporation » sur trois registres :

- L'énonciation de l'œuvre confère une « corporalité » au garant, elle lui *donne corps* ;
- Le destinataire *incorpore*, assimile ainsi un ensemble de schèmes qui correspondent à une manière spécifique de se rapporter au monde en habitant son propre corps ;
- Ces deux premières incorporations permettent la constitution d'un *corps*, de la communauté imaginaire de ceux qui adhèrent au même discours.

Considérons cette publicité pour appareils photo parue dans un magazine :

IXUS II

Découvrez le plaisir du tout métal. IXUS II est un mini-bloc en acier de finition satinée et polie où chaque élément a été pensé pour une ergonomie exemplaire dans une compacité record. La qualité d'image est assurée par un nouveau micro-zoom 2x à double lentille asphérique, un autofocus de précision à 108 paliers, un obturateur au 1/3000^e qui déclenche en temps réel et toutes les fonctions PQI pour des tirages de qualité. Kit de lancement avec étui. Façonnable en cuir gris et coffret de rangement pour 12 cassettes APS - 2 000 F (prix public TTC conseillé).

Full metal jacket.

Canon IXUS II

REVETEMENT TOUT MÉTAL (EXPRESSION BALISTIQUE AMÉRICAINE)

Canon Montrez de quoi vous êtes capable.

Le texte placé en haut est le suivant :

IXUS II Découvrez le plaisir du tout métal. Ixus II est un mini-bloc en acier de finition satinée et polie où chaque élément a été pensé pour une ergonomie exemplaire dans une compacité record. La qualité d'image est assurée par un nouveau micro-zoom 2x à double lentille asphérique, un autofocus de précision à 108 paliers, un obturateur au 1/900° qui déclenche en temps réel toutes les fonctions PQI pour des tirages de qualité. Kit de lancement avec étui Façonnable en cuir gris et coffret de rangement pour 12 cassettes APS : 2000 F.

Full metal jacket

Le garant de ce texte n'est pas explicité, mais le texte le « montre » par sa manière de dire : il fait entrer le lecteur dans un monde éthique viril de maîtrise technologique et d'esprit d'aventure (« montrez de quoi vous êtes capable »). Plus précisément, ce monde éthique est celui qu'exemplifie l'armée américaine, comme l'indiquent la réactualisation du nom « Canon », la mention du titre de film « Full metal jacket » et le bandeau aux couleurs de treillis militaire, placé en bas du texte et sur lequel se détache le slogan : « Montrez de quoi vous êtes capable ». Ici il n'est pas besoin de donner à voir le corps du garant ; l'activation du monde éthique se fait par les stéréotypes que la culture de masse véhicule sur l'armée américaine.

Le discours publicitaire contemporain entretient par nature un lien privilégié avec l'ethos ; il cherche en effet à persuader en associant les produits qu'il promeut à un corps en mouvement, à une manière d'habiter le monde; comme le discours religieux, en particulier, c'est à travers son énonciation même qu'une publicité, en s'appuyant sur des stéréotypes évalués, doit "incarner" ce qu'elle prescrit.

Mais on ne peut pas envisager l'ethos de la même façon dans n'importe quel texte. L'« incorporation » n'est pas un processus uniforme, elle se module en fonction des genres et des types de discours. L'ethos dans un texte écrit n'implique pas nécessairement une relation directe à un garant incarné, socialement déterminable. On le voit dans cet extrait d'un article de *Marie France* (rubrique « Vie privée »), consacré aux « progrès » que les femmes peuvent accomplir dans leur sexualité:

(...) « Oui mais comment ? Pygmalion-Père Noël, qui débarque juste au bon moment, prêt à dégripper tous les blocages, les peurs et les raideurs pour nous révéler à nous-mêmes, et changer nos moroses ébats en partie de feu d'artifice, ne passe pas tous les jours par nos cheminées... Les cassettes ? Les livres ? Les magazines ? Les stages tantriques ? Il existe tout un attirail pédagogique sur la question, capable de vous dégourdir une jeune Agnès en quelques leçons. Mais l'ambiance Assimil n'est pas la mieux adaptée au sujet. Aux Etats-Unis, les « Better Sex Video series » proposent au niveau 1 des « Techniques sexuelles meilleures » illustrées par quelques couples de bonne volonté (...) ».

