САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Филологический факультет

Кафедра романской филологии

Закирова Эльвира Альбертовна

**ПЕРСУАЗИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В РЕЛИГИОЗНОМ ДИСКУРСЕ**

Выпускная квалификационная работа на соискание степени магистра лингвистики

Научный руководитель:

д.ф.н., проф. Иванова Е. П.

Санкт Петербург

2016

UNIVERSITÉ D’ÉTAT DE SAINT-PÉTERSBOURG

Faculté de philologie

Département des langues romanes

MÉMOIRE

présentée par

Elvira ZAKIROVA

en vue de l’obtention du grade de

Master en Linguistique

**STRATÉGIES PERSUASIVES DANS LE DISCOURS RELIGIEUX**

Sous la direction de

Madame la Docteur ès lettres Ekaterina IVANOVA

Saint-Pétersbourg

2016

# TABLE DE MATIERS

[TABLE DE MATIERS 2](#_Toc451374046)

[INTRODUCTION 3](#_Toc451374047)

[CHAPITRE I. RHÉTORIQUE ET PERSUASION 7](#_Toc451374048)

[1.1 Rhétorique ou argumentation ? 7](#_Toc451374049)

[1.2 Rhétorique et religion 11](#_Toc451374050)

[1.3 Argumentation ou persuasion ? 13](#_Toc451374051)

[1.4 Persuasion et propagande 19](#_Toc451374052)

[1.5 Supradiscours persuasif 23](#_Toc451374053)

[CHAPITRE II. DISCOURS RELIGIEUX. 27](#_Toc451374054)

[2.1 Situation contemporaine 27](#_Toc451374055)

[2.2 Genres du discours religieux 32](#_Toc451374056)

[CHAPITRE III. DISCOURS RELIGIEUX PERSUASIF. 46](#_Toc451374057)

[3.1 Particularités du discours religieux persuasif. 46](#_Toc451374058)

[3.1.1. Locuteur 46](#_Toc451374059)

[3.1.2. Conflit pré-communicatif. 47](#_Toc451374060)

[3.1.3. Relations des interlocuteurs, le problème du récepteur. 49](#_Toc451374061)

[3.2 Les stratégies persuasives : les tactiques persuasives 53](#_Toc451374062)

[3.2.1 Stratégies rationnelles 54](#_Toc451374063)

[3.2.1.1 Actualisation 54](#_Toc451374064)

[3.2.1.2 Appel à l’autorité 59](#_Toc451374065)

[3.2.1.3 Redéfinition 64](#_Toc451374066)

[3.2.2 Stratégies émotionnelles. 69](#_Toc451374067)

[CONCLUSION 74](#_Toc451374068)

[BIBLIOGRAPHIE 77](#_Toc451374069)

[RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES 83](#_Toc451374070)

[ANNEXE 85](#_Toc451374071)

# INTRODUCTION

Les études sur la communication persuasive ont des origines historiquement profondes car les notions de la persuasion comme le but prépondérant de l’intervention publique ont été introduites pour la première fois dans la rhétorique antique. Aujourd’hui, la communication persuasive est considérée comme une forme d’interaction mentale et linguistique des individus qui se caractérise par la mise en œuvre de l’influence verbale de l’un des interactants sur un autre par le biais des stratégies communicatives de persuasion pour atteindre le résultat désirée.

Dans les années dernières la stratégie persuasive et son étude sont devenues importantes non seulement dans le domaine politique et médiatique, mais aussi dans la religion. La nécessité d’étudier les processus de l’influence linguistiques sur les récepteurs de l’information est devenue évidente depuis longtemps, surtout dans le cadre de l’intérêt pour la rhétorique. Les sciences qui s’occupent des questions théorétiques de la rhétorique après le regain de l’intérêt pour la rhétorique (c’est-à-dire, après « Le Traité de l’Argumentation » de Perelman et Olbrechts-Tyteca et la « Rhétorique générale » du Groupe μ) forment la nouvelle rhétorique ou la néo-rhétorique. Pour comprendre le rôle de la nouvelle rhétorique on distingue deux changements des paradigmes : le grand changement qui a amené au regain de l’intérêt pour la rhétorique et le changement particulier qui a abouti à l’apparition de la néo-rhétorique.[[1]](#footnote-2)

Le grand changement culturel et scientifique prévoit le passage de la conception du monde historique et évolutionniste, qui ne laisse pas de grand espace à la pensée rhétorique, à la conception informationnelle qui est liée à l’approche théorique et probabiliste dans l’étude de la parole et à la notion systémique de la langue. La nouvelle conception du monde s’est manifestée dans les mathématiques, les sciences naturelles, la linguistique, les recherches sur l’intelligence artificielle et même dans les arts. Ce grand changement s’est trouvé fructueux et a mené au regain de l’intérêt général pour la rhétorique, y compris la rhétorique classique. Au sein de la nouvelle conception on voit apparaitre la néo-rhétorique à la suite des idées postmodernes et l’approche phénoménologique de la conception du monde. Pour le dire en deux mots, la rhétorique classique s’occupait de la vérité, tandis que la nouvelle rhétorique est centrée sur l’opinion. La néo-rhétorique voit la persuasion comme son but principal. Le pouvoir de persuader l’auditoire est une tâche primordiale du discours rhétorique. Le concept de la persuasivité dans la néo-rhétorique s’appuie sur la logique, la psychologie et l’axiologie.

Notre travail est consacré aux stratégies persuasives dans le discours religieux. Pour le faire, nous avons posé les tâches suivantes :

* Analyser les approches dans le domaine des études rhétoriques contemporaines ;
* Comprendre les relations entre les notions de la rhétorique, l’argumentation et la persuasion ;
* Introduire la notion du supradiscours persuasif ;
* Analyser le discours religieux ;
* Définir le champ persuasif dans le discours religieux ;
* Identifier les stratégies persuasives dans le discours religieux.

Le premier chapitre « Rhétorique et persuasion » envisage les questions théoriques. Nous allons analyser la notion de la rhétorique et ses relations avec l’argumentation et la persuasion. Nous proposons d’introduire la notion du supradiscours persuasif pour décrire l’ensemble des pratiques discursives mises en œuvre dans plusieurs types de discours.

Le deuxième chapitre est consacré à l’analyse du discours religieux. Nous allons examiner l’état contemporain de la religion dans le monde, en particulier celui du christianisme. Ce sont l’Église Catholique et l’Église Orthodoxe qui sont au centre de notre intérêt. Nous proposons de faire l’analyse des genres religieux et de trouver parmi eux ceux que nous pouvons classer dans le supradiscours persuasif.

Le segment religieux du supradiscours persuasif fait l’objet du troisième chapitre. Tout d’abord, nous proposons d’analyser les particularités du segment religieux. La deuxième partie du chapitre est consacrée à l’étude des stratégies persuasives dans le discours religieux. Nous proposons de distinguer deux groupes de stratégies persuasives : une stratégie rationnelle et une stratégie émotionnelle. La stratégie rationnelle a pour but d’influencer l’auditeur à partir des arguments qui font appel au raisonnement logique. La stratégie émotionnelle s’appuie sur les arguments dont la tâche essentiel est d’influencer les émotions des récepteurs.

Aujourd’hui, les recherches sur l’argumentation sont basées sur des textes des médias et des textes politiques. Ce sont les modèles, les moyens et les modalités de l’argumentation qui font l’objet des recherches contemporaines. Tout de même, on n’utilise pas souvent les textes religieux comme base de recherche sur l’argumentation tandis qu’ils représentent un champ d’investigation très intéressant. Dans notre recherche le champs d'investigation se limite au discours religieux chrétien, orthodoxe et catholique en particulier. Depuis plus de 2000 ans le Christianisme, et l'Eglise Catholique en particulier, influence la formation de la civilisation occidentale. La présence de la religion dans notre vie est incontestable et cela touche non seulement la vie quotidienne, mais aussi le domaine politique. La religion a toujours sa force et son influence inspirantes aussi bien que destructives. La plupart de la population de notre planète partagent des convictions religieuses quelconques qui influencent leurs interactions et leur conception du monde. La nécessité de comprendre la structure du discours religieux persuasive dans le contexte des changements actuels est évidente.

L’importance théorique de notre recherche consiste en l’élaboration du concept du supradiscours persuasif avec la définitions des stratégies universelles persuasives. Les résultats de la recherche peuvent être utilisés dans le cadre des cursus universitaires linguistique, ou pour l’élaboration des cours spécialisés sur la manipulation et influence linguistique.

Les proposition à soutenir sont les suivantes :

1. Le concept du supradiscours persuasif décrit les pratiques communicatives de l'interaction des individus qui se fondent sur les différents types de discours ayant certains traits communs tels que les traits cognitifs, structurels, stylistiques, communicatifs et pragmatiques.
2. Dans le discours religieux il est possible de définir plusieurs genres qui peuvent être caractérisés comme appartenant au supradiscours persuasif.
3. Les stratégies persuasives rationnelles et émotionnelles représentes les deux types de stratégies persuasives qui sont réalisées dans le segment persuasive du discours religieux.

La recherche est fondée sur les homélies et les messages du Pape François (2013 – 2016, 145 unités) ; les messages du Pape Benoît XVI (2005 – 2013, 24 unités) les homélies et les messages du Patriarche Cyrille (2015 – 2016, 113 unités) ; les homélies des diacres (50 unités) ; au total : 332 unités. Les homélies et les messages proviennent du site officielle du Saint-Siège[[2]](#footnote-3), du site officielle du patriarcat de Moscou[[3]](#footnote-4) et du site qui regroupe des homélies proposées par des diacres[[4]](#footnote-5).

# CHAPITRE I. RHÉTORIQUE ET PERSUASION

## 1.1 Rhétorique ou argumentation ?

Dans les recherches contemporaines sur l’argumentation quand on parle de relation entre la rhétorique et l’argumentation, la rhétorique est tout d’abord considérée comme le discours de persuasion. Bien plus, avec l’apparition des travaux de Perelman on parle de la nouvelle rhétorique (« Traité de l'argumentation, la nouvelle rhétorique », Chaïm Perelman, Lucie Olbrechts-Tyteca[[5]](#footnote-6)). Cette ouvrage a bien favorisé l'assimilation de ces deux concepts. D’un coté les auteurs de l’ouvrage souligne que la notion de rhétorique a changé et il ne peut correspondre entièrement à la notion de la rhétorique d'Aristote. D’autre coté Perelman continue la tradition de considérer la persuasion comme la fonction essentielle de rhétorique. Le concept de la nouvelle rhétorique de Perelman est né dans le cadre de l’apparition de la nouvelle paradigme qui est fondée sur l’approche phénoménologique, la notion de l’intersubjectivité, et les idées postmodernes. La néo-rhétorique inclut dans ses études le contexte du temps : l’accent est déplacé de la vérité incontestable sur l’opinion et l’’évaluation qui peuvent changer, et de la preuve sur l’argumentation et la persuasion[[6]](#footnote-7).

Frans Hendrik van Eemeren, un des fondateurs de la théorie pragma-dialectique, voit dans la rhétorique un autre approche de la compréhension de l’argumentation, il l’oppose à la dialectique. Cette dernière considère que le but de l’argumentation est de lever les doutes et rapprocher les points des vus des locuteurs; tandis que la tache principale de l’argumentation rhétorique est la persuasion du récepteur. En même temps Eemeren pense que dans les pratiques argumentatives ces deux approches coexistent : dans le processus de règlement de n'importe quel conflit les locuteurs, afin de réaliser leurs objectifs, se servent de la rhétorique et de la dialectique. Aussi nous pouvons dire que la rhétorique est vu comme un moyen de l'argumentation.

Il faut mentionner aussi les idées de Nicholas Rescher, qui comprend la rhétorique comme l’art de la présentation persuasive, mais qui ne se réduit pas à cette caractéristique. Selon Rescher, l'argumentation est soumise aux relations d'enchaînement, c'est-à-dire que la thèse de l'argumentation doit s'appuyer sur les autres propositions, la conclusion découle des arguments représentés et c'est plus tôt le domaine de la logique ; tandis que la rhétorique ne se limite pas aux relations d'enchaînement, elle représente le moyen de persuasion. Alors la rhétorique forme les notions de base qui sont acceptées en tant que telles. Le locuteur se sert des moyens rhétoriques pour former les opinions primaires auprès des récepteurs au cours de l'argumentation.[[7]](#footnote-8) Ainsi cette approche envisage la rhétorique comme fondement de l'argumentation, comme sa partie inhérente.

Le Dictionnaire d'analyse du discours donne la définition suivante : « La rhétorique est la science théorique et appliquée de l'exercice public de la parole, prononcée face à un auditoire dubitatif, en présence d'un contradicteur. Par son discours, l'orateur s'efforce d'imposer ses représentations, ses formulation, et d'orienter une action »[[8]](#footnote-9). Les auteurs du Dictionnaire distingue également la rhétorique argumentative qui « part d'une compétence naturelle, la compétence discursive, et la travaille en l'orientant vers les pratiques langagières sociales. [...] Une intervention rhétorique est constituée d'un ensemble d'actes de langages planifiés, finalisés, s'adressant à un public dubitatif [...] »[[9]](#footnote-10). Donc la rhétorique ici est considérée comme discipline au cœur de laquelle il y a l'argumentation. Les auteurs du Dictionnaire proposent deux conceptions de l'argumentation qui peut ainsi être interprétée comme présentation d'un point de vue et comme composition d'énoncés.

« Rhétorique et argumentation renvoient toutes deux à une question qui mesure tout ce qui sépare (ou réunit, le temps de la poser, ou plus longtemps si la relation est davantage caractérisée par le psychologique) les protagonistes de la relation rhétorique. Ils ne se connaissent pas forcément, comme l’homme politique qui s’adresse par l’intermédiaire de la télévision à son électorat, ou l’écrivain qui ignore quels seront ses lecteurs. La rhétorique, envisagée cette fois comme discipline, réunit toujours un orateur et son auditoire sur une question donnée qu’ils négocient. A travers elle, c’est la distance, la différence entre eux, qu’ils mettent sur la table. Qu’est-ce qui est hors-question, qu’est-ce qui est en question, qu’est-ce qui, dans leurs positions respectives, est négociable ? Ce sont là les questions de base de la rhétorique (et de l’argumentation) ».[[10]](#footnote-11) En somme, nous pouvons dire que la rhétorique-discipline contient l'argumentation; cependant il faut prendre en considération que la rhétorique peut représenter aussi la technique de l'argumentation et dans ce cas-là elle utilisé comme synonyme de l'éloquence.

Examinons la situation de communication rhétorique. L'acte de communication rhétorique peut avoir lieu en condition d'existence de locuteur (émetteur), récepteur (destinataire) et du discours (le texte). Le but d'un acte pareil est de convaincre le récepteur. Cette influence est mise en œuvre dans deux direction: le locuteur se sert de l'argumentation pour convaincre le récepteur au niveau logique d'un coté, et d'autre coté il influence les émotions du récepteur. Cette approche de l'analyse des actes communicatives viens de l'Aristote et sa rhétorique. La tradition antique a bien sur son influence sur l'étude du discours, et si nous pouvons le dire, elle jette les bases de la pensée scientifique. La nouvelle rhétorique ne peut pas ignorer les acquisitions de l'Antiquité ; en même temps elle propose des approches nouvelles qui ne sont pas structurées dans un paradigme scientifique unifié. La pluralité des points de vus dans les questions de la détermination des objets, des buts et des taches de la nouvelles rhétorique résulte en ce qu'il existe des définitions parfois opposants de la rhétorique.

Ainsi, le terme « rhétorique » n’est pas assez précisément déterminé ce qui facile à comprendre. Dans l’antiquité la rhétorique s’est formé comme l’art de la parole destiné à l’audience de masse et elle avait le caractère syncrétique. La rhétorique comprenait ce que nous avons aujourd’hui comme disciplines à part ayant pour objet d’études la langue et la parole dans toutes leurs formes et manifestations. Dans le contexte du développement de ces disciplines, la rhétorique renait, mais tout à fait dans sa forme contemporaine.

Dans l’ensemble, nous pouvons voir que les opinions sur les relations entre rhétorique et argumentation partent des positions d’une distinction nette, à un équilibre variable entre ce qui est considéré comme deux disciplines à part, mais complémentaires en même temps, et jusqu’à la proposition d’une association dans le cadre d’une même activité verbale. Chacune de ces opinions est fondée sur une conception particulière de l’argumentation, et sur des présupposés distincts.

