COURS

Argumentation : convaincre, persuader, délibérer

1re

Programme de première générale et technologique — BO spécial n°1 du 22 janvier 2019

Relue le 14 novembre 2026

La littérature d'idées est un objet d'étude de première. Pour l'analyser, il faut repérer comment un auteur cherche à agir sur son lecteur : par la raison, par l'émotion, ou en lui faisant partager une hésitation. Ces trois stratégies se combinent dans les plus grands textes.

1 Trois stratégies

DÉFINITION

Convaincre, c'est obtenir l'adhésion par la **raison** : arguments logiques, exemples, connecteurs, raisonnement déductif ou inductif. Le destinataire est un esprit qui juge.

DÉFINITION

Persuader, c'est obtenir l'adhésion par les **sentiments** : émotion, pathétique, indignation, humour, flatterie, images frappantes. Le destinataire est un cœur qu'on touche.

DÉFINITION

Délibérer, c'est peser le pour et le contre avant de décider, seul (monologue intérieur, comme Rodrigue dans *Le Cid*) ou à plusieurs (dialogue argumentatif). La délibération met en scène une hésitation.

2 Les types d'arguments et de raisonnements

RÈGLE

Arguments **logiques** (cause, conséquence), **d'autorité** (citer un expert, un penseur), **par l'exemple**, **par analogie** (comparer à une situation semblable), **ad hominem** (attaquer la personne plutôt que l'idée). Raisonnements **déductif** (du général au particulier), **inductif** (des exemples à une loi), **concessif** (*certes… mais*), **par l'absurde** (montrer les conséquences absurdes de la thèse adverse).

3 Les formes de la littérature d'idées

RÈGLE

L'**essai** (Montaigne), le **conte philosophique** (Voltaire), la **fable** (La Fontaine), le **dialogue** (Diderot), la **lettre** (Montesquieu), le **discours** et le **pamphlet**. L'argumentation y est **directe** (thèse explicite) ou **indirecte** (thèse portée par un récit, à dégager).

EXEMPLE

Analyse : « Certes, la guerre enrichit quelques marchands d'armes ; mais combien de mères pleurent leurs fils ? »

1. *Certes… mais* : raisonnement **concessif**.
2. Le premier argument est logique (économique), le second émotionnel.
3. Question rhétorique pathétique : *combien de mères pleurent…*

Le texte combine convaincre (concession) et persuader (émotion) pour condamner la guerre.

LE PIÈGE QUI COÛTE LE PLUS DE POINTS

Confondre la thèse et l'argument. — La **thèse** est l'opinion défendue ; l'**argument** est la raison qui la soutient ; l'**exemple** est le fait qui illustre l'argument.

Le réflexe : Formuler la thèse en une phrase avant de relever les arguments.

ANALYSER UN TEXTE ARGUMENTATIF

1. Identifier le thème, la thèse défendue et la thèse rejetée.
2. Repérer les arguments et les exemples, puis le type de raisonnement.
3. Dire si le texte convainc, persuade ou délibère, et par quels procédés.
4. Évaluer l'efficacité et le destinataire visé.

À VÉRIFIER

- Ai-je formulé la thèse ?
- Ai-je distingué argument et exemple ?
- Ai-je nommé la stratégie ?
- Ai-je repéré la forme (directe ou indirecte) ?

À RETENIR

- **Convaincre** (raison), **persuader** (émotion), **délibérer** (peser le pour et le contre).
- Arguments : logique, d'autorité, par l'exemple, par analogie, ad hominem.
- Raisonnements : déductif, inductif, concessif, par l'absurde.
- Formes : essai, conte philosophique, fable, dialogue, lettre ; argumentation directe ou indirecte.