(*Marie France*, janvier 1996, p.48)

Dans une conception « naïve » du discours, on serait porté à penser que c'est le contenu de ce texte qui importe, représentatif d'une certaine « idéologie » de la femme moderne. En fait, le « contenu » est indissociable de cet ethos d'un corps énonçant « libéré » de ses raideurs. Le texte délivre son message (résumé dans le titre « Sexe : on peut toujours faire des progrès »), à travers un ethos bien caractéristique. Cet article qui traite des « blocages », des « raideurs » du corps est en effet énoncé à travers un ethos de femme libérée qui joue avec les références culturelles (la mythologie grecque, le Père Noël, *l'École des femmes* de Molière), qui se joue aussi des raideurs de la langue (mélange de registres, métaphores ludiques...) : la femme qui se libère sexuellement est celle qui pourrait parler ainsi. La manière de dire, d'une certaine façon, c'est aussi le message ; l'ethos, censé pourtant jouer à la marge, constitue sans nul doute une condition essentielle du processus d'adhésion des lectrices à ce qui est dit. Mais cet ethos (qui fait songer à celui qui prévaut dans *Libération*, par exemple) n'est pas référable à un stéréotype social délimité : c'est plutôt un ethos journalistique flou, susceptible de fédérer des catégories sociales très diverses.

Il peut également se faire que l'ethos n'ait d'existence qu'intertextuelle :

« Il n'est pas bon pour l'homme de se rappeler à chaque instant qu'il est homme. Se pencher sur soi est déjà mauvais ; se pencher sur l'espèce, avec le zèle d'un obsédé, est encore pire : c'est prêter aux misères arbitraires de l'introspection un fondement objectif et une justification philosophique » (1964 : 9).

Dans ces premières lignes de l'ouvrage de Cioran *La Chute dans le temps* se montre un ethos de moraliste classique, associé de manière privilégiée à la maxime. Ici le monde éthique qu'active la lecture ne correspond pas à un univers de comportement socialement assignable, mais à une posture d'écriture associée à un courant de la tradition littéraire. Ce n'est pas sans conséquences sur le rapport au lecteur : dans un texte de cette sorte, le public n'est pas une donnée sociologiquement circonscriptible, une « cible », il est d'une certaine façon institué par la scène

d'énonciation elle-même. L'énonciation joue avec l'ethos sur lequel elle s'appuie ; certes, l'ethos du moraliste classique est mobilisé, mais une lecture plus attentive le montre radicalement inactuel, décalé de toute sociabilité : chez lui « ce que la maxime supposait de jeu mondain s'abolit, et l'élégance procède moins du désir d'offrir un livre *poli* que du besoin de se guérir de soi » (Jarrety 1999 : 161).

En effet, un écrivain véritable ne se contente pas d'incorporer son lecteur en le projetant en quelque sorte sur des stéréotypes massifs, il joue de ces stéréotypes à travers un ethos singulier. Alors que l'ethos publicitaire canonique est conçu pour être immédiatement reconnu, l'ethos de l'œuvre de Cioran ne peut être véritablement appréhendé qu'en lisant le texte même, qu'en entrant progressivement dans l'univers qu'il configure. Et cela peut échouer. On retrouve ici le problème de l'écart entre l'ethos que le texte, par son énonciation, *prétend* faire élaborer par ses destinataires et celui que ceux-ci vont effectivement élaborer, en fonction de leur identité et des situations où ils se trouvent.

On rencontre également des phénomènes d'ethos *composite*, qui mêlent plusieurs ethè. Ainsi dans ce dépliant destiné à promouvoir un festival organisé par l'association « Culture à la ferme »⁵ :



Le festival c'est un moment, une émotion, un seul regard absorbé par la scène, une concentration du temps dans un espace réduit. Et puis il y a autour, avant, à côté.

A Beauquesne, le spectacle a lieu dans une cour de ferme. Alors autour, forcément, il y a les granges et la pâture.

Dans les granges on voit des expositions : photos du festival, images de gens, images de moments. Dans la pâture on boit entre amis, on dîne avant le spectacle, on soupe pour ne pas se quitter tout de suite. On parle des spectacles vus ou à voir.

On évoque des souvenirs racontés chaque année. On chante parfois, on joue même de la musique. Enfin on continue à vivre.

Côté jardin

Exposition de photographies de Pascal Guillemet.
Buffet avant et après chaque spectacle.
Buvette.