## 1.2 Rhétorique et religion

La rhétorique s'est développée au sein des sociétés démocratiques ; son intérêt était plutôt centré sur le discours politique et public. Les théoriciens grecs et latins ont formalisé les concepts de cette science. Peu à peu l'art de bien parler entre dans le domaine religieux; comme nous sommes intéressés au christianisme, il serait utile de nous rappeler que la rhétorique était en plein force quand la religion chrétienne a vu le jour.

C'est le Moyen Age qui donne naissance au rhétorique sacrée ou homilétique, qui change la structure du discours rhétorique et présente une image nouvelle du rhéteur. Le but de la rhétorique chrétienne est la formation d'une personnalité nouvelle, la création d'une société conforme aux normes moraux du christianisme dont les membres appartiennent à l'Eglise universelle. L'art de l'argumentation théologique atteint son apogée dans les œuvres des pères de l'église: Athanase d'Alexandrie, Basile de Césarée (le Grand), Grégoire de Nazianze (le Théologien), Cyrille de Jérusalem, Jean Chrysostome, Grégoire Ier le Grand. A cette époque la religion chrétienne et l'Eglise avaient l'influence prépondérant dans le domaine d'éducation et de formation, aussi bien que dans la vie culturelle de la société. Au fur et à mesure l'Eglise a monopolisé le système d'éducation et de formation; la rhétorique et la grammaire ont devenu les instruments de la religion, l'art de bien parler était au service de l'homélie.

La Réforme et la Renaissance ont changé le rapport des forces. Au XVII siècle l'étude rationnel de la langue se développe. La rhétorique était vue comme la science de langue et vers XVII-XIX siècles elle était comprit plutôt comme l'étude de l'argumentation dans les textes écrits[[11]](#footnote-12). Comme la rhétorique avait été enseignée dans le cadre de l'éducation religieux, au moment des tensions entre l'Etat et l'Eglise cette discipline représentait le symbole rétrograde. Laïcisation de la société, de l'enseignement, de l'état a porté ses fruits: la rhétorique été délégitimée, ayant la logique séparée de ses études. Cependant l'intérêt pour les études d'argumentation se maintenait dans le domaine du droit et de la théologie. « A la même époque, les discours polémiques à contenu politique et religieux sont d'une violence particulière, et produisent, du coté catholique, des ouvrages impressionnants, notamment par leur volume, prenant la défense du dogme »[[12]](#footnote-13). L'Eglise devait faire valoir ses convictions et mobiliser tout son savoir de l'éloquence pour faire face aux grandes découvertes et tous les acquis scientifiques de l'époque. La non-conformité de la science et la théologie a porté l'ombrage aux pratiques argumentatives, qui était vues comme fallacieux.

## 1.3 Argumentation ou persuasion ?

Au premier regard, les questions touchés par la rhétorique et la logique semblent être de différente nature. Pour beaucoup de personnes la rhétorique est associée tout d'abord avec la mise en œuvre de l'argumentation persuasive ou l'étude du discours persuasif. La question concernant le style de présentation des arguments représente le point de désaccord essentiel: la logique traite la structure des arguments et leurs exactitude, tandis que la rhétorique s'occupe de l'efficacité des arguments qui sont utilisés pour influencer l'auditoire[[13]](#footnote-14). Ayant la structure erronée ou fausse, un argument peut tout de même parait persuasif pour les récepteurs, et vice versa. D'autre coté nous ne pouvons pas limiter la rhétorique à l'efficacité seule des arguments, alors que la structure correcte des arguments est probablement liée à l'efficacité de leur effet persuasif. La structure d'un argument est bien sur importante, mais son usage dans le discours est également significatif. Ainsi la rhétorique et la logique doivent coopérer dans le cadre de cet approche.

Argumentation représente l'ensemble des raisonnements ayant pour but de changer le point de vue ou les convictions d'autre partie[[14]](#footnote-15) ; ce sont les raisonnements « par lesquels on déduit les conséquences logiques d'un principe, d'une cause ou d'un fait, en vue de prouver le bien-fondé d'une affirmation, et de convaincre » (CNRTL). Un raisonnement ou un argument est un ou plusieurs énonciations reliées. Les raisonnements sont utilisés pour appuyer la thèse d'argumentation, autrement dit l'affirmation que le locuteur doit inspirer à ses auditeurs et faire parties de leurs convictions.

Les définitions de l'argumentation sont nombreux : elle est liée à plusieurs disciplines; tout de même nous proposons de nous référer tout d'abord à la logique, parce qu'elle nous aidera de trouver l'essentiel de l'argumentation, les points de base que nous pouvons utiliser pour nous appuyer.

Nous pouvons citer plusieurs caractéristiques essentielles de l'argumentation :

— l'argumentation est toujours manifestée dans la langue, elle prend la forme des énoncés ou des propositions écrites; la théorie d'argumentation étudie les liens entre ces unités laissant à part les idées, les arrière-pensées ou les motives cachés des arguments ;

— l'argumentation représente une activité orientée vers un but précis: celle de renforcer ou affaiblir des convictions ;

— l'argumentation est une action sociale car elle est tendue vers une personnes ou vers un certain nombre de gens; elle présuppose la situation de dialogue des interactants et la réaction active des récepteurs ;

— l'argumentation s'appuie sur la raison des interlocuteurs qui sont capables d'estimer les arguments, les accepter ou les contester.

De point de vue de la logique, on distingue deux type d'argumentation: empirique, dont les arguments essentiels représentent l'expérience, et théorétique, fondée sur le raisonnement. Les données empiriques qui sont utilisées au cours de l'argumentation prennent le forme des exemples (quand un fait concret permet de généraliser la situation), des illustrations (quand un fait soutient une idée déjà existante) et les modèles (quand un fait est tenu pour un modèle). L'argumentation empirique toujours demande le recours à l'argumentation théorétique, car d'habitude ce sont les raisonnements théorétiques qui apparaissent d'être décisifs au moment du choix entre les idées opposées. Les méthodes d'argumentation théorétique incluent le raisonnement déductif, argumentation méthodologique, argumentation systémique, et d'autres.

En vue de l'auditoire pour laquelle l'argumentation est présentée la logique distinguer l'argumentation universelle et contextuelle. De leurs noms il est assez évident que l'argumentation contextuelle est effective au milieu de certains récepteurs. Les moyens d'argumentation contextuelle comprennent l'appel à la tradition, à l'autorité, à l'intuition, à la foi, au bon sens. Pourtant nous pouvons dire qu'en gros ces moyens sont tous soumis à la tradition, car tous ce qui est mentionné plus haut se forme d'après la tradition historique et dépend de cette dernière. Elle aussi détermine la réceptivité de l'auditoire. La technique d'appel à la tradition représente un instrument effectif quand l'argumentation touche les questions morales.

* Appel à l'autorité peut être définit comme référence à l'opinion ou à l'action d'une personne reconnue dans la domaine de la problématique du discours par ces convictions ou actions. A la différence de la tradition qui se forme d'une façon spontanée et n'a pas d'auteur, l'autorité est une personne concrète.
* L'intuition est semblable à la foi: elle se définit comme une conviction profonde, sincère et émotionnelle dans la vérité d'une point de vue.
* La foi se manifeste par acceptation de certaines dispositions comme certaines et incontestables.

L'argumentation, vue comme discours logique, représente une sorte de procédé de raisonnement. D'après les définissions classiques l'argumentation a pour base un constellation d'énoncés ou propositions qui sont liées à un certain système de vus. Dans le chapitre précédent nous avons essayé d'expliquer les différences entre les concepts de la rhétorique et de l'argumentation. De nos réflexions il est évident que la logique forme l'argumentation rhétorique, mais la question se pose: ou mène cette logique, quel est son but ? La réponse est la persuasion.

« La **persuasion** peut être vue comme le produit des processus généraux d'influence. [...] La rhétorique argumentative s'intéresse fondamentalement au discours tenu dans un débat ouvert et contradictoire, structuré par l'intention (illocutoire) de persuader, c'est-à-dire de communiquer, expliquer, légitimer et faire partager le point de vue qui s'y exprime et les mot qui le dise [...]. La persuasion (perlocutoire) résulte de tout ou partie de la réalisation de l'ensemble de ces intentions. La façon dont elle se réalise ou non est une question empirique, dont l'étude doit se mener en collaboration »[[15]](#footnote-16). Nous pouvons décrire les relations entre les trois concepts envisagés d'une façon suivante (Figure 1. Les trois concepts) :

Effectivement, nous considérons ces trois notions comme appartenant à des niveaux différents. La rhétorique représente le domaine disciplinaire ayant l'argumentation comme « moyen » pour atteindre son but de persuader. Il est important de tenir en compte ces relations hiérarchiques car il existe beaucoup de définitions pour expliquer ces notions et nous pouvons finir par perdre leurs limites.

Figure 1. Les trois concepts

Dans leur travaux commun C. Perelman et L. Olbrechts-Tyteca montre aussi la différence entre la notion de persuasion et celle de conviction. Ils proposent en effet « d'appeler persuasive une argumentation qui ne prétend valoir que pour un auditoire particulier et d'appeler convaincante celle qui est censée obtenir l'adhésion de tout être de raison »[[16]](#footnote-17). Tout de même nous devons essayer de trouver les caractéristiques essentielles de la persuasion.

Comme nous avons déjà mentionné, la persuasion peut être considéré comme le but de l'argumentation, donc on recours à l'argumentation pour persuader notre interlocuteur. Cette situation communicative se répand dans tout les domaines de nos vies. En effet, nous avons tous la perception générale de la persuasion comme l'acte de changement de l'opinion dans le cadre de l'interaction verbale. Il faut préciser que le changement de l'opinion représente plutôt le résultat de la persuasion, tandis que la persuasion elle-même stimule ce changement.

Etant donné que le processus de persuasion fait part de l'acte communicatif, il faut au moins deux participants (ou il est mieux de dire, deux parties interactantes) pour mettre en œuvre l'acte de persuasion. Pour comprendre l'essence du processus nous proposons la définition détaillée de la persuasion élaborée par Douglas Walton : « The proponent persuades the respondent to accept a designated proposition A as true if and only if the proponent puts forward a chain of argumentation meeting the following requirements. First, each step, or single inference in the chain, is a structurally correct argument according to some appropriate requirements set out in the opening stage of the dialogue. Second, the premises of the argument are all propositions that are already commitments of the respondent in the dialogue or are propositions that he can tentatively accept or be gotten to accept by argument later in the dialogue. Third, the ultimate conclusion of the chain of argumentation, at the final step of inference, is the proposition A »[[17]](#footnote-18) *(Le propagateur peut persuader le répondant/récepteur d'accepter la proposition indiquée A comme vraie si, et seulement si, le propagateur présente une chaine argumentative conforme aux critères suivants. Premièrement, chaque pas ou inférence dans la chaine représente un argument structurellement correcte en conformité des exigences instaurés au début du dialogue. Deuxièmement, les prémisses de l'argument sont les propositions qui sont déjà les engagements du répondant dans le dialogue ou sont les engagements qu'il peut accepter provisoirement ou qu'on peut lui faire accepter par argument au cours du dialogue. Troisièmement, la conclusion principale de la chaine argumentative à la fin de l'inférence est la proposition A)[[18]](#footnote-19).*

Cette définition met en relief trois éléments principaux de la persuasion. Le premier concerne l'argumentation : pour persuader l'interlocuteur, les arguments doivent être logiques et la conclusion doit suivre des prémisses ; cette partie de la définition nous renvoi aux technique de l'argumentation, à la « forme extérieure » de la persuasion et nous fait penser sur la question de la structure des arguments et de leur enchainement. Le deuxième élément concerne les prémisses du récepteur et son engagement à ses convictions qui est transféré des prémisses à la conclusion. Le troisième élément indique la notion de la conclusion principale qui en effet représente l'essence de la persuasion, c'est la fin de l'acte de persuasion : le propagateur doit convaincre le récepteur d'accepter la conclusion.

Ainsi il est possible de désigner l'acte de persuasion comme un effort d'une partie de changer l'opinion, les sentiments, les action d'autrui. Il existe aussi deux autres formes d'influence: la coercition et l'incitation. La différence entre ces deux formes consiste en ce que la coercition offre les conséquences positives du changement tandis que l'incitation effroi des conséquence négatives. Pouvons nous les traiter comme types de persuasion ? Pour le comprendre nous devons prêter attention au but de ces actes: la persuasion amène à l'acceptation d'une proposition comme vrai à la base des engagements du récepteur, tandis que la coercition et l'incitation offrent une sorte de compromis pour que le récepteur puisse acquérir ce qu'il apparemment veut. L'une des traits prépondérant de la persuasion est la liberté : le récepteur doit accepter librement la conclusion que l'énonciateur lui présente.

## 1.4 Persuasion et propagande

Le mot « propagande » a émergé dans la langue avec la création de la Congrégation de Propaganda Fide au XVII siècle : ce département de l'administration pontificale était chargé de la propagation de la foi, c'est-à-dire sa diffusion. Très rapidement l'action de la Congrégation s'étendait et la propagande désignait ainsi la Congrégation elle-même, aussi bien que son action et le contenu de ses messages : « Par la propagande, l’Église dépasse ses auditoires restreints pour viser une communication large, ouverte, universelle. Les missions ont donc une double charge de conquête des populations non chrétiennes et de reconquête des chrétiens ayant abandonné le catholicisme. »[[19]](#footnote-20) A l'origine le mot n'avait pas de connotations négatives, au moins pour les catholiques qui se trouvaient à son origine. Quand même il est assez facile de deviner que les connotations négatives ne se tardent pas à apparaitre, puisque le terme arrive au milieu des tensions religieux et il est logique que pour les protestants la propagande s'associe aux actions concrètes des catholiques, à leur défense d'un point de vue concret dans les questions doctrinales.[[20]](#footnote-21)

Le grand changement du sens se passe quand le mot entre le domaine politique. Le mot « propagande » est utilisée pendant les deux guerres mondiales pour décrire les actions des parties opposées qui sont caractérisées comme fausses et mensongères, et le mot obtient des connotations forcement négatives. La propagande désigne depuis un discours illogique, c'est-à-dire qui n'est pas bien fondé, et discours contraire à l'éthique, qui implique la tromperie et la manipulation. Les connotations négatives étant si fortes, en 1982 la Congrégation de Propaganda Fide change son nom vers la Congrégation pour l'évangélisation des peuples.

Aujourd’hui parmi les synonymes de la propagande nous pouvons trouver tels mot que la mensonge, la tromperie ou même « le lavage du cerveau ». Le *Pocket Oxford Dictionary* (1984) a présenté la définition de la propagande comme « biased information » (information préjugée)[[21]](#footnote-22). Le problème des définitions de la propagande consiste en ce qu’il y en a trop. Beaucoup de définitions de la propagande postulent que son but est de changer les convictions des récepteurs ou les faire accepter certaines propositions comme vraies ou fausses. En tant que traits caractéristiques de la propagande, ces buts sont plutôt secondaires et la fin principale est toujours de faire agir les destinataires ou les faire s'abstenir de certaines actions. Alors la plupart des chercheurs admettent que la propagande concerne l’influence sur les opinions et surtout elle est liée à la mise en œuvre de l’influence émotionnelle plutôt que rationnelle. Lasswell a décrit la propagande comme « manipulation of collective attitudes by the use of significant symbols (words, pictures, tunes) »[[22]](#footnote-23) *(manipulation des attitudes collectives par le biais de symboles significatifs (les mots, les images, les mélodies)).*

Pour atteindre à ses fins la propagande recours à la persuasion. Pour mieux comprendre les relations entre l'acte persuasive et la propagande nous proposons d'examiner les traits caractéristiques de la dernière d'après Walton[[23]](#footnote-24) :

1. La **structure dialoguée**: d'un coté se trouve le locuteur (un groupe ou une personne représentant ce groupe) qui est l'émetteur du message. D'autre cote il y a le récepteur qui est souvent l'audience de masse. Généralement les relations entre deux parties sont déséquilibrées, car le locuteur joue un rôle plus actif, tandis que le récepteur est plus passif dans la plupart des cas.
2. Le **contenu du message** représente une argumentation verbale ou non-verbale (ex. en images) qui est souvent soutenue par les moyens différents tels que la musique ou les costumes.
3. La structure **axé sur l'objectif**: le but du destinateur est de faire agir le récepteur, de faire accomplir une action certaine ou soutenir une politique pour mener les actions; cette approche déterminée ou intentionnelle est souvent caractérisée comme manipulatrice.
4. L'auditoire de la propagande inclut les gens appartenant à des **couches sociaux** différents dont les membres ont les intérêts communs.
5. La propagande est **indifférente à l'application du raisonnement logique**; elle se sert de tels moyens argumentatives qui sont opportuns et justes dans une situation de communication particulière.
6. La propagande peut être considérée comme un discours qui préconise un seul point de vue, voire l'**argumentation partiale**.
7. La **persuasion** est utilisée pour engager l'auditoire dans l'action, c'est le moyen de la propagande pour accomplir sa tache principale d'inciter les récepteurs à l'action.
8. La propagande en tant que l'action sociale est **justifiée par les résultats** à atteindre.
9. La **lexique émotive** aussi bien que les définitions persuasives sont utilisés pour rendre les caractéristiques extrêmes aux points de vue opposés.
10. La propagande créer la **dichotomie** pour les auditeurs.

Il faut dire que ces caractéristiques de la propagande sont introduites par Walton pour le discours médiatique, tout de même la propagande est un phénomène qui est présente dans les domaine différents, y compris dans la religion. En même temps la question se pose : comment devons nous traiter la propagande, est-ce que nous devons la classer dans le discours persuasif ? Nous avons souligné que la propagande a pour but de changer le point de vue du récepteur pour qu'il agisse. Donc, il semble que la propagande et la persuasion sont presque les mêmes, néanmoins il faut faire attention : quoique leur but de changer le comportement post-communicatif peut être considéré comme caractéristique pour les deux, les moyens d'y parvenir diffèrent. Il faut souligner que la propagande ne fait pas de différence dans ses méthodes car tout est justifié par son but (voir 5 et 8).

La diffusion de la propagande est une action consciente et délibérée. Le but de la propagande est au centre de son action : c’est le but qui distingue la propagande des autres activités politiques et sociaux et qui indique sa réalisation. Dans son sens plus générale la propagande représente une action communicative ciblée avec un objectif établis a priori ; elle influence l’opinion publique par la voie de transmission des idées et des valeurs à une fin précise, sans violence.[[24]](#footnote-25) Bien que la propagande s’en sert de la persuasion comme un des outils pour atteindre ses buts, nous ne pouvons la classer que dans le domaine de discours rhétorique comme une forme d’influence manipulatrice, mais nous croyons qu’elle n’appartient pas au supradiscours persuasif.

## 1.5 Supradiscours persuasif

L’analyse du discours comme discipline est apparu dans les années 1960. Les recherches de discours « sont situées au carrefour de tous les champs de savoir »[[25]](#footnote-26). Norman Fairclough a développé le modèle à trois dimensions pour étudier le discours ou il distingue trois formes séparées de l’analyse de discours qui sont interdépendantes : l’analyse des textes oraux ou écrits, analyse des pratiques discursives (le processus de la production textuelle, son distribution et son consomption) et l’analyse des évènements discursives comme des exemples des pratiques socioculturelles. Alors, on peut dire que la **pratique discursive** représente le processus de la création du texte et son perception dans le cadre de l’évènement communicatif inclus dans le contexte socioculturel. Cette définition nous permet d’élaborer le concept de la pratique discursive et la représenter comme l’interaction communicative des individus ou/et des groupes des individus fondée sur les textes appartenant au domaine particulier de communication. Ainsi la pratique discursive comprend beaucoup d'éléments tels que les sujets du discours, les sources d’informations, les institutions, les idéologies, les rites, les opinions, etc.

Dans les différents types de discours on peut trouver une telle pratique discursive qui représente l’interaction communicative dont le but est de faire agir le récepteur dans les intérêts du locuteur par le biais de conviction ou/et persuasion. Nous parlons ici de telles réactions d'allocutaire qu’on peut caractériser comme les décisions prises par le récepteur lui/elle-même sur la nécessité, désirabilité, possibilité de l’action post-communicative. On peut trouver cette pratique discursive dans tels types de discours comme discours politique, juridique, religieux et même quotidien. Cette dispersion et importance du type de discours indiqué nous permet de le distinguer des autres et le placer au-dessus dans la hiérarchie : nous proposons de le nommer **supradiscours** **persuasif.**

Le concept du supradiscours persuasif décrit les pratiques communicatives de l'interaction des individus qui se fondent sur les différents types de discours ayant certains traits communs tels que les traits cognitifs, structurels, stylistiques, communicatifs et pragmatiques. Le préfixe supra- souligne que les pratiques communicatives persuasives peuvent se réaliser dans les différents types socio-fonctionnels de discours. Donc, nous pouvons présenter les traits principaux du supradisours persuasif (SDP) :

1. SDP représente une forme particulière de l'interaction communicatif.
2. SDP inclut certaines parties des autres discours ayants les traits communs.
3. C'est la persuasion qui détermine l'appartenance au SDP.
4. L'acte de persuasion est propre au tous les types du discours qui forme le SDP, il a le caractère universel.

La caractéristique primordiale du supradiscours persuasif est la persuasivité. Le supradiscours persuasif se caractérise par la mise en œuvre de l’influence persuasive dont le but est de changer le comportement post-communicatif du récepteur par biais de changement de son attitude pré-communicatif à l’égard de l’objet du discours.

Les particularités de l’influence persuasive :

* Conflit pré-communicatif (réel ou supposé) entre les participants sur la nécessité/possibilité/désirabilité de l’action post-communicatif initiée par le locuteur ;
* Dichotomie de rationnel et de l’émotionnel : application des arguments rationnels et émotionnels (explications, exemples, flatterie, etc.). « Faut-il rappeler qu’Aristote, le fondateur de la théorie de l’argumentation européenne avec ses traités « Topiques » et « Rhétorique », soulignait encore plus clairement qu’il est légitime pour l’orateur d’utiliser non seulement des moyens persuasifs basés sur le logos (l’argumentation rationnelle), mais aussi les émotions de l’auditoire (pathos) et la réputation de l’orateur même, qui inclut notamment les émotions positives suscitées par la personnalité de l’orateur (ethos) »[[26]](#footnote-27) ;
* Libre choix : le récepteur prend la décision indépendamment sur la nécessité/possibilité/désirabilité de l’action au bénéfice du locuteur

Le contexte de la situation communicative et les particularités de l’influence persuasive présupposent certaines caractéristiques propres aux interactants. Tout d’abord, il existe entre eux un désaccord sur la nécessité/possibilité/désirabilité de l’action à réaliser par le récepteur, d’où découle l’intention persuasive dominante du locuteur, son intérêt vif et sincère dans l’actualisation de ses intentions. Les interactants possèdent des images cognitives les uns des autres, ils comprennent la situation communicative et se servent du code linguistique et paralinguistique commun. Ils possèdent aussi des connaissances communes (encyclopédique, pragmatique et socio-culturelle) ; tout de même niveau de connaissances communes de locuteur et récepteur peut différer et ce fait influence le choix des stratégies argumentatives et des moyens linguistiques de leur actualisation.

La stratégie persuasive représente un phénomène universel dans certains types de discours où l’un des objectifs prépondérants de l’expéditeur est de changer le comportement post-communicatif du locuteur ; par exemple, ce sont les discours politique, médiatique et religieux. La stratégie persuasive détermine l’application des moyens linguistiques de la persuasion rationnelle, aussi bien que de l’influence émotionnelle.

L’objectif de la stratégie persuasive est donc de changer le comportement post-communicatif du récepteur dans la situation de libre choix : le récepteur doit être convaincu qu’il est nécessaire, ou désirable, ou possible d’agir.

Dans son œuvre « Риторический метадискурс : основания для прагмалингвистического моделирования и социокультурной реализации (на материале современного немецкого языка) » *(« Le métadiscours rhétorique : le fondement du modelage pragma-linguistique et de la mise en œuvre socioculturelle (sur les exemples de l'Allemagne contemporain) »)*, M. Golodnov représente la structure hiérarchique de la stratégie persuasive à cinq niveaux qui sont reliés par les relations d’inclusion[[27]](#footnote-28) :

1. Stratégie persuasive générale (intention générale) ;
2. Stratégies persuasives spécialisées ;
3. Démarches communicationnelles persuasives : tactiques persuasive (les moyens de la mise en œuvre d'une stratégie persuasive) ;
4. Outils communicationnels persuasifs ;
5. Marqueurs persuasives (moyens linguistiques et extralinguistiques de l’explication persuasive des outils communicationnels persuasifs dans la structure du texte).

Nous allons nous appuyer sur cet approche et nous servir de conclusions faites dans ce chapitre pour analyser les tactiques persuasives dans le discours religieux.

# CHAPITRE II. DISCOURS RELIGIEUX.

## 2.1 Situation contemporaine

Aujourd’hui les recherches sur l’argumentation sont basé sur les textes des médias, textes politiques. Ce sont les modèles, les moyens et les modalités de l’argumentation qui font l’objet des recherches contemporaines. Tout de même, on n’utilise pas souvent les textes religieux comme base de recherche sur l’argumentation tandis qu’ils représentent un champ d’investigation très intéressant.

« La réduction du *discours* aux *textes*, et de ceux-ci aux textes fondateurs, laisse dans l’ombre le réseau dense des pratiques discursives de la vie religieuse : des catéchismes aux émissions religieuses à la télévision, des bulletins paroissiaux aux réunions de fidèles, etc., autant de genres qui sont laissés aux érudits, aux historiens ou aux sociologues, qui les abordent avant tout comme des documents »[[28]](#footnote-29).

Tout d’abord nous allons examiner le discours religieux et définir les genres principaux et après il faut en sélectionner ceux que nous pouvons inclure dans le domaine du supradisours persuasif (Figure 2. Le contenue du supradisours persuasif).

Figure 2. Le contenue du supradisours persuasif

Pourquoi alors s’intéresser dans le discours religieux ? D’un cote la religion fait part de la vie privée et chaque personne a la liberté de confession et la liberté de pensée ; mais d’autre coté le XXI siècle montre la renaissance de la religion en tant que la force déterminant. La religion a toujours sa force et son influence inspirantes aussi bien que destructives. La plupart de la population de notre planète partagent des convictions religieuses quelconques qui influencent leurs interactions et leur conception du monde.

Dans notre recherche le champs d'investigation se limite au discours religieux chrétien, orthodoxe et catholique en particulier. Pendant plus de 2000 ans le Christianisme, et l'Eglise Catholique en particulier, influençait la formation de la civilisation occidentale. Nous pouvons trouver les traces de la religion chrétienne dans l'art, la musique, la littérature et l'histoire. Il est assez intéressant que ces deux courants du christianisme subit aujourd'hui les tendances différentes. L'orthodoxie est représenté par l'Eglise orthodoxe russe dans notre recherche, et voilà quelque faits et chiffres tirés du récent rapport du patriarche Cyrille : « Сегодня наша Церковь объединяет 293 епархии, то есть на 46 больше, чем в 2013 году и на 134 больше, чем в 2009 году. Созданы 24 митрополии: их число достигло 57»[[29]](#footnote-30) *(Aujourd’hui notre Eglise comprend 293 diocèses ce qui est de 46 plus qu’en 2013 et de 134 plus qu’en 2009. 24 métropoles ont été crées et leur nombre total a atteint 57).* «[…] сейчас в Русской Православной Церкви 34 764 храма или иного вида помещения, где совершается Божественная литургия, что на 3 379 больше чем в 2013 году, по уточненным данным. (*Pour le moment l’Eglise Orthodoxe Russe inclue 37 764 temples ou autre type de locaux ou la Divine Liturgie est célébrée ce qui est de 3 379 plus qu’en 2013 d’après les données précisées).* В странах дальнего зарубежья действуют 891 приход и 56 монастырей Московского Патриархата, включая приходы и монастыри Русской Зарубежной Церкви *(A l’étranger (l’étranger lointain) nous avons 891 paroisses et 56 monastères de l’Eglise orthodoxe russe hors frontières).*

Nous voyons que l'Eglise orthodoxe russe renforce son influence et élargi sa présence dans les médias. La situation est différente pour le monde catholique. Depuis 1980 jusqu’à 2012 le nombre des catholiques a augmenté de 57% ; mais le ratio des croyants catholiques reste plus ou moins stable depuis 50 derniers ans et est égal à 17.2% dans le monde ce qui représente 1,228,612,000 des gens pour l’an 2012 selon les données du *National Catholic Reporter*[[30]](#footnote-31). En même temps il faut souligner que le nombre des prêtres en Europe diminue aussi bien que la quantité des baptêmes des enfants (de 3.6 mln à 2 mln) et des mariages religieux. Tandis qu’en Europe et dans les Amériques nous assistons à la tendance de l’action laïque, l’Afrique et l’Asie montre une hausse considérable des croyants : de 12.5% en 1980 à 18.6 % en 2012 pour l'Afrique et la population catholique en Asie montré la hausse de 115% de 1980 à 2012[[31]](#footnote-32). (**Annexe** **A** pour voir la distribution des catholiques)

La présence de la religion dans notre vie est incontestable et cela touche non seulement la vie quotidienne, mais aussi la domaine politique. En ce qui concerne l'Eglise Catholique, elle a son propre corpus diplomatique, le Saint Siège : “The Holy See [...] is recognized as a sovereign entity under international law, and it has diplomatic relations with the vast majority of countries in the world. As of 2012, The Holy See had bilateral relations with 179 nations out of the 193 recognized by the United Nations.” *[[32]](#footnote-33) (Le Saint Siège est reconnu comme sujet de droit international et entretient des relations diplomatiques auprès de la plupart des états du monde. En 2012 le Saint Siège entretenait les relations bilatérales auprès de 179 de 193 pays reconnus par l'Organisation des Nations Unis).* Pour conclure, nous devons constater l'importance de la religion dans la vie humaine et son influence sur la vie des gens au XXI siècle. Ainsi de point de vue linguistique, il est extrêmement intéressant d'étudier le discours religieux et d'y trouver les moyens par lesquels on exerce cette influence. D'ici découle nos taches suivantes :

* déterminer le discours religieux ;
* analyser ses genres ;
* nous concentrer sur ceux qui représente un intérêt particulier de point de vue de notre recherche: les genres qui ont la force persuasive.

Comment définir le discours religieux ? Dans un sens étroit le discours religieux représente la totalité des actes langagiers utilisés dans le domaine religieux; dans le sens plus élargi sous le discours religieux nous comprenons la totalité des actions dont le but est d'associer une personne à la fois, de la communier, ce sont aussi les actes de langage employés par les interactants[[33]](#footnote-34). Les formes d'existence du discours religieux sont déterminé par les objectifs principaux: 1) affermir la foi des croyants ; 2) sentir l'appartenance à une confession ; 3) attirer de nouveaux adeptes.

Le discours religieux s'étend bien loin des institution religieux. « Un examen plus détaillé suppose de distinguer entre trois registres :

1. Le **discours de la religion** – dogmes, normes, doctrines et systèmes philosophiques.

2. Le **discours sur la religion**, qui admet une très grande complexité, en ce qu’il convoque la question des modalités différentes d’expressivité : théories religieuses ou séculières de la religion, qu’elles se revendiquent d’une scientificité ou pas.

3. Le **discours religieux** – qui est fondé sur une double identité : celle d’un registre singulier du langage humain, qui n’est, dans les sciences sociales, jamais isolable (sauf cas particulier) de son contexte historique, social et culturel ; singularité qui se rapporte à ce qui, dans un groupe donné, est considéré comme religieux (Spiro 1972) » [[34]](#footnote-35).

La question des genres du discours religieux nous semble assez difficile. Il faut souligner que le discours religieux se distingue par le caractère complexe de communication à cause de la présence de Dieu (d'une Divinité qui se manifeste différemment dans les religions diverses). Donc nous assistons toujours au certain forme du dialogue explicite ou implicite entre les croyants et Dieux par intermédiaire des institutions religieux et ses représentants (voir aussi « Particularités du discours religieux persuasif. 1. Locuteur » ).

## 2.2 Genres du discours religieux

Dans ce recherche nous allons présenter un analyse bref des genres religieux. Nous proposons de comparer le contenu des définitions en français et en russe. Pour mieux comprendre les différences dans ces genres, nous allons présenter plusieurs définitions en français et trouver celle-ci en russe, qui corresponde mieux à la première.