⁵ Il s'agit du festival « Les comiques agricoles », qui s'est tenu les 3/4 juillet 1999 à Beauquesne (Picardie).

« Le festival c'est un moment, une émotion, un seul regard absorbé par la scène, une concentration du temps dans un espace réduit. Et puis il y a autour, avant, à côté. A Beauquesne, le spectacle a lieu dans une cour de ferme. Alors autour, forcément, il y a les granges et la pâture. Dans les granges on voit des expositions : photos du festival, images de gens, images de moments. Dans la pâture on boit entre amis, on dîne avant le spectacle, on soupe pour ne pas se quitter tout de suite. On parle des spectacles vus ou à voir. On évoque des souvenirs racontés chaque année. On chante parfois, on joue même de la musique. Enfin on continue à vivre ».

Ce texte est placé à côté d'une photo de vaches dans les prés. Un tel ethos mêle ostensiblement des traits d'ethos de médiateur culturel et d'ethos rural conventionnel ; ce faisant, il permet au lecteur d' « incorporer » l'ethos d'un garant imaginaire, combinaison improbable de distinction citadine et de retour à un monde paysan censé authentique.

Au chapitre des ethè discursifs qui ne permettent pas d'établir un rapport direct avec un stéréotype social déterminé, on évoquera enfin le problème que posent les textes où il semble que « personne ne parle », pour reprendre la célèbre formule de Benveniste, c'est-à-dire les énoncés dépourvus de marques de subjectivité énonciative. Que peut-être l'ethos d'un énoncé (juridique, scientifique, narratif, historique, administratif....) qui ne montre pas la présence d'un énonciateur ? En fait, quand on travaille sur des textes relevant de genres déterminés, l'effacement de l'énonciateur n'empêche pas de caractériser la source énonciative en termes d'ethos d'un « garant ». Dans le cas de textes scientifiques ou juridiques, par exemple, le garant, au-delà de l'être empirique qui a matériellement produit le texte, est une entité collective (les savants, les hommes de loi...), eux-mêmes représentants d'entités abstraites (la Science, la Loi...) dont chaque membre est censé assumer les pouvoirs dès qu'il prend la parole. Dès lors que dans une société toute parole est socialement incarnée et évaluée, la parole scientifique ou juridique est inséparable de mondes éthiques bien caractérisés (savants en blouses blanches dans des laboratoires immaculés, juges austères dans un tribunal...), où l'ethos prend, selon le cas, les couleurs de la « neutralité », de l' « objectivité », de l' « impartialité », etc.

On est ainsi amené à prendre de la distance à l'égard d'une conception du discours qui transparaît à travers des notions comme celles de « procédé » ou de « stratégie » et pour laquelle les contenus seraient indépendants de la scène d'énonciation qui les prend en charge. L'adhésion du destinataire s'opère par un étayage réciproque de la scène d'énonciation (dont l'ethos participe) et du contenu déployé. Le destinataire s'incorpore à un monde associé à un certain imaginaire du corps, et ce monde est configuré par une énonciation qui est tenue à partir de ce corps. Dans une perspective d'analyse du discours, on ne peut donc pas se contenter, comme dans la rhétorique traditionnelle, de faire de l'ethos un *moyen* de persuasion : il est partie prenante de la scène

d'énonciation, au même titre que le vocabulaire ou les modes de diffusion qu'implique l'énoncé par son mode d'existence. Le discours ne résulte pas de l'association contingente d'un « fond » et d'une « forme », on ne peut dissocier l'organisation de ses contenus et le mode de légitimation de sa scène de parole.