**Homélie / Проповедь**

**1FR :** Discours familier destiné à instruire sur les matières religieuses. *Les homélies de saint Jean Chrysostome.*

♦ En partic. « Commentaire pastoral de l'Évangile, après lecture de celui-ci, au cours de la messe, et normalement prononcé par le célébrant lui-même » (Foi t. 1 1968). Synon. Sermon : − P. ext., péj. Écrit ou discours moralisateur, long et ennuyeux (CNRTL)

**1RU :** 1. Речь религиозно-назидательного содержания, произносимая в церкви (церк.). Воскресная проповедь. || перен. Наставление, нравоучение (разг.). «Кому вы вздумали читать такую проповедь?» Некрасов.

2. перен. Устное или письменное распространение какого-нибудь учения, идей, взглядов, мнений. (Толковый словарь Ушакова)

**2FR : Prédication** faite au cours de la messe. Les homélies étaient des instructions familières que les Pères de l'Église grecque adressaient au peuple. Remise à l'honneur par le concile Vatican II comme partie intégrante de la liturgie de la Parole, l'homélie est une explication, à partir des lectures bibliques, des mystères de la foi et des normes de la vie chrétienne. (Encyclopédie Larousse)

**2RU :** христианское церковное наставление, преподаваемое в храме за литургией, имеющее своей задачей поведать и разъяснить слушающим учение И. Христа. (Энциклопедия Брокгауза и Ефрона)

**3FR** **:** Méditation et commentaire sur les lectures bibliques lues au cours de la messe. (Glossaire de l'église catholique)

**3RU** **:** главное орудие распространения и познания веры. Во времена апостолов она считалась делом священным, а дар проповедника отождествлялся с пророческим даром. В наши дни читать проповеди входит в служебные обязанности каждого священника. (Православная энциклопедия)

**4RU :** пропаганда религиозной идеологии в форме публичной речи, сообщающей важнейшие положения вероучения и побуждающей к соответствующему поведению (Атеистический словарь)

**5RU :** 1) дидактическое произведение ораторского типа, содержащее требования этического, преимущественно религиозного, характера. Вызвана к жизни духовными движениями 9 - 5 вв. до нашей эры в Европе и Азии. Один из главных жанров средневековья (в древнерусской литературе – проповедь Кирилла Туровского).

2) Религиозное поучение, произносимое священнослужителем в конце литургии. (Современная энциклопедия)

Alors, les points de convergence sont soulignés dans les définitions correspondantes. Les définitions 3FR et 3RU sont présentées sous le même numéro à cause de leurs sources : elle sont tirées des livres religieux, mais nous voyons comment le mots est traité différemment. La définition qui se détache dans cette représentation est la quatrième du fait qu’elle est tirée du dictionnaire athéistique, qui attache les connotations péjoratives en décrivant l’homélie comme « propagande ».

En français le mot « homélie » a plusieurs synonymes qui sont traduits en russe par le même mot « проповедь » :

**Prédication/**

**A. −** Action de prêcher et, *p.méton.*, contenu du message délivré.

1.**a)** *RELIG.* *Art, exercice de la prédication; thèmes de la prédication*.

**b)** *En partic.*, *RELIG. CHRÉT.* Annonce de la Parole de Dieu normalement réservée aux évêques et à leurs coopérateurs, les prêtres du second rang ou aux ministres protestants

2. *P. anal.* Propagande par le discours.

**B. −** Synon. de *homélie, prêche, sermon* (CNRTL)

**Sermon/**

**A. −** *RELIG.* Discours prononcé par un prédicateur, généralement un prêtre catholique, pour instruire ou pour exhorter les fidèles.

− *LITT.* Genre littéraire, à son apogée au XVIIe.

− *P. anal.* [P. allus. à *Matth.* V-VII inclus et *Luc* VI, 17-49] *Sermon sur la montagne*. Paroles du Christ prononcées au début de sa vie publique sur une hauteur dominant le lac de Tibériade et révélant à ses disciples et à la foule son message messianique, l'idéal nouveau de l'Évangile et les Béatitudes.

**B. −** Souvent *péj.* Discours moralisateur, généralement long et ennuyeux, adressé à une personne pour l'exhorter, lui reprocher sa conduite, l'engager à la modifier. (CNRTL)

**Prêche/**

**A. −** *RELIG. PROTEST.*

**1.** Sermon s'appuyant sur un passage de l'Écriture et qui constitue l'essentiel du culte ordinaire; par méton. le culte.

**B. −** *P. anal.,* *RELIG. CATH.* Homélie, prône, sermon.

**C. −** Avec une connotation *péj.* Discours moralisateur, pontifiant, exalté. (CNRTL)

**Prône/**

**B. −** *RELIG.* Instruction, accompagnée d'avis, qu'un prêtre fait aux fidèles à la messe paroissiale du dimanche.

− *Fam.* Remontrance longue, ennuyeuse et de ton moralisateur.

En russe nous pouvons considérer le mot « слово » comme synonyme de l’homélie car ce genre représente une variante de l’homélie :

**Слово/**

Жанр византийской и древнерусской церковной письменности и проповеди. В Византии жанр Слова достиг расцвета в IV веке благодаря проповеднической деятельности св. Григория Назианзина, Василия Великого, Епифания Кипрского и особенно Иоанна Златоуста, творения которого стали образцами в странах православного мира. (Православие. Словарь-справочник)

**4.** [ед.](http://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/223346/277650) Публичное выступление, речь. *Вступительное с. Заключительное с. докладчика. Последнее с.подсудимого.*

**5.** Речь на какую-н. тему, повествование, рассказ ([устар.](http://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/223346/278957) и [высок.](http://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/223346/277519)). *« С. о пользе стекла» Ломоносова. « С. о полку Игореве».* (Толковый словарь Ожегова.)

**Psaume /Псалом**

**1FR :** RELIG. *Chacun des cent cinquante poèmes religieux*, jadis attribués au roi David, qui composent l'un des livres de la Bible et sont récités ou chantés dans les liturgies juives ou chrétiennes (abrév. ps.). (CNRTL)

**1RU :** (церк., книжн.). *Религиозное песнопение*, входящее в состав псалтыря. Автором псалмов библия считает царя Давида. (Толковый словарь Ушакова)

**2FR :** Chant liturgique de la religion d'Israël passé dans le culte chrétien et constitué d'une suite variable de versets. (Encyclopédie Larousse)

**2RU :** Религиозное песнопение, входящее в псалтырь. (Толковый словарь Ожегова.)

**Prière / Молитва**

**1FR :** RELIGION. Élévation de l'âme vers Dieu (ou une divinité) pour lui exprimer son adoration ou sa vénération, ses remerciements ou actions de grâces, pour obtenir ses grâces ou ses faveurs; acte par lequel on s'adresse aux saints pour obtenir leur intercession auprès de Dieu. (CNRTL)

**1RU :** 1. В религии: установленный канонический текст, произносимый при обращении к Богу, к святым.

2. Моление, обращённое к Богу, к святым. (Толковый словарь Ожегова)

**2FR :** 1. Acte rituel par lequel *on s'adresse* à une divinité ou à ses intercesseurs.

2. Ensemble de formules, en général codifiées, par lesquelles *on s'adresse* à Dieu (Dictionnaire Larousse)

**2RU :** 1) *обращение* верующего к божеству.

2) Канонизированный текст обращения. (Большой Энциклопедический словарь)

**3FR :** (mot dérivé étymologiquement du bas latin « praecaria », qui a donné également « précaire ») La prière, est un dialogue avec Dieu. Elle suppose donc la foi en un rapport possible avec Dieu. Cette foi a toujours été présente au cœur de la prière du Peuple de Dieu. Elle s’exprime largement dans les Psaumes. La prière chrétienne est telle une succession de variations musicales dont le thème serait *l’appel de Dieu* et la réponse de l’homme dans un échange d’amour. (Glossaire de l’Eglise catholique)

**3RU :** основная форма общения с Богом, *обращение к Нему* с благодарностью, за помощью и благословением. Молитва является естественным стремлением души к общению с Богом, как и жертву можно назвать воплощенной молитвой. (Полный и подробный Библейский Словарь к русской канонической Библии)

**Parabole / Притча**

**1FR :** Court récit *allégorique*, symbolique, de caractère familier, sous lequel se cache un enseignement moral ou religieux, que l'on trouve en partic. dans les livres saints et qui fut utilisé par le Christ dans sa prédication. (CNRTL)

**1RU :** 1. Рассказ, *в иносказательной форме* содержащий нравоучение (книжн.). Евангельские притчи. Соломоновы притчи.

2. перен. употр. в восклицательных и вопросительных предложениях в знач.: непонятная вещь, труднообъяснимое явление (разг.). (Толковый словарь Ушакова.)

**2FR :** Genre littéraire en usage dans le judaïsme palestinien, consistant en une comparaison développée dans un récit conventionnel dont les éléments sont empruntés à la vie quotidienne et permettant de concrétiser un aspect de la doctrine. (Jésus, dans son enseignement, a beaucoup usé de la parabole.) (Dictionnaire Larousse)

**2RU :** малый дидактико-аллегорический литературный жанр, заключающий в себе моральное или религиозное поучение («премудрость»). Близка к басне; в своих модификациях - универсальное явление в мировом фольклоре и литературе (напр., притчи Евангелий, в т. ч. о блудном сыне). (Большой Энциклопедический словарь)

**3FR :** (du grec parabolè, comparaison) Comparaison imagée, *dont les éléments sont empruntés à la vie quotidienne*, elle comporte un enseignement religieux ou moral. Jésus y eut souvent recours pour faire comprendre ce qu’il voulait révéler à ses auditeurs. (Glossaire de l’Eglise catholique)

**3RU :** иносказание, *поучительный жизненный пример*, которые особенно часто употреблял Господь Иисус Христос в Своих беседах с народом (ученикам же дано знать тайны Царствия Божия — Мат.13:10 ,11,34). Притчами Господь пытался побудить слушавших понять высшее, духовное через осмысливание простого, земного. (Полный и подробный Библейский Словарь к русской канонической Библии.)

**Confession / Исповедь**

**1FR :** A.− Action de proclamer une croyance, une doctrine.

B.− Aveu devant témoin(s) privé(s) ou public(s).

1. RELIG. CATHOL. Aveu de péchés que le pénitent fait *au prêtre* ou à Dieu seul.

2. Aveu qu'une personne fait d'un acte blâmable qu'elle a commis; action de se confier

− LITT. Récit autobiographique où l'auteur rapporte les erreurs de sa vie, veut faire preuve d'une sincérité totale. (CNRTL)

**1RU :** 1. У христиан: признание в своих грехах *перед священником*, отпускающим грехи от имени церкви и Бога, церковное покаяние. Быть на исповеди.

2. перен. Откровенное признание в чём-н., рассказ о своих сокровенных мыслях, взглядах (книжн.). Авторская и. (Толковый словарь Ожегова.)

**2FR :** Aveu de ses péchés *à un prêtre* catholique, pour en obtenir l'absolution. *(le premier des définitions)* (Dictionnaire Larousse)

**3FR :** - nom traditionnel du sacrement de pénitence et de réconciliation; le pénitent « confesse » ses péchés *au prêtre*, représentant de Dieu, pour recevoir l’absolution.

- confession de foi : action de déclarer sa foi publiquement. Certaines confessions de foi sont devenues des formules officielles dans lesquelles des Églises se reconnaissent. Exemple : la confession d’Augsbourg

- on désigne aussi par « confession » les différentes Églises chrétiennes. Exemple : on peut être de confession catholique, luthérienne, calviniste, etc. (Glossaire de l’Eglise catholique)

**2/3RU :** в христианстве таинство: раскрытие верующим своих грехов *священнику* и получение от него прощения («отпущение грехов») именем Христа. (Большой Энциклопедический словарь)

Nous proposons également d'examiner la liste des activités du Pape présentée sur le site du Saint-Siège[[35]](#footnote-36).

1. Angélus- Regina Cæli (Traduction: молитва, обращённая к Богородице; ангелус)

Définition : Prière en trois versets, en référence avec le récit évangélique de l’Annonciation dont les premiers mots sont : « l’Ange du Seigneur annonce à Marie… ». Un « Je vous salue Marie » suit chaque verset et une oraison conclut cette prière. L’Angélus se récite trois fois par jour, le matin, à midi et le soir.

1. Audiences (Traduction : прием**)**

Définition : (Audiences générales) Accueil par le pape des pèlerins qui se rendent à Rome. Les audiences ont lieu habituellement le mercredi. Cette coutume fut instaurée par Pie IX.

1. Bulles (Traduction : булла, папская грамота)

Définition : (Bulle papale) Lettre solennelle du pape. Elle est scellée soit d’une boule de métal (origine du mot), soit d’un cachet de cire. Les constitutions apostoliques (équivalent d’une loi) se présentent souvent sous forme de bulles.

1. Constitutions Apostoliques (Traduction : папские буллы)

Définition : Document solennel du pape, légiférant sur des questions de dogme, de discipline générale ou de structure de l’Eglise.

1. **Discours** (Traduction : речь)
2. **Encycliques** (Traduction :энциклика /послание папы римского/)

Définition : Lettre solennelle du Pape adressée à l’ensemble de l’Eglise catholique ou plus spécifiquement à une des parties d’entre elles évêques, clergé, fidèles. Les encycliques sont des textes qui ont le plus souvent valeur d’enseignement et peuvent rappeler la doctrine de l’Église à propos d’un problème d’actualité.

1. **Exhortations Apostoliques** (Traduction : Поучение, проповедь)

Texte semblable à une encyclique par son esprit et ses destinataires. Aujourd’hui, les exhortations apostoliques présentent habituellement les conclusions du pape à une réflexion collective, comme celle d’un synode des évêques.

1. Lettres Apostoliques (Traduction : папские послания)

Définition : Document solennel émanant du Saint Siège par lequel le pape s’adresse soit à un responsable de l’Eglise, soit à une catégorie de fidèles. Il souhaite ainsi leur faire connaître une orientation ou un enseignement qui concerne l’un ou l’autre des destinataires. Elle n’a pas de portée universelle, mais elle se veut être aussi « une lettre ouverte ».

1. **Homélies** (Traduction : проповедь)
2. Lettres (Traduction : письма)
3. **Messages** (Traduction : послание)
4. Motu Proprio (Traduction : апостолическое послание папы /направленное по его инициативе без предварительного запроса мнений/)

Définition : (De son propre chef) Acte législatif pris et promulgué par le Pape, agissant de sa propre initiative, en pleine connaissance de cause et (non pour répondre à une sollicitation). Cet acte équivaut à un décret qui précise des règles d’administration et d’organisation dans l’Eglise.

1. Prières (Traduction : Молитвы)
2. Méditations quotidiennes (Traduction : Молитвы, размышления)

Définition : Exercice spirituel silencieux où l’intelligence s’applique à réfléchir sur la Parole de Dieu. Un texte biblique, une parole des Ecritures, des ouvrages de spiritualité… peuvent être le point de départ de la méditation. S’approprier le texte, le confronter avec soi-même et en toute humilité, dans la foi, se laisser transformer par Dieu. La méditation est source d’enrichissement pour la foi et elle alimente la vie intérieure. Certains commentaires parlés ou écrits de l’Ecriture peuvent également être appelés méditation.

Cette analyse brève, en tant que superficielle dans une certaine mesure, nous permet tout de même de distinguer plusieurs genres religieux qui ont les traits du discours persuasif conformément à leurs définitions : homélie/prêche/sermon/prédication/prône et message, encyclique, lettre apostolique. Si la première groupe ne pose pas de questions, la deuxième demande plus d'explications. Si nous examinons le contenu des lettres apostoliques il sera évident que ce genre religieux ne convient pas pour notre recherche et nous devons l'exclure, car en effet ces lettres représentent les documents et les règlements du Pape à propos de questions particulières, c'est plutôt les textes appartenant au discours juridique. En ce qui concerne les encycliques, elle aussi représente un document solennel du Pape, mais qui est dédié aux questions pertinentes sociales, politiques ou morales, et l'encyclique est semblable à l'homélie, sauf qu'elle n'est pas prononcé au cours de la messe. Les encycliques sont aussi beaucoup plus longues que les homélies et elles sont plus rares (Tableau 1) :

Tableau 1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pontife | Pontificat | Nombre d'encycliques |
| François | 13 mars 2013 – | 2 |
| Benoit XVI | 24.IV.2005 – 28.II.2013 (8 ans) | 3 |
| Jean Paul II | 22.X.1978 – 2.IV.2005 (27 ans) | 14 |
| Jean Paul I | 3.IX.1978 – 28.IX.1978 (1 mois) | 0 |
| Paul VI | 30.VI.1963 – 6.VIII.1978 (15 ans) | 7 |

Ainsi nous pouvons dire que l'encyclique peut être considéré comme appartenant au segment persuasif, mais elle se trouve à la périphérie, aussi bien que les exhortations apostoliques qui plaident toujours en faveur de l'engagement dans une activité quelconque, ou de la prise d'une voie particulière.

Un autre genre qui attire notre attention est le message. Nous proposons de le situer entre la périphérie et le centre du segment persuasif du discours religieux, parce que d'un coté le message, bien sur, a sa force persuasive et dans certain cas il peut être considéré comme un type d'homélie (par exemple, message Urbi et Orbi) ; d'autre coté, il peut être caractérisé comme une forme spécifique et occasionnelle du discours religieux.

Nous proposons de définir ces genres comme appartenant au supradiscours persuasif. En plus, nous allons employer le mot « homélie » dans son sens le plus général, comme discours ayant pour but d'instruire le récepteur, ce que nous aidera d'éviter les répétions inutiles d'énumération des genres religieux, car le but de notre recherche est de définir les stratégies et les tactiques persuasives dans le discours religieux et montrer le caractère universelle de ces stratégies. Ainsi nous proposons de nous servir du terme « homélie » qui englobe le prêche, le sermon, la prédication et le prône. En somme nous pouvons ranger les genres religieux d'une façon suivante (Figure 3. Segment persuasif du discours religieux) :

Cette approche nous permet de dire que le segment persuasif du discours religieux compte plusieurs genres; elle nous permet aussi de tirer les exemples pour la justification de notre point de vue de plusieurs sources. En ce qui concerne les genres religieux dit « orthodoxes », dans leur majorité ils coïncident avec ceux dit « catholiques ». « Послание » du Patriarche correspond au message du Pape (пасхальное/рождественское послание - message Urbi et Orbi du Pape pour les Pâques/le Noel). « Слово » du Patriarche nous pouvons classer comme sermon qui s'effectue après le service.

Figure 3. Segment persuasif du discours religieux

Parmi tous les genres religieux l'homélie représente un intérêt particulier pour notre recherche comme genre qui se trouve au centre du champs du supradiscours persuasif. Le dictionnaire raisonné de culturologie définit l’homélie comme un œuvre didactique rhétorique qui contient les prétention éthiques, d’habitude religieuses, et qui en incite les récepteurs à la perception émotionnelle. Le christianisme emprunte la technique qui est à la base de l’homélie du moralisme antique et de la propagande religieuse orientale. L’homélie comme genre religieux se forme vers le IV siècle sous l’influence de la tradition antique ; « l'étymologie du terme grec (homoios, semblable; ilè, troupe, foule) le dit bien : l'homélie se présente comme un discours développant un étroit contact avec les auditeurs et se déployant comme un entretien familier à propos des textes et de la vie »*.[[36]](#footnote-37)* L’éloquence de la rhétorique religieux atteint son apogée dans les homélies de Jean Chrysostome qui servent toujours comme exemple pour certain pays orthodoxes.*[[37]](#footnote-38)*

Dans sa conception la plus universelle l'homélie peut être définie comme discours destiné à présenter et expliquer l'enseignement de Jésus Christ et qui est instruite au cours de la liturgie. L'homélie est aussi l'objet d'étude de l'homilétique, partie de la théologie. Les questions sur la nature et l'essence de l'homélie sont toujours ouvertes. Depuis longtemps l'homélie était traitée par les scientifiques et chercheurs comme produit de la rhétorique .

Le Pape François fait remarquer que l’homélie « est un genre particulier, puisqu’il s’agit d’une prédication dans le cadre d’une célébration liturgique; par conséquent elle doit être brève et éviter de ressembler à une conférence ou à un cours »[[38]](#footnote-39). Il est important d'analyser la structure de l'homélie, sa forme. Il est possible de distinguer plusieurs types d'homélies, par exemple: homélie thématique (traite un thème concret, un sujet; explique un mot-clé de l'Ecriture Sainte), textuelle (l'homélie a pour la base un extrait de la Bible à expliquer), appellative (appel à la foi), etc. Mais les fondements des classifications pareilles sont assez conditionnels et pour notre recherche la question de classification de l'homélie ne représente pas un intérêt particulier.

Comme nous avons déjà mentionné, la religion ne perd pas ses positions dans la société contemporaine, elle évolue dans le temps et les changements qui touchent l'Eglise se manifestent dans l'interaction des hommes de l'église avec les croyants. L'homélie étant le moyen le plus répandu du dialogue entre l'église et les fidèle se trouve au centre de l'intérêt : « On y assiste en foule, en particulier quand il s’agit de cycles de sermons qui reviennent à des moments déterminés de l’année : l’Avent, qui précède Noël, et le Carême, qui précède Pâques. Mutatis mutandis, ces cycles peuvent être comparés à des phénomènes contemporains comme le Tour de France ou la période des soldes, qui rythment l’année. »[[39]](#footnote-40)

Toute homélie comprend trois parties: l'introduction, la partie centrale et la conclusion. L'introduction attrape l'attention de l'auditoire et le prépare au thème biblique. On recours à des moyens différents :

* Citation:

« "Pierre courut au tombeau" (Lc 24, 12). Quelles pensées pouvaient donc agiter l’esprit et le cœur de Pierre pendant cette course ? » (Homélie du Pape François, 26 mars 2016)

« "Явилась благодать Божия, спасительная всей вселенной, дабы мы, отвергнув нечестие и мирские похоти, целомудренно, праведно и благочестиво жили в нынешнем веке» (см. Тит. 2:11-12). Эти замечательные слова из Послания апостола Павла к Титу, которые мы только что слышали, несут в себе ключевые смыслы, связанные с пришествием в мир Спасителя и с праздником Богоявления» (Homélie du Patriarche Cyril, 19 janvier 2016) *(«Car la grâce de Dieu, source de salut pour tous les hommes, a été manifestée. 12 Elle nous enseigne à renoncer à l’impiété et aux convoitises mondaines, et à vivre dans le siècle présent selon la sagesse, la justice et la piété » (Tite 2:11-12). Ces mots remarquables de la lettre de l’apôtre Paul à Tite que nous venons d’entendre, présentent les notions clés qui sont liées à l’avènement au monde du Sauveur et à la fête de l’Epiphanie.)*

La citation représente un moyen très effectif et souvent utilisé dans l'introduction de l'homélie. De 48 homélies du Pape François, prononcé en 2014, 19 commence par la citation même ou par la proposition qui introduit/contient la citation

* Aborder le sujet centrale en directe :

« Nous fêtons aujourd’hui la Sainte Famille. Il s’agit de la famille de Nazareth, celle de Jésus enfant avec ses parents Marie et Joseph ; Sainte Famille dont nous venons d’entendre une des péripéties les plus connues, en tout cas le seul événement que les Évangiles nous rapportent de l’enfance de Jésus. » (Homélie du diacre Daniel Bichet, 30 décembre 2012)

La deuxième partie de l'homélie est la partie principale qui contient les idées essentielles : après avoir présenté à l'auditoire le thème de l'homélie, le prédicateur développe le sujet. Le but principale de cette partie est de donner l'explication des vérités bibliques, présenter les fondements des assertions du prédicateur, retenir l'attention et l'intérêt des récepteurs et les amener/préparer à la conclusion dans la partie finale. C'est cette partie de l'homélie qui représente un intérêt particulier pour notre recherche: c'est là ou le prédicateur recours à des outils communicatifs pour mettre en œuvre les stratégies persuasives afin d'atteindre son but communicatif. Nous allons aborder ce sujet dans le chapitre suivant.

# CHAPITRE III. DISCOURS RELIGIEUX PERSUASIF.

## 3.1 Particularités du discours religieux persuasif.

Le discours religieux persuasif représente le champ de la mise en œuvre d’une telle pratique rhétorique qui transmet le message moralisateur ayant le but de persuader le récepteur par les moyens linguistique et non-linguistiques. En parlant du discours persuasif religieux il est indispensable de prendre en compte les particularités des interactants et la spécificité de leurs relations.

### 3.1.1. Locuteur

Qui est le locuteur du discours religieux persuasive ? C’est un acteur religieux, un prédicateur, qui se manifeste comme médiateur et interprète d’un texte sacré dans le cadre de la communication religieuse. C’est un « locuteur direct » qui a le contact immédiat avec les récepteurs. Dans notre recherche les locuteurs sont les prédicateurs de l'église catholique et orthodoxes de différent rang et origine, ce que nous aide à montrer le caractère universelle des stratégies persuasives. En même temps il faut souligner une particularité du discours religieux : ce que nous devons comprendre, c’est l’existence du « locuteur initial » pour les récepteurs, qui est Dieu lui-même. Pour les récepteurs l'homélie représentent les commentaires à propos de la parole de Dieu.

Dominique Maingueneau définit trois niveaux hiérarchiques des actants du sermon au XVIII siècle:

* « En bas : les auditeurs, qui, par le fait même qu’ils appartiennent à l’Église sont considérés comme des Sujets en quête d’un Objet de valeur, le salut, qu’ils ne peuvent acquérir qu’en perfectionnant leur dévotion et leur connaissance de la doctrine
* – Légèrement au-dessus des fidèles, debout dans la chaire (meuble qui s’est généralisé au XVIe siècle) : le prédicateur, qui joue le rôle de médiateur autorisé de la parole de Dieu, de garant du sens autorisé par la Tradition. [...]
* – En haut, dans l’univers céleste : Dieu, Destinateur de l’ensemble de l’activité énonciative, qui est le garant du rapport de places qu’établit le sermon entre les participants de la prédication et, plus largement, de la communauté même qui les englobe, l’Église. »[[40]](#footnote-41)

Nous pouvons présenter ainsi notre schéma de positionnement des interlocuteurs (Figure 4. Positionnement des interlocuteurs) :

Figure 4. Positionnement des interlocuteurs

Tout comme dans les autres types de supradiscours persuasif, dans le discours religieux persuasif il existe un désaccord pré-communicatif entre les locuteurs qui est le plus souvent lié à l'incompréhension réelle ou présupposée d'une situation. Cette situation est placée au centre du discours que nous pouvons caractériser comme les estimations du prédicateur dans le cadre du critère « ce qui plait à Dieu – ce qui ne plait pas à Dieu », autrement dit le prédicateur explique aux récepteurs ce que correspond aux dogmes religieux.

### 3.1.2. Conflit pré-communicatif.

Dans le chapitre concernant les particularités de l'influence persuasive nous avons mentionné le conflit pré-communicatif comme un des traits indispensables pour accomplir l'action persuasive. Il n'est pas surprenant que ce trait aie de caractéristiques spécifiques dans le discours religieux.

Tout d'abord nous devons prendre en compte l'auditoire : en ce qui concerne le christianisme il y en avait 2.2 milliards des croyants en 2010, autrement dit un sur trois personnes de la population mondiale appartenait à la religion chrétienne ce qui en fait la religion la plus répandue dans le monde[[41]](#footnote-42). Et il serait naïf de penser que chacun et chacune partage les regards exactement tels qu'ils sont représentés dans la doctrine officielle. Le dissentiment peut prendre des formes organisés et publiques ou de mécontentement personnel. Bien sur nous ne parlons pas des éléments essentiels de la foi: il est impossible d'imaginer un fidèle qui ne partage pas les principes de la religion, mais nous parlons ici des différents qui existent entre les croyants et les ecclésiastiques, entre la compréhension des particuliers et la politique officielle de l'Eglise. La question de dissentiment représente un problème sensible dans le domaine religieux. L'existence d'autant des courants au sein du christianisme témoigne de désaccords au niveaux ecclésiastiques (Annexe B).

En même temps, si nous nous éloignons de la religion, nous pouvons dire que cette situation en gros représente un conflit de compréhension. Nous proposons de le traiter comme « conflit extérieure ». L'influence de ce type du conflit pré-communicatif est incontestable, comme tout autre conflit il impacte sur la stratégie persuasive, c'est-à-dire : l'intention du locuteur consiste à persuader le récepteur de la justesse de la doctrine, de la position officielle de l'Eglise, ce qui doit amener au changement du comportement du récepteur. Pourtant nous voudrions opposer ce type du conflit, dit « extérieure », au différend « intérieure » qui existe au cœur des dogmes chrétiennes. Nous avons déjà dit que le prédicateur accomplit le rôle du médiateur entre Dieu et les croyants, ainsi il porte la parole de Dieu. D'après le christianisme, les gens sont rebelles par leur nature, l'humanité a déjà fait son choix de ne pas suivre les règles divines, c'est cette désobéissance qui a séparé les gens de Dieu. La doctrine du péché originel se trouve au centre du conflit pré-communicatif du discours religieux.

### 3.1.3. Relations des interlocuteurs, le problème du récepteur.

Pour comprendre les particularités des relations des interlocuteurs, nous devons aborder la question de l'auditoire: qui sont les récepteurs du discours religieux persuasif ? Il nous semble que le supradiscours persuasif présuppose plutôt la forme de monologue avec les traits de dialogue : les destinateurs des discours politique, religieux et des médias s'adressent dans la plupart des cas à des masses. En même temps, les formes d'interaction sont nombreux, et nous pouvons nous servir de la règle suivante : plus large est l'auditoire du rhéteur, plus son discours est monologique (Figure 5. Relation «  discours – récepteur ») :

Figure 5. Relation «discours – récepteur»

Prenons comme exemple le message Urbi et Orbi de Pâques 2016 du Pape François. Le site de France info indique que plus de 50,000 fidèles se sont réunis sur la place Saint-Pierre à Rome pour entendre l'homélie pascale[[42]](#footnote-43). Est-il possible de compter le nombre des gens qui ont entendu ce message ? Les réseaux de communication font possible d'atteindre les destinataires dans les quatre coins du monde. D'autre coté, si nous examinons les homélies destinées aux paroissiens, c'est tout à fait un discours plus ciblé, et le prédicateur connait mieux son auditoire. Le Directoire sur l'homélie ne laisse à coté cette question non plus : « Comme le dit le Pape François, « Le prédicateur doit aussi se mettre à l’écoute du peuple, pour découvrir ce que les fidèles ont besoin de s’entendre dire. Un prédicateur est un contemplatif de la Parole et aussi un contemplatif du peuple » (EG 154). [...] En plus de l’étude et de la prière, qui sont nécessaires, il faut prêter attention à ce qui se passe dans la paroisse et, plus largement, dans la société, pour suggérer des pistes réflexions à partir de ce que la Parole de Dieu veut faire comprendre à telle communauté dans le temps présent. »[[43]](#footnote-44) Il faut dire que le prédicateur a la possibilité d'entrer en contact directe avec les récepteurs qui sont les paroissiens ; le dialogue est possible hors de la messe, mais toujours dans le cadre du discours religieux. En se servant de cette instrument puissant, le prédicateur peut définir les questions les plus pertinentes de son auditoire, de transférer les prémisses d'un interlocuteur aux tous les récepteurs de son message et rédiger son homélie sur la base du «  dialogue mental ». Les récepteurs forment ainsi une sorte d'entité social qui représente le point de vue collectif.