Ethos et scène d'énonciation

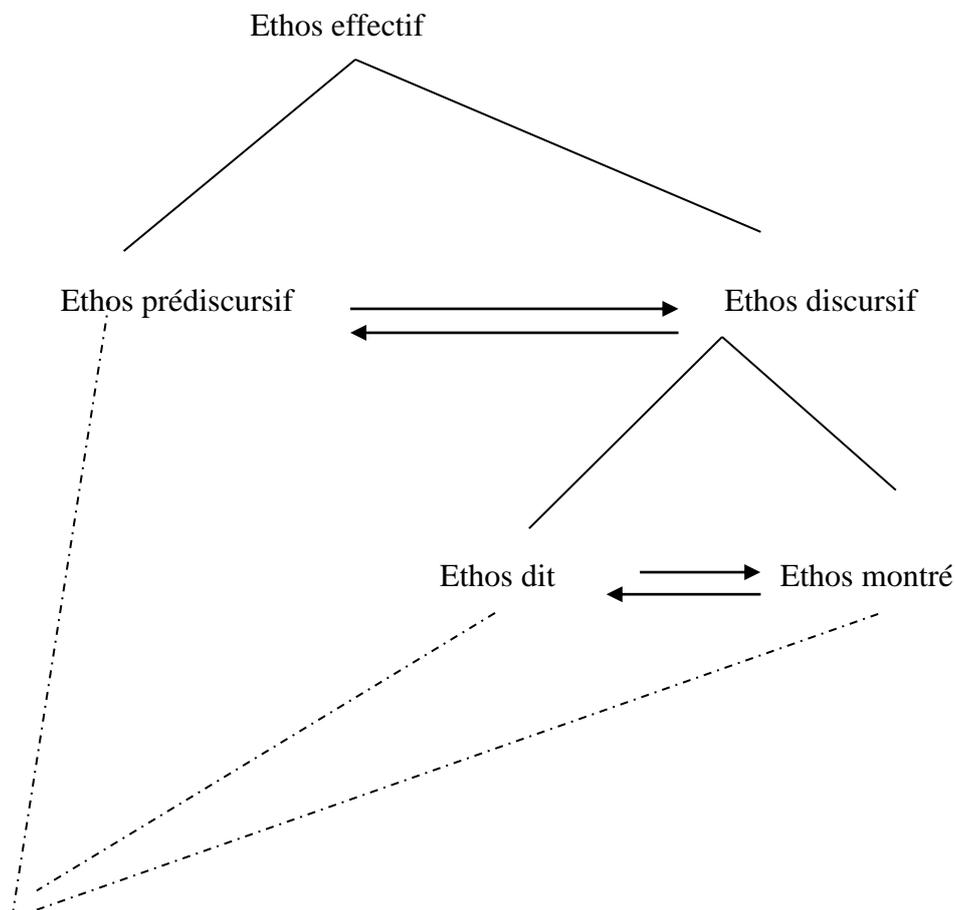
A travers l'ethos, le destinataire est en effet convoqué à une place, inscrit dans la scène d'énonciation qu'implique le texte. Cette « scène d'énonciation » s'analyse en trois scènes, que j'ai proposé d'appeler « scène englobante », « scène générique » et « scénographie » (Maingueneau 1993). La *scène englobante* donne son statut pragmatique au discours, elle l'intègre dans un type : publicitaire, administratif, philosophique... La *scène générique* est celle du contrat attaché à un genre ou un sous-genre de discours : l'éditorial, le sermon, le guide touristique, la visite médicale... Quant à la *scénographie*, elle n'est pas imposée par le genre, mais construite par le texte lui-même : un sermon peut être énoncé à travers une scénographie professorale, prophétique, amicale, etc. La scénographie, c'est la scène de parole que le discours présuppose pour pouvoir être énoncé et qu'en retour il doit valider à travers son énonciation même : tout discours, par son déploiement même, prétend instituer la situation d'énonciation qui le rend pertinent. La scénographie n'est donc pas un cadre, un décor, comme si le discours survenait à l'intérieur d'un espace déjà construit et indépendant du discours, mais ce que l'énonciation instaure progressivement comme son propre dispositif de parole.

Il existe des genres de discours qui s'en tiennent à leur scène générique, c'est-à-dire qui ne sont pas susceptibles de permettre des scénographies variées (cf. l'annuaire téléphonique, les ordonnances médicales, etc.). D'autres, en revanche, exigent le choix d'une scénographie : c'est le cas des genres littéraires, philosophiques, publicitaires (il y a des publicités qui présentent des scénographies de conversation, d'autres de discours scientifique, etc.)... Entre ces deux extrêmes se situent les genres susceptibles de scénographies variées mais qui le plus souvent s'en tiennent à leur scène générique routinière. C'est ainsi qu'il existe par exemple une scène générique routinière des manuels universitaires. Mais l'auteur d'un manuel a toujours la possibilité d'énoncer à travers une scénographie qui s'écarte de cette routine : par exemple s'il délivre son enseignement à travers la scénographie d'un roman d'aventures.

La scénographie, avec l'ethos dont il participe, implique un processus en boucle : dès son émergence la parole est portée par un certain ethos, lequel, en fait, se valide progressivement à travers cette énonciation même. La scénographie est ainsi à la fois ce dont vient le discours et ce

qu'engendre ce discours ; elle légitime un énoncé qui, en retour, doit la légitimer, doit établir que cette scène dont vient la parole est précisément *la* scène requise pour énoncer dans telle circonstance. Ce sont les contenus déployés par le discours qui permettent de spécifier et de valider l'ethos, et sa scénographie, à travers lesquels ces contenus surgissent. Quand un homme des sciences s'exprime ès-qualité à la télévision, il se montre à travers son énonciation comme réfléchi, mesuré, impartial, etc. à la fois dans son ethos et le contenu de ses paroles : ce faisant, il définit en retour implicitement ce qu'est l'homme de science véritable et s'oppose à l'anti-ethos correspondant.

L'ethos d'un discours résulte d'une interaction entre divers facteurs : ethos prédiscursif, ethos discursif (ethos *montré*), mais aussi les fragments du texte où l'énonciateur évoque sa propre énonciation (ethos *dit*): directement (« c'est un ami qui vous parle »), ou indirectement, par exemple par le biais de métaphores ou d'allusions à d'autres scènes de parole (ainsi F. Mitterrand dans sa *Lettre à tous les Français* de 1988 comparant sa propre énonciation à la parole du père de famille à la table familiale). La distinction entre ethos *dit* et *montré* s'inscrit aux extrêmes d'une ligne continue puisqu'il est impossible de définir une frontière nette entre le « dit » suggéré et le « montré ». *L'ethos effectif*, celui que construit tel ou tel destinataire résulte de l'interaction de ces diverses instances dont le poids respectif varie selon les genres de discours. La double flèche dans le schéma ci-dessous indique qu'il y a interaction



Stéréotypes liés à des mondes éthiques

Si chaque conjoncture historique se caractérise par un régime spécifique des éthés, la lecture de bien des textes qui n'appartiennent pas à notre aire culturelle (dans le temps comme dans l'espace) est souvent gênée non par des lacunes graves dans notre savoir encyclopédique mais par la perte des éthés qui soutiennent tacitement leur énonciation. Quand nous voyons les laisses de la *Chanson de Roland* disposées sur une feuille de papier, il est fort difficile de restituer l'ethos qui les soutenait ; or qu'est-ce qu'une épopée sinon un genre de performance orale ? Sans aller si loin, la prose politique du XIX^e siècle est indissociable d'éthés liés à des pratiques discursives, à des situations de communication disparues.

En outre, d'une conjoncture à l'autre ce ne sont pas les mêmes zones de la production sémiotique qui proposent les modèles de manières d'être et de dire les plus importants, ceux qui « donnent le ton ». Les stéréotypes de comportement étaient autrefois accessibles aux élites de manière privilégiée à travers la lecture des textes littéraires, alors qu'aujourd'hui ce rôle est dévolu à la publicité, surtout sous sa forme audiovisuelle. C'est net pour les XVII^e et XVIII^e siècles, où le discours littéraire était inséparable des valeurs attachées à certains modes de vie. Les innombrables textes qui relèvent du courant « galant », par exemple, ne se contentaient pas de raconter certaines histoires ou d'exposer certaines idées, ils le faisaient à travers un ethos discursif spécifique qui participait du monde éthique de la galanterie : ethos du « naturel », de l'« enjouement »...

La spécificité d'un ethos renvoie en effet à la figure de ce "garant" qui à travers sa parole se donne une identité à la mesure du monde qu'il est censé faire surgir. Une telle problématique de l'ethos amène à contester la réduction de l'interprétation à un simple décodage ; quelque chose de l'ordre de l'expérience sensible se joue dans le processus de communication verbale. Les « idées » suscitent l'adhésion du lecteur à travers une *manière de dire* qui est aussi une *manière d'être*. Pris par la lecture dans un ethos enveloppant et invisible, on ne fait pas que déchiffrer des contenus, on participe du monde configuré par l'énonciation, on accède à une identité en quelque sorte incarnée. Le pouvoir de persuasion d'un discours tient pour une part au fait qu'il amène le destinataire à s'identifier au mouvement d'un corps, fût-il très schématique, investi de valeurs historiquement spécifiées.