Autre aspect qui influence considérablement le problème de l'auditoire est le développement des communications. La religion est entrée dans l'espace des médias : elle a la forte présence non seulement sur les pages des journaux ou sur les chaines de télévision, mais l'Eglise a ses propres institutions médiatiques et beaucoup d'entre eux sont indépendantes. Par exemple, *Eternal World Television Network (EWTN)* est probablement la plus grande empire médiatique catholique qui offre le contenu audio et vidéo en plusieurs langues et qui existe entièrement sur les contributions des spectateurs et les dons des personnes privées[[44]](#footnote-45). Il existe des journaux nationaux (ex. *National Catholic Reporter, National Catholic Register, Wanderer*), les paroisses ont leurs propres sites internet, les ecclésiastiques participent activement dans les réseaux soucieux (Facebook, Twitter, Instagram). Aujourd'hui il est possible de s'adresser aux fidèles par plusieurs moyens. Ainsi, quand le discours religieux est diffusé, nous assistons « à une situation de trilogue (Kerbrat-Orecchioni et Plantin (dir.) 1995) où le prédicateur s’adresse à deux publics simultanément : les fidèles présents devant lui et les téléspectateurs invisibles ».[[45]](#footnote-46)

Le Directoire sur l'homélie souligne l'importance des liens avec l'auditoire plusieurs fois : « Enfin, le quatrième aspect concerne les besoins spirituels de ceux à qui est adressée la prédication de l’Eglise : leurs cultures et leurs situations concrètes sont aussi des éléments qui influent sur la composition de l’homélie, puisque celle-ci a pour objet de convertir à l’Evangile chacune des personnes qui l’entendent ».[[46]](#footnote-47) L'influence sur la composition de l'homélie consiste en ce que le prédicateur s'appuie sur les engagements de son auditoire pour s'en servir dans la séquence argumentative qui amène les récepteurs à la conclusion indiquée. En effet, la stratégie persuasif se fonde sur les engagements des récepteurs : « Strategy in rhetorical argumentation characteristically requires the ability to use simulative reasoning to judge what the commitments of the audience are, and how they will draw conclusions based on those commitments »[[47]](#footnote-48). *(Dans la stratégie de l'argumentation rhétorique il est typique d'utiliser le raisonnement simulé pour définir les engagements de l'auditoire et leur façon de tirer les conclusions à partir de ces engagements).*

De ce chapitre nous voyons que la question de l'auditoire attire une attention spécifique non seulement dans le domaine théorétique, mais au sein de l'Eglise elle-même. Il faut aussi tenir compte de la nature de la religion: le christianisme est une religion missionnaire, donc elle présuppose qu'il faut convertir les gens dans le christianisme. Dans le cadre de la problématique envisagée dans ce chapitre cet élément doctrinal signifie que le prédicateur doit être prêt d'être entendu par toute sorte de récepteur, quoi que ce soit un fidèle ou une personne qui ne croit pas. Il est très intéressant comment l'émetteur du message peut se rendre compte de la diversité des allocutaires et de même s'adresser directement à son auditoire : « Et je suis heureux qu’aujourd’hui **des croyants de diverses confessions religieuses s’unissent aussi à notre supplication** pour la paix en Syrie. Ne perdons jamais le courage de la prière ! Le courage de dire : Seigneur, donne ta paix à la Syrie et au monde entier. **Et j’invite aussi les non-croyants à désirer la paix**, avec leur désir, ce désir qui élargit le cœur : tous unis, ou avec la prière ou avec le désir. Mais tous, pour la paix. » (Message Urbi et Orbi du Pape François, 25 décembre 2013)

## 3.2 Les stratégies persuasives : les tactiques persuasives

La stratégie persuasive définit le « plan d'action » de l'émetteur, elle peut être comparée avec la voie du locuteur vers son but de persuader le récepteur. Nous proposons de définir la stratégie persuasive spécialisée comme stratégie communicative ayant pour but de mettre en œuvre l'acte de persuasion. La stratégie se compose des tactiques qui représentent l'ensemble des moyens linguistiques communicatifs ayant pour but l'accomplissement de la tâche indiquée.

Nous proposons de distinguer les stratégies persuasives « rationnelles » et « émotionnelles ». Sous les stratégie persuasives rationnelles nous proposons de comprendre les stratégies qui consiste en présentation des tels arguments qui font appel à la logique, au raisonnement critique des récepteurs. Sous les stratégies persuasive émotionnelles nous comprenons telles stratégies qui ont l’influence forte sur les émotions des récepteurs.

1. **Stratégies rationnelles**
   1. **Actualisation** (le but est de convaincre l'auditoire que la situation correspond à l'actualité)
   2. **Appel à l’autorité**
   3. **Redéfinition** (la présentation des définitions persuasives)
2. **Influence émotionnelle**

La stratégie rationnelle a pour but d’influencer l’auditeur à partir des arguments qui font appel au raisonnement logique. La stratégie émotionnelle s’appuie sur les arguments dont la tâche essentiel est d’influencer les émotions des récepteurs.

### 3.2.1 Stratégies rationnelles

#### 3.2.1.1 Actualisation

L’actualisation représente un processus de passage d’un état potentiel, qui ne corresponde pas à la réalité, vers l’état d’actualité. Dans la religion cette tache en effet consiste à montrer l’actualité des valeurs religieux, valeurs chrétiennes dans notre cas. Quand nous parlons du christianisme, il faut tenir compte que nous parlons des traditions qui sont en vigueurs depuis déjà plus de bimillénaire ; les traditions qui ont été nées au sein du Proche Orient et influencées par l’Empire Romain.

Pour analyser les tactiques et les moyens de la stratégie d'actualisation il nous faut définir l'objet du discours religieux persuasif, plus précisément il en a deux : la situation sacrale (les thèses des textes religieux qui demandent l'explication à la suite d'une nouvelle situation dans la société) et la situation profane (une situation sociale qui doit être expliquée à partir des thèses religieux). L'implication de cette stratégie se produit dans deux direction : du profane au sacrale et vice versa.

Quand nous parlons de l'actualisation du sacrale, les situations réelles/profanes sont utilisées comme les exemples, elles servent de base argumentative pour confirmer les thèses religieuses. Autrement dit, le prédicateur part de la situation sacrale et l'actualise, c'est-à-dire montre la situation pareil contemporain. Le schéma pour ce technique est le suivant : //S// → P (avec //S// pour situation sacrale, → pour actualisation, P pour la situation profane). Cette technique de démythologisation renforce l'argumentation ayant pour but à estimer l'objet du discours. Nous pouvons dire que dans ce cas le sacré et le profane sont comparés et les points communs servent de base pour comparaison - outil de l'actualisation.

Exemple 1 :

*//Quarante jours après sa naissance, Jésus est emmené au Temple.* ***Marie et Joseph*** *l’emmenèrent pour le présenter à Dieu.//* → **Aujourd’hui**, en la fête du baptême du Seigneur, → **vous**, **parents**, amenez vos enfants *pour qu’ils reçoivent le baptême*, pour qu’ils reçoivent ce que vous avez demandé au début, quand je vous ai posé la première question : « La foi. Je veux la foi pour mon enfant ». (Homélie du Pape François, 10 janvier 2016).

La situation profane est introduite par l'actualisateur *aujourd'hui* – l’adverbe de temps lie la situation d’autrefois avec l’époque contemporaine. Le pronom personnel et le déterminant possessif servent de préciser à qui s’adresse le prédicateur. L'actualisation se fonde sur les parallèles suivantes : Marie et Joseph – les parents, Jésus - les enfants, la présentation à Dieu – le baptême.

Exemple 2 :

Que parvienne à vous tous la voix joyeuse de l’Église, par les paroles que l’ancien hymne met sur les lèvres de Marie Madeleine, la première à rencontrer Jésus ressuscité le matin de Pâques. *//Elle courut chez les autres disciples et, le cœur tout battant, elle leur annonça : «* *J’ai vu le Seigneur* *!* *» (Jn 20, 18).//* → **Nous aussi**, qui avons traversé le désert du Carême et les jours douloureux de la Passion, faisons place **aujourd’hui** au cri de victoire : « Il est ressuscité ! Il est vraiment ressuscité ! ». (Message Urbi et Orbi du Pape Benoit XVI, 8 avril 2012)

Dans cet exemple nous assistons à l’actualisation de la résurrection de Jésus Christ. A part de l’actualisation temporaire avec l’adverbe « aujourd’hui », le prédicateur se sert d’adverbe « aussi » qui exprime la réitération des actions et sert de base pour la comparaison des événements sacraux et profanes : l’annonce de Marie Madeleine et le « cri de victoire » des fidèle. Le locuteur également garde la structure syntaxique des deux propositions en conservant le discours directe : « J’ai vu le Seigneur ! » et « Il est ressuscité ! Il est vraiment ressuscité ! » ; ces deux exclamations dans ce contexte exprime la même idée. L’autre chose très importante dans cet exemple est l’emploi du pronom personnel « nous », qui sert non seulement pour l’actualisation, mais qui souligne encore le rapprochement du locuteur avec le récepteur, alors que dans l’exemple précédent (Exemple 1) le prédicateur souligne la distance avec l’auditoire. Nous pouvons l’expliquer par le rôle que joue le prédicateur dans l’acte de communication : nous avons déjà dit qu’il est le médiateur de la Parole de Dieu et dans le premier exemple il accomplit son mission de conférer le baptême – alors, il se positionne « plus haut », tandis que dans le deuxième exemple il se montre plus proche aux fidèles car il lui-même est le serviteur de Dieu, un être humain, et il est important de partager avec les croyants la joie de la fête la plus importante, Pâques.

Exemple 3 :

*//Comment ne pas faire le rapprochement avec cette voix venue du ciel lors du baptême de Jésus : « Celui-ci est mon Fils bien aimé » ?//* **→ Nous aussi**, lors de **notre** baptême, **à la suite de Jésus**, nous avons été marqués de l’onction avec l’huile sainte, et nous sommes devenus enfants de Dieu. (Homélie du diacre Yves Michonneau, 24 janvier 2010)

Dans cet exemple nous voyons encore une fois l’emploi du pronom personnel et du déterminant possessif comme moyens d’actualisation de la situation profane. L’actualisation est fondée sur la comparaison des baptêmes, tout de même les actions comparées ne sont pas assez distinguées : la marque de l’onction a la même force que la voix du Ciel ; pour montrer cette ressemblance le prédicateur recours au moyen plus explicite en soulignant que tout est fait « à la suite de Jésus ».

Et par contre, dans l'actualisation du profane les situations réelles sont reliées avec le sacral qui sert à les expliquer.

Exemple 4 :

Cette responsabilité vis-à-vis d’une terre qui est à Dieu implique que l’être humain, doué d’intelligence, respecte les lois de la nature et les délicats équilibres entre les êtres **de ce monde**, → *parce que // «* *lui commanda, eux furent créés, il les posa pour toujours et à jamais sous une loi qui jamais ne passera* *» (Ps 148, 5b-6). //* (Encyclique du Pape François, 2015)

Exemple 5 :

Lorsqu’on se croise dans la rue, on se dit souvent : « Alors, ça va ? », et le plus souvent la réponse est : « Oui, oui, et toi ? » ou bien : « Ça va… ça va » ou, au pire : « Ah, ça peut aller ! » Pour pouvoir s’exprimer avec plus de sincérité, il faut du temps, de la confiance, de l’écoute. Qui d’entre nous peut se dire en parfaite santé physique, morale, psychologique, spirituelle ? → *//Pour recevoir ta Parole, Seigneur, il me faut te faire confiance, être à ton écoute, prendre le temps de te rencontrer.//* (Homélie du diacre André Roul, 10 février 2013)

Ce passage nous montre qu’il est possible de comprendre la situation sacrale dans le sens plus large : elle peut représenter non seulement les exemples de la Bible ou des textes saints. Ce contraste du profane et du sacral peut exister comme contraste dans les vies des croyants avec le profane indiquant les situation ordinaire, de chaque jour, et le sacral se référant à leur vie spirituelle.

Ainsi nous assistons au mélange des discours quand les images bibliques sont incrustées dans le contexte de la conjoncture contemporaine pour montrer au récepteur l'existence des liens étroites entre le sacré et la situation profane, connue au récepteur.

D'autre coté la technique de démythologisation peut s'appuyer sur l'antithèse quand le sacral est manifesté comme plus important, plus significatif que le profane.

Exemple 6 :

Mais il arrive que, quand nous allons bien et nous prenons nos aises, nous oublions sûrement de penser aux autres → //*(ce que Dieu le Père ne fait jamais)*//, → [...] (Message du Pape François pour le Carême 2015)

Nous voyons que dans la stratégie d'actualisation l'instrument essentiel est l’analogie. L’analogie représente une similitude entre les objets. L’argumentation qui a pour base l’analogie est un type d’argumentation inductive, quand sur la base de la similitude de certains traits, la conclusion sur la similitude des autres traits est faite. La métaphore peut aussi être considérée comme type de l’argumentation analogique[[48]](#footnote-49). Donc, l'actualisation du profane ou du sacré peut être réalisée quand il existe un lien entre les situations sacrales et profanes. Le prédicateur peut se servir des métaphores, comparaisons ou allégorie. Il y a des comparaisons simples, comme nous avons déjà cités, aussi bien que les comparaisons figuratives. L'importance de ces dernières a été soulignée dans le Directoire sur l'homélie du Vatican :« Un des efforts les plus nécessaires est d’apprendre à utiliser des images dans la prédication, c’est-à-dire à parler avec des images. Parfois, on utilise des exemples pour rendre plus compréhensible quelque chose qu’on souhaite expliquer, mais ces exemples s’adressent souvent seulement au raisonnement; les images, au contraire, aident à apprécier et à accepter le message qu’on veut transmettre. Une image attrayante fait que le message est ressenti comme quelque chose de familier, de proche, de possible, en lien avec sa propre vie. Une image adéquate peut porter à goûter le message que l’on désire transmettre, réveille un désir et motive la volonté dans la direction de l’Évangile »*[[49]](#footnote-50)*

Exemple 7 :

Dieu n’est pas indifférent au monde, mais il l’aime jusqu’à donner son Fils pour le salut de tout homme. A travers l’incarnation, la vie terrestre, la mort et la résurrection du Fils de Dieu, **la porte entre Dieu et l’homme**, entre le ciel et la terre, s’est définitivement ouverte. Et l’Église est comme la main qui maintient ouverte **cette porte** grâce à la proclamation de la Parole, à la célébration des sacrements, au témoignage de la foi qui devient agissante dans l’amour (cf. *Ga* 5, 6). Toutefois, le monde tend à *s’enfermer sur lui-même* et à *fermer* ***cette porte*** par laquelle Dieu entre dans le monde et le monde en lui. Ainsi, la main, qui est l’Église, ne doit jamais être surprise si elle est repoussée, écrasée et blessée. (Message du Pape François pour le Carême 2015)

Dans cette exemple le prédicateur recours à la comparaison filée et il aussi l'explique; le fait dernier nous montre que le prédicateur pense toujours à son auditoire : comme c'est le Message pour le Carême du Pape François, en vue du statut de locuteur et de l'importance de l'événement, il est destiné à un très grande nombre des croyants de toutes les origines et il est très important que la comparaison en tant que très vive soit compréhensible pour les larges couches de la population.

Exemple 8 :

**Comme ces jarres pleines d'eau jusqu'à ras bord**, **nos vies sont toutes remplies** d'un tas de choses, de biens, d'occupations, d'envies et nous ne cessons d'en accumuler de peur de manquer. (Homélie du diacre Patrick Douez, 17 janvier 2016)

Exemple 9 :

Vous pouvez habiter tout près d’une plage ou d’une piscine, mais rester complètement sec ! Avouez qu’il y a une grande différence entre être tout prêt de l’eau et s’y plonger… **De la même manière**, on peut être tout près de Jésus sans être vraiment habité par Lui, sans être vraiment chrétien ! (Daniel Coronès, aout 2006)

#### 3.2.1.2 Appel à l’autorité

L'autre stratégie importante consiste en ce que le prédicateur fait **appel à l'autorité**: la solution des contradictions pré-communicatifs s'appui sur l'autorité. En effet, invoquer l'autorité c'est estimer l'objet du discours car dans les textes sacraux il est déjà caractérisé comme ce qui plait à Dieu ou non. L’appel à l’autorité représente le référence du locuteur à l’opinion d’une personne reconnue dans un domaine particulier et qui exerce une influence dans ce domaine. La citation est un des moyens de présenter l’argument d’autorité dans le discours. L’appel à l’autorité est un instrument d’influence sur l’auditoire, et pour que ce type d’argument soit crédible dans le cadre de la persuasion il faut tenir compte de ce qu’il est utilisé aux termes de l’acte persuasif :

* L’appel à l’autorité doit correspondre au contexte de l’acte communicatif ;
* L’opinion de « l’expert » doit être utilisé dans le domaine correspondant
* L’auditoire doit reconnaitre l’autorité

Nous pouvons partager l'autorité du discours religieux en deux groups:

1) l'autorité sacral qui est représentée par Dieu, les saints, etc.

2) l'autorité profane représentée par les scientifiques, les hommes politiques, les organisations publiques, les institutions, etc.

Exemple 1 :

Peut-on conclure de cette escapade de Jésus qu’il serait dans une phase rebelle ? **L’évangéliste Luc nous donne des éléments clairs** pour ôter de nous cette idée : « Il descendit avec eux pour rentrer à Nazareth, et il leur était soumis » [...] (Homélie du diacre Daniel Bichet, 30 décembre 2012)

Exemple de l'autorité sacrale : l'évangéliste Luc ou saint Lus, un disciple de l'apôtre Paul.