Conclusion

Dès qu'il y a énonciation, quelque chose de l'ordre de l'ethos se trouve libéré : à travers sa parole un locuteur active chez l'interprète la construction d'une certaine représentation de lui-même, mettant ainsi en péril sa maîtrise sur sa propre parole ; il lui faut donc essayer de contrôler, plus ou moins confusément le traitement interprétatif des signes qu'il envoie. A partir de cette donnée incontournable bien des exploitations de l'ethos sont possibles, en fonction du type et du genre de discours concernés, en fonction aussi de la discipline, voire du courant à l'intérieur de telle discipline, dont se réclame la recherche. Une analyse du discours comme je la pratique ne peut pas appréhender l'ethos de la même manière qu'une théorie de l'argumentation ou une théorie du discours d'inspiration psycho-sociologique. Ces deux paramètres (corpus et discipline) ne sont d'ailleurs que partiellement indépendants : on sait que chaque discipline ou chaque courant a tendance à privilégier tel ou tel type de données verbales.

On pourrait évidemment renoncer à la catégorie de l'ethos, jugée trop instable, mais il est indéniable qu'elle renvoie quand même à un phénomène unique, même s'il ne peut pas être appréhendé de manière compacte. Comme l'écrit A. Auchlin, qui ici vise plutôt les interactions conversationnelles : « la notion d'ethos est une notion dont l'intérêt est essentiellement *pratique*, et non un concept théorique clair (...) Dans notre pratique ordinaire de la parole, l'ethos répond à des questions empiriques effectives qui ont comme particularité d'être plus ou moins co-extensives à notre être même, relatives à une zone intime et peu explorée de notre rapport au langage, où notre identification est telle que se mettent en place des stratégies de protection » (2001 : 93). L'important, quand on est confronté à cette notion, est donc de définir par quelle discipline elle est mobilisée, avec quelle visée, et à l'intérieur de quel réseau conceptuel.

Bibliographie

- AMOSSY R. (éd.), 1999 : *Images de soi dans le discours – La construction de l'ethos*, Lausanne, Delachaux et Niestlé.
- ARISTOTE, 1967 : *Rhétorique*, Paris, Les Belles Lettres, trad. M. Dufour.
- AUCHLIN A., 2001 : « Ethos et expérience du discours : quelques remarques », in *Politesse et idéologie. Rencontres de pragmatique et de rhétorique conversationnelle*, M. Wauthion et A.C. Simon (éds.), Louvain, Peeters, 77-95.
- BARTHES R., 1970 : « L'ancienne rhétorique. Aide-mémoire », *Communications*, 16, 172-223.
- BAUMLIN J.S. et T.F., 1994 : *Ethos. New Essays in Rhetorical and Critical Theory*, Dallas, Southern Methodist University Press
- DASCAL M., 1999 : « L'ethos dans l'argumentation : une approche pragma-rhétorique », in R. AMOSSY (éd.), 61-74
- DECLERCQ G., 1992 : *L'art d'argumenter - Structures rhétoriques et littéraires*, Paris, Editions Universitaires.
- DUCROT O., 1984 : *Le dire et le dit*, Paris, Minuit.
- JARRETY M., 1999 : *La morale dans l'écriture - Camus, Char, Cioran*, Paris, PUF.
- KERBRAT-ORECCHIONI C., 1994 : *Les interactions verbales* tome 3, Paris, Armand Colin
- KERBRAT-ORECCHIONI C., 1996 : *La conversation*, Paris, Seuil.
- LE GUERN M., 1977 : *L'éthos dans la rhétorique française de l'âge classique*, in C.R.L.S. (éd), *Stratégies discursives*, Lyon, Presses Universitaires de Lyon, 281-287.
- MAINGUENEAU D., 1984, *Genèses du discours*, Liège, Mardaga.
- MAINGUENEAU D., 1987, *Nouvelles tendances en analyse du discours*, Paris, Hachette.
- MAINGUENEAU D., 1996 : *Ethos et argumentation philosophique. Le cas du Discours de la méthode*, in COSSUTTA F., 1996 (éd.), *Descartes et l'argumentation philosophique*, Paris, 85-110.
- MAINGUENEAU D. « Ethos, scénographie, incorporation », 1999 , in R. AMOSSY (éd.) 1999, 75-100.