Exemple 2 :

Cet appel missionnaire vous est aussi adressé pour une autre raison : vous en avez besoin pour votre cheminement personnel de foi. **Le bienheureux Jean-Paul II écrivait**: « La foi grandit quand on la donne » (Message du Pape Benoit XVI, JMJ 2013)

L’autorité sacrale : Jean-Paul II était le pape catholique en période de 1978 à 2005, et il a été canonisé par le pape François le 27 avril 2014 et considéré comme saint par l'Eglise catholique.

Exemple 3 :

Et, plus largement, nous confions au Seigneur toute la mission de l’Église, **selon le commandement explicite de Jésus :** « Priez donc le maître de la moisson d’envoyer des ouvriers pour sa moisson. » (*Mt* 9, 38). (Message du Pape Benoit XVI, JMJ 2013)

Dans cet exemple le prédicateur fait l’appel à l’autorité de Jésus, mais les mots de Jésus Christ sont pris de l’Evangile selon Matthieu. Cela signifie que le prédicateur fait référence d’un coté à l’autorité sacral de Jésus, d’autre coté à l’autorité sacral de l’Evangile, nous proposons de le nommer « l’autorité redoublée »

Exemple 4 :

**Le Catéchisme l’enseigne ainsi :** « L’interdépendance des créatures est voulue par Dieu. Le soleil et la lune, le cèdre et la petite fleur, l’aigle et le moineau : le spectacle de leurs innombrables diversités et inégalités signifie qu’aucune des créatures ne se suffit à elle-même. […] » (Encyclique du Pape François, 2015)

Le Catéchisme est un livre qui contient l'enseignement sur la doctrine et la morale chrétiennes ; c’est un exemple de l'autorité sacral. Comme ce texte est utilisé pour expliquer les doctrines de la foi chrétienne, nous pouvons dire que ce type d’autorité peur être considéré comme appel à la tradition.

Exemple 5 :

Dans le « Livre des Merveilles » qui est au fond de l’église, j’ai relevé trois témoignages très riches donnés dans le cadre de la démarche « diaconia 2013 ».   
- Le premier **concerne les professionnels de la santé** : « Je me souviens [...] »  
- Le second est donné par un membre d’équipe d’aumônerie: « Une dame [...] »  
- Le troisième est d’un membre de l’équipe du SEM: « J’ai beaucoup [...] » (Homélie du diacre André Roul, 10 février 2013)

Exemple de l'autorité profane : témoignages des gens ordinaires.

Exemple 6 :

Наверное, самой страшной проблемой современности являются гонения на христиан, и я удивляюсь, почему до недавнего времени она не вызывала горячего отклика. **Приведу данные международных организаций**: каждые пять минут в мире убивают христианина. За сутки — около трехсот человек, более 100 тысяч в год. (Слово Святейшего Патриарха Кирилла, 20 марта 2016) *(Probablement, la persécution des chrétiens est le problème le plus effrayant aujourd’hui, et il est étonnant pour moi que ce problème ne ait pas provoqué une réponse vive jusqu’à nous jours. Je vais présenter les données des organisations internationales : chaque 5 minutes on tue un chrétien quelque part dans le monde. Cela fait 300 personnes pendant 24 heures, plus de 100 milles personnes pendant un an.)*

Dans cet exemple le Patriarche s’appuie sur les données statistiques dont le source est les organisations internationales. D’un coté, cette tactique est bien utilisée car le prédicateur recours à l’autorité reconnue : pour être plus persuasif sur la question des données il faut évidemment se référer à l’autorité profane ; le fait que le Patriarche indique qu’il présente les données des organisation internationales doit persuader les récepteurs dans la justesse des chiffres. D’autre coté, il ne précise pas qui sont ces organisations et cela fait la faiblesse de cette tactique. Tout de même nous pouvons expliquer ce pas par la situation communicative : cette proposition juxtaposée contient l’idée centrale dans la deuxième partie, donc l’attention de l’auditoire se fixe sur le rhème ; de plus, le source de l’information n’est mentionné qu’une seule fois, le récepteur entend la chaine des chiffres en ordre croissant – c’est tout à fait les données qui ont l’influence plus importante dans cet énoncé[[50]](#footnote-51) (nous allons nous servir de cet exemple dans le chapitre sur l’influence émotionnelle (p. ) pour continuer notre réflexion). Ainsi, pour l’auditoire au moment de l’écoute de l’homélie il est suffisant d’entendre la référence aux source.

Exemple 7 :

Il y a quelques années, je partais pour la ville de Grasse pour assister à un baptême. Le baptême d’un couple d’amis… A côté de moi, une chère cousine. Malgré son antipathie envers le christianisme, elle avait décidé de m’accompagner. A notre retour, son regard n’était plus le même et depuis cette lueur dans ses yeux n’a jamais disparu ! Elle est devenue chrétienne ! (Daniel Coronès, aout 2006)

Nous rangeons ce dernier exemple entre les deux catégories de l’autorité. Nous voyons que le prédicateur présente ses propres témoignages, il raconte l’histoire de sa vie. D’un coté, il est le représentant de l’Eglise, il porte la parole de Dieu en masse, donc il a du pouvoir certain et de l’autorité. D’autre coté, il n’est pas saint, bien qu’il soit lié à la religion ; il est toujours un homme, un être humain. Ainsi, nous proposons de classer ce type de l’autorité entre l’autorité sacrale et l’autorité profane, ce qui souligne d’ailleurs la fonction communicative du médiateur du prédicateur. Nous proposons de nommer ce tactique comme appel a l’autorité « intermédiaire ».

Exemple 8 :

La famille, c’est la valeur sûre et stable de nos existences. Mais vous le savez, il est question en ce moment dans notre pays de bouleverser la stabilité de cet équilibre de manière insensée, en instituant un « mariage pour tous » qui est en réalité « **le mariage de quelques-uns imposé à tous » comme le dit le cardinal André Vingt-Trois**. Nos évêques nous incitent fortement à nous mobiliser pour empêcher cette dégradation de la famille, et je vous redis ici l’urgence de cette nécessité. (Homélie du diacre Daniel Bichet, 30 décembre 2012)

André Armand Vingt-Troisest un cardinal français, archevêque de Paris et président de la Conférence des évêques de France du 5 novembre 2007 au 30 juin 2013. C’est un autre type de l’autorité intermédiaire : dans ce cas-là, le prédicateur s’en sert d’une citation d’un autre prêcheur qui a un état ecclésiastique plus haut que le sien.

Exemple 9 :

Sur notre paroisse, il y a deux maisons de retraite : Les Cheveux Blancs et Le Gué Florent. Ces personnes qui vivent dans ces maisons font parties intégrantes de notre communauté. Lundi dernier, aux Cheveux Blancs grâce à deux prêtres et l’équipe d’aumônerie, 24 personnes ont reçu l’onction des malades. **Selon le témoignage des membres de l’équipe d’aumônerie**, elles sont remontées dans leurs chambres profondément apaisées. (Homélie du diacre André Roul, 10 février 2013)

Le prédicateur se réfère a l’autorité « intermédiaire », mais qui dans ce cas-là est représentée par plusieurs personnes ; ainsi nous pouvons caractériser ce type de l’autorité comme collective. Dans cet exemple nous voyons aussi comment le prédicateur montre la connaissance de son auditoire : il inclut dans son discours l'événement de sa paroisse relatif au thème de l'homélie – la santé – et souligne l'importance de chaque personne dans la communauté des fidèles.

La tactique d’appel à l’autorité est fondée sur le prestige de la source. Souvent cette tactique est considérée comme faible, néanmoins pour atteindre l’effet considérable sur les auditeurs il faut respecter les règles de l’appel à l’autorité : se référer aux sources dont le prestige est reconnu par les récepteurs et, ce qui est très important, dans le domaine correspondant.

#### 3.2.1.3 Redéfinition

La définition persuasive représente un outil très effectif de l'argumentation, qui est utilisé pour assurer la perception positive des arguments du locuteur. Ogden et Richards proposent de distinguer la signification descriptive du mot qui correspond à son contenu et la signification émotive qui représente les sentiments ou les attitudes positives/négatives provoquées par le mot. Dans l'argumentation on recours à la tactique de redéfinition en changeant la signification descriptive : ainsi l'énonciateur garde la signification émotive positive du mot tandis que les récepteurs ne se rendent pas compte d'en être influencés[[51]](#footnote-52).

D'un coté, la définition réelle doit présenter les choses telles quelles sont, elle doit décrire l'essence des mots. D'autre côté, les définitions ne sont que les accords des gens sur l'utilisation des mots, conformément à l'analyse de Perelman. Donc, cette approche enlève la question de légitimité de redéfinition et chaque mot peut être considéré comme argument. Pour définir l'efficacité des définitions persuasives il faut prendre en compte les dispositions suivantes :

1. Le mot qui est défini doit avoir une connotation émotive très forte ;
2. La signification descriptive du mot envisagé doit être vague et ambiguë pour que le parlant ait la possibilité de modifier le contenue sémantique ;
3. Le changement de définition n'est pas aperçu par les récepteurs ;
4. La signification émotive reste la-même.

Ces critères montrent en effet que l'efficacité de la redéfinition dépende de la réaction émotionnelle de l'auditoire et du fait si les récepteurs ont remarqué le changement de définition.

Exemple 1:

67. Nous ne sommes pas Dieu. La terre nous précède et nous a été donnée. Cela permet de répondre à une accusation lancée contre la pensée judéo-chrétienne : il a été dit que, à partir du récit de la Genèse qui invite à « **dominer »** la terre (cf. Gn 1, 28), on favoriserait l’exploitation sauvage de la nature en présentant une image de l’être humain comme dominateur et destructeur. Ce n’est pas une interprétation correcte de la Bible, comme la comprend l’Église. S’il est vrai que, parfois, nous les chrétiens avons mal interprété les Écritures, nous devons rejeter aujourd’hui avec force que, du fait d’avoir été créés à l’image de Dieu et de la mission de dominer la terre, découle pour nous **une domination absolue sur les autres créatures**. Il est important de lire les textes bibliques dans leur contexte, avec une herméneutique adéquate, et de se souvenir qu’ils nous invitent à « **cultiver et garder »** le jardin du monde (cf. Gn 2, 15). Alors que « **cultiver » signifie labourer**, **défricher ou travailler,** « **garder » signifie protéger, sauvegarder, préserver, soigner, surveiller**. Cela implique une relation de réciprocité responsable entre l’être humain et la nature. Chaque communauté peut prélever de la bonté de la terre ce qui lui est nécessaire pour survivre, mais elle a aussi le devoir de la sauvegarder et de garantir la continuité de sa fertilité pour les générations futures ; car, en définitive, « au Seigneur la terre » (Ps 24, 1), à lui appartiennent « la terre et tout ce qui s’y trouve » (Dt 10, 14). Pour cette raison, Dieu dénie toute prétention de propriété absolue : « La terre ne sera pas vendue avec perte de tout droit, car la terre m’appartient, et vous n’êtes pour moi que des étrangers et des hôtes » (Lv 25, 23). (Encyclique du Pape François 2015).

La mise en relief la définition d'un mot-clé ou d'une phrase peut être directement reliée avec le but de la conversation. Il même existe un certain type d’homélie qui est centré autour de l’explication d’un mot qui est significatif dans le cadre des notions chrétiennes. On appelle ce type d’homélie thématique ; le thème de l’homélie n’est pas pris de l’Ecriture Sainte, tout de même cela ne signifie pas que le prédicateur ne doit pas se référer à la Bible.

Exemple 2 :

Одной из величайших христианских добродетелей является кротость. Это понятие с трудом воспринимается в наше время — так далеко отстоит образ кроткого от образа сильного, преуспевающего человека. [...] Так что же такое кротость? Процитирую слова святителя Иоанна Златоуста: «Кротость есть признак великой силы. Смотри, не подумай, будто мало нужно сил, чтобы в ответ на оскорбление не возмутиться». Давайте применим эти слова к самим себе. [...] Кротость — это великая внутренняя сила, но это не сжатые от злобы зубы, это не сжатые кулаки. Кротость — это даже не терпение. Кротость — это внутреннее состояние духа, это сила, которая поднимает человека над окружающим миром, помогает ему взглянуть с высоты на происходящее... [...] Кротость — это великая внутренняя свобода. [...] А теперь несколько слов о кротости как средстве достижения успеха в жизни. (Homélie du Patriarche Cyrille, 18 mars 2016) *(La douceur est l’un des vertus chrétiens les plus signifiants. Cette notion est très difficile à comprendre aujourd’hui :autant est loin l’image d’un homme douce de celle d’un homme fort qui réussit. [...] Qu’est-ce qui est la douceur alors ? Je vais citer Jean Chrysostome : « La douceur est le signe d'une grande force. Ne pense pas qu'il n'en faut pas de la force pour ne pas répondre à l'insulte ». Appliquons ces mots à propos de nous-mêmes. [...] La douceur est une grande force interne, mais ce n’est pas les dents serrés de la colère, ce n’est pas les poings serrés ou la patience non plus. La douceur est l’état interne dz l’esprit, c’est la force qui soulève un homme au-dessus du monde environnant et qui l’aide à regarder sur la situation de haut… [...] La douceur est une grande liberté interne. [...] Maintenant, plusieurs mots à propos de la douceur comme moyen pour atteindre le succès dans la vie.)*

Les propositions dans cet exemples son tirées de l’homélie du Patriarche et elles représentent les points d’appuis de son homélie. Pas à pas le prédicateur explique le concept de la douceur comme vertu chrétien dans le contexte contemporain. Les définitions du mot « кротость » dans les dictionnaires se limitent dans la plupart des cas à la série des adjectifs, par exemple : « незлобивый, покорный, смирный » (Толковый словарь Ожегова) *(bénin, obéissant, doux).* Comme nous le voyons, le mot garde son contenu émotive ; mais ce mot représente une qualité personnelle, ce que nous pouvons traiter comme une notion abstraite. Donc, pour le parlant il est assez facile de présenter son propre définition du mot envisagé. La première proposition représente le thème de l’homélie : *La douceur est l’un des vertus chrétiens les plus signifiants.* Alors, le but du prédicateur est d’en persuader les récepteurs. Il présente à l’auditoire une chaine argumentative qui se forme sur la présentation des redéfinitions du mot-clé ; les définitions sont rangées en ordre croissant de point de vue du volume de la notion (Schéma 1 : Hiérarchie des notions) :

|  |  |
| --- | --- |
| признак великой силы  *(le signe d’une grande force)*  **↓** | Signe comme **témoignage concret** de la force (CNRTL) |
| великая внутренняя сила  *(une grande force interne)*  **↓** | La force comme **ensemble des ressources** physiques, morales ou intellectuelles qui permettent à une personne de s'imposer ou de réagir ; courage moral (CNRTL) |
| внутреннее состояние духа  *(l’état interne de l’esprit)* | L’esprit comme **principe immatériel**, substance incorporelle (CNRTL) |
| ↓  великая внутренняя свобода  *(une grande liberté interne)* | La liberté comme **état** de celui, de ce qui n'est pas soumis à une ou des contrainte(s) externe(s). (CNRTL) |

Schéma 1: Hiérarchie des notions

De plus, le locuteur fait appel à l’autorité (la Bible, Jean Chrysostome, Éphrem le Syrien) pour s’appuyer son point de vue sur les définitions données par les personnalités bien connus et respectées dans la chrétienté.

La stratégie de redéfinition représente une pratique bien élaborée dans le domaine religieux. Comme le doute sur la vérité littérale de la Bible se répandait, les ecclésiastiques ont proclamé que la fois n’exclut pas le doute (y compris la doute sur les dogmes religieux). Presque tous les concepts du christianisme on été révisés, car ils sont devenus inacceptables dans leur sens originel. Cette tactique est le moyen effectif pour l’église de présenter ses dogmes en réalisant les expectations des auditeurs contemporains.

### 3.2.2 Stratégies émotionnelles.

Beaucoup de chercheurs dans le domaine psychologique soulignent l’importance universelle des émotions dans la vie des gens et dans leurs activités. On estime que la fonction d’incitation et de l’activation de l’organisme est un des particularités des émotions. La psychologie constate que les émotions sont responsables de l’évaluation de la situation, son importance pour l’individu et elles aide à comprendre de quoi l’individu a besoin dans une situation particulière. D’ici découlent trois fonction de la communication interpersonnelle : fonction évaluative, fonction signalétique et la fonction incitative.[[52]](#footnote-53)

Pour que l'influence du discours ait de succès, il faut prendre en compte les émotions de l'auditoire, la pitié et la peur ne sont pas exclus de cette liste. Nous allons parler de deux types d'argument – appel à la peur et appel à la pitié – qui sont les outils effectifs d'argumentation s'ils sont bien présentés.

Appel à la peur est un argument en vogue parmi les organisations puissantes tels que les agences de publicité et des relations publiques ou organismes gouvernementaux. Ce sont les acteurs qui forment et influencent l'opinion publique. En général, l'appel à la peur décrit la situation qui est considérée comme dangereuse pour le récepteur ; cet argument propose une action pour éviter ce danger. Comme nous avons insisté sur le fait que certains genres du discours religieux appartiennent au supradiscours persuasif, nous pouvons ainsi trouver ces types d'argument dans certains homélies, surtout celles dont le but est d'attirer les nouveau croyants, de convertir les gens d'autres religions, les homélies « appellatives ». Un des indices caractéristiques des homélies pareils (en outre de leur but) est la présentation à l'auditoire de la notion du péché et du châtiment. Le prêcheur doit montrer l'importance de cette question, il doit souligner que les récepteurs sont posé devant l'alternative : soit de suivre leur propre chemin et aller dans l'obscurité et laisser Dieu à côté, soit de choisir à se soumettre à la volonté de Dieu et y trouver leur sauvetage, la joie et la lumière[[53]](#footnote-54).

Tout comme dans les autre types du supradiscours persuasif, le prédicateur décrit la situation dangereuse : il parle du danger pour les âmes des récepteurs, c'est le risque spirituel. Pour se sauver il faut se repentir et laisser Dieu dans leurs vies. Quelle est l'objectif de cette tactique ? Après avoir entendu les descriptions de la vie sans espoir, sans Dieu, et de la perspective de perdre leurs âmes, les mots décrivant l'amour de Dieu et l'image du sauvetage et du bonheur dans son royaume céleste seront plus attirants ; le prêcheur joue la carte du contraste. Tout de même, une question légitime se pose : si l'homélie a pour but d'attirer les nouveaux adeptes, est-ce que nous pouvons compter cet argument comme effectif ? L'appel à la peur dans le discours religieux semble persuasif dans le cadre de l'argumentation contextuelle ; c'est-à-dire, pour les croyants ce tactique peut être considérée comme réussie. En ce qui concerne les autres gens, nous devons prendre en comptes les critères de l'acte persuasif décrit dans le chapitre « Argumentation ou persuasion ? », particulièrement ce concernant les prémisses : le récepteur accepte provisoirement les propositions, donc ceux qui sont prêt à écouter les homélies sont déjà partiellement persuadés.

A part des homélies appellatives nous pouvons trouver la tactique d’appel à la peur dans les homélies ordinaires.

Exemple 1 :

Наверное, самой страшной проблемой современности являются гонения на христиан, и я удивляюсь, почему до недавнего времени она не вызывала горячего отклика. Приведу данные международных организаций: **каждые пять минут в мире убивают христианина**. **За сутки — около трехсот человек, более 100 тысяч в год.** Сегодня на христиан обрушились такие гонения, каких не было никогда, — ни в Римской империи, ни в Советском Союзе. А мы живем так, будто ничего не происходит, — нас же не гонят. В Ираке было **полтора миллиона христиан** — осталось **150 тысяч**; в Сирии **полтора миллиона** — осталось **500 тысяч**. (Слово Святейшего Патриарха Кирилла, 20 марта 2016) (*Probablement, la persécution des chrétiens est le problème le plus effrayant aujourd’hui, et il est étonnant pour moi que ce problème ne ait pas provoqué une réponse vive jusqu’à nous jours. Je vais présenter les données des organisations internationales :* ***chaque 5 minutes on tue un chrétien*** *quelque part dans le monde. Cela fait* ***300 personnes pendant 24 heures, plus de 100 milles personnes pendant un an****. Aujourd’hui les persécutions des chrétiens ont atteint l’envergure sans précédant, il n’y avait pas de situation pareille ni en Empire Romain, ni dans l’URSS. Et nous vivons comme si rien ne se passe : on ne nous chasse quand même. En Irak il y avait* ***1,5 millions*** *de chrétiens et il n’en reste que* ***150 milles****, il y avait* ***1,5 millions*** *de chrétiens en Syrie et il n’en reste que* ***500 milles****.*)

Nous avons vus comment le prédicateur emploie la tactique d’appel à l’autorité dans le chapitre précédant (p. ). Maintenant faisons attention aux chiffres et la façon de leur présentation. La gradation est un outil de la tactique d’appel à la peur ; le prédicateur présente la série des chiffres qui montre le nombre des personnes tués : 1 → 300 → 100 000 →1,5 mlns / 150 000 → 1.5 mlns / 500 000. Le locuteur décrit la situation de danger, il montre que dans le monde entier les chrétiens sont persécutés et tué à cause de leur religion. Nous allons voir comment cette tactique est lié avec l’idée principale en examinant l’exemple suivant qui représente le paragraphe suivante de l’homélie.

Exemple 2 :

Я имел возможность посетить Сирию в самом начале войны. **Я видел** **(1),** как там жили люди, **каким страхом они были объяты (2)**, опасаясь, что в результате военных действий произойдет непоправимое — **христиане будут уничтожены или вытеснены (3)**. Позднее я встречался с главами многих Православных и иных христианских Церквей на Ближнем Востоке, и **все в один голос просили: сделайте что-нибудь,** **у нас нет сил, защитите, мы погибаем! (4)** И я говорил об этом громко и на встречах с президентами разных стран, и на международных собраниях, — но как будто никто ничего не слышал… (Слово Святейшего Патриарха Кирилла, 20 марта 2016) *(J’ai eu le chance de visiter la Syrie au début de la guerre.* ***J’ai vu (1)*** *comment les gens y vivait,* ***quelle peur ils éprouvaient (2)****, en craignant que la guerre amènerait à la situation irréparable : que* ***les chrétiens seraient exterminés ou délogés (3)****. Après j’ai rencontré avec les leaders des églises orthodoxes et des autres églises au Proche Orient et* ***ils tous me demandaient d’une seule voix :******faites quelque-chose, nous n’avons pas de forces, protégez nous, nous périssons ! (4)*** *Et j’en ai parlé en haute voix et lors les rencontres avec les présidents des différents états, lors des réunions internationales, mais on dirait que personne n’a rien entendue …)*

Cet exemple nous montre comment le prédicateur se sert de plusieurs tactiques pour influencer les sentiments de l’auditoire : il parle de son propre expérience, transmet son conversation avec les autres ecclésiastiques (appel à l’autorité « intermédiaire » – 1 et 4) et il recours au discours direct pour atteindre l’effet de présence des récepteurs au cours de ces discussions. Pour le prédicateur il est important que le récepteur soit pris par le sentiment de pitié pour ceux qui demandent de la protection (4) et ceux qui sont en danger, qui se croient faire face à la mort, qui ont peur (3 et 2) – c’est la tactique d’appel à la pitié. Il est aussi important que le prédicateur souligne dans ses arguments que la demande de la protection est fondée sur le concept du sauvetage des chrétiens, ce que rend légitimes ces arguments dans ce contexte. Cet exemple continue l’idée de l’exemple 1 et nous pouvons trouver ici également l’appel à la peur. C’est le sentiment de la peur qui nous signale de danger et nous pousse à chercher de l’aide, de la protection.[[54]](#footnote-55) Ces sont les leadeurs des églises qui demande de l’aide au Patriarche (4) qui, en son tour, le cherche auprès des institution étatique et internationaux, donc institutions mondaines. La tactique d’appel à la peur contribue à la persuasion des récepteurs d’accepter l’idée centrale de cette homélie : agir ensemble avec l’Eglise catholique pour être entendu par les états et lutter contre la déchristianisation dans le monde, comme les croyants se sont trouvés dans une situation exceptionnelle de danger.

Souvent les arguments qui sont destinés à influencer les sentiments des récepteurs (tels que l’appel à la pitié ou l’appel a la peur) sont considérés comme fallacieux. Le faux raisonnement représente une tactique rusé que l’un des interlocuteurs emploie pour obtenir le meilleur (ce qu’il veut) de l’autre d’une façon injuste. Ainsi, les arguments ou les tactiques fallacieux représentent les mouvements trompeux du dialogue.[[55]](#footnote-56) L'autre chose que nous devons mentionner c'est que l'appel à la peur était au centre de nombreux recherches empiriques ayant pour but de comprendre la façon dont il change le comportement des destinataires. Ce type d'argument contient un aspect cognitif dont le fonctionnement n'est pas encore bien compris, et quoique l'appel à la peur soit effectif dans certains cas, il est intrinsèquement négatif et son efficacité est contestée par les arguments positifs dans leur essence.[[56]](#footnote-57)

Tout de même, nous ne pouvons pas laisser à coté la stratégie qui influence les émotion des récepteurs. Comme nous avons vus, la stratégie rationnelle tout d’abord contribue à la présentation de l’information devants les auditeurs, elle considère les engagements des récepteurs, tandis que l’objectif de la stratégie émotionnelle est de générer le désir : « La dimension affective a donc un rôle important pour contribuer au choix de l’auditeur de donner une suite à la prédication afin d’en vivre le message »[[57]](#footnote-58).

# CONCLUSION

La linguistique contemporaine est orientée vers l’étude du fonctionnement de la langue dans les domaines différents de nos vies, c’est pourquoi elle se sert de la notion du discours comme une catégorie qui intègre les pratiques langagières avec les pratiques sociales. La diversité des pratiques sociales nous permet de définir plusieurs types de discours, tels que le discours politique, médiatique, juridique, scientifique, religieux, etc.

Notre travail nous a conduit a élaborer une notion de supradiscours persuasif. Le concept du supradiscours persuasif décrit les pratiques communicatives de l'interaction des individus qui se fondent sur les différents types de discours ayant certains traits communs tels que les traits cognitifs, structurels, stylistiques, communicatifs et pragmatiques. Le préfixe supra- souligne que les pratiques communicatives persuasives peuvent se réaliser dans les différents types socio-fonctionnels de discours.

Le supradiscours persuasif se caractérise par la mise en œuvre de l’influence persuasive dont le but est de changer le comportement post-communicatif du récepteur par biais de changement de son attitude pré-communicatif à l’égard de l’objet du discours. La persuasivité en tant que caractéristique essentielle du supradiscours persuasif présuppose les traits du SDP suivants : le conflit pré-communicatif (réel ou présupposé) entre les interlocuteurs sur la nécessité/possibilité/désirabilité de l’action post-communicatif initiée par le locuteur ; le libre choix du récepteur dans la prise de la décision sur la nécessité/possibilité/désirabilité de l’action au bénéfice du locuteur ; l’interaction réelle ou présupposée de l’émetteur et du récepteur.

Le but du supradiscours persuasif consiste à influencer le récepteur par le biais de la mise en œuvre des stratégies et tactiques persuasives différentes. Comme l’intensité de persuasion n’est pas le même dans les types de discours différents, nous pouvons distinguer le genres centrales du SDP et les genres périphériques. Ainsi, l’analyse du discours religieux a montré que l’homélie peut être considérée comme un genre appartenant au centre du supradiscours persuasif.

En parlant du discours persuasif religieux il est indispensable de prendre en compte les particularités des interactants et la spécificité de leurs relations. Tout d’abord, il faut dire que les relations des interlocuteurs peuvent être caractérisées comme « tripartite » ave le prédicateur en tant que locuteur–intermédiaire. L’autre particularité consiste en problème du récepteur. Pour le prédicateur il faut connaitre son auditoire, même en personne, et en même temps dans certains cas cette tache est presque impossible quand le prédicateur s’adresse à l’audience de masse.

La stratégie persuasive définit le « plan d'action » de l'émetteur, elle peut être comparée avec la voie du locuteur vers son but de persuader le récepteur. Nous proposons de distinguer les stratégies persuasives « rationnelles » et « émotionnelles ». Sous les stratégie persuasives rationnelles nous proposons de comprendre les stratégies qui consiste en présentation des tels arguments qui font appel à la logique, au raisonnement critique des récepteurs. Sous les stratégies persuasive émotionnelles nous comprenons telles stratégies qui ont l’influence forte sur les émotions des récepteurs.

Nous avons définit les stratégies rationnelles suivantes :

1. L’actualisation (Elle représente un processus de passage d’un état potentiel, qui ne corresponde pas à la réalité, vers l’état d’actualité. Quand nous parlons de l'actualisation du sacrale, les situations réelles/profanes sont utilisées comme les exemples. Et par contre, dans l'actualisation du profane les situations réelles sont reliées avec le sacral qui sert à les expliquer.)
2. L’appel à l'autorité (la solution des contradictions pré-communicatifs s'appui sur l'autorité.)
3. La redéfinition (La définition persuasive représente un outil très effectif de l'argumentation, qui est utilisé pour assurer la perception positive des arguments du locuteur. La stratégie de redéfinition représente une pratique bien élaborée dans le domaine religieux. Presque tous les concepts du christianisme ont été révisés, car ils sont devenus inacceptables dans leur sens originel.)

La stratégie rationnelle contribue à la présentation de l’information devants les auditeurs, elle considère les engagements des récepteurs, tandis que l’objectif de la stratégie émotionnelle est de générer le désir. Pour que l'influence du discours ait du succès, il faut prendre en compte les émotions de l'auditoire.

# BIBLIOGRAPHIE

1. Allen, John L. The Catholic Church: what everyone needs to know / John L. Allen Jr. – Updated ed. – New York: Oxford University Press, 2014. – XV, [5], 313 p. ISBN 978-0-19-937980-4
2. Amherdt, François-Xavier. « L'art de la prédication », Revue des sciences religieuses 82/4 | 2008, document 82.407, mis en ligne le 08 février 2012. DOI : 10.4000/rsr.404. [En ligne] URL : <http://rsr.revues.org/404> (Consulté le 25.02.2016.)
3. Bruley, Yves. Histoire du catholicisme / Yves Bruley. – 5e mille. – Paris : Presses Universitaires de France, 2005. – 127 p. – (Que sais-je? : collection encyclopédique / fondée par Paul Angoulvent ; 365). ISBN 2-13-052751-5
4. Congrégation pour le culte divin et la discipline des sacrements. Directoire sur l’homélie. Cité du Vatican, 2014. – p. 117. [Version électronique] : document PDF. URL : scjef.org/biblio/Documents\_actualite/Homelie\_Directoire\_sur\_2014.pdf
5. Cull, Nicholas John. Propaganda and mass persuasion: a historical encyclopedia, 1500 to the present / Nicholas J. Cull, David Culbert, David Welch. ABC-CLIO, Inc., Santa Barbara, California, 2003. – p. 479

d’Almeida, Fabrice. « Propagande, histoire d’un mot disgracié », Mots. Les langages du politique 69 | 2002, mis en ligne le 14 mai 2008. [En ligne] URL : <http://mots.revues.org/10673> (Consulté le 20.11.2015.)

1. d'Almeida, Fabrice. La manipulation / Fabrice d'Almeida. – 2e èd. mise à jour, 7e mille. – Paris : Presses Universitaires de France, 2006. – 125 p. – (Que sais-je? : collection encyclopédique / fondée par Paul Angoulvent ; 3665). ISBN 2-13-055202-1
2. Dictionnaire d'analyse du discours [sous la direction de Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau], Seuil, 2002. – 661 p. ISBN : 2-02-037845-0.
3. Imberty, Mathilde. Urbi et Orbi : le pape délivre un message d'espérance. FranceInfo. Mise en ligne le 27 mars 2016. [En ligne] URL : <http://www.franceinfo.fr/actu/societe/article/la-syrie-et-la-crise-des-migrants-au-centre-du-message-de-paques-de-francois-777619> (Consulté le 5.04.2016.)
4. Kienpointner, Manfred. « La liberté ou la mort. Les arguments émotionnels dans les Philippiques de Cicéron », Argumentation et Analyse du Discours 13 | 2014, mis en ligne le 14 octobre 2014. [En ligne] URL : <http://aad.revues.org/1786> (Consulté le 08.02.2016.)
5. Maingueneau, Dominique. « Que cherchent les analystes du discours ? », Argumentation et Analyse du Discours. 9 | 2012, mis en ligne le 15 octobre 2012. [En ligne] URL : <http://aad.revues.org/1354> (Consulté le 18.01.2016.)
6. Maingueneau, Dominique. « Introduction. La difficile émergence d'une analyse du discours religieux », Langage et société 4/2009 (n° 130), p. 5-13. DOI : 10.3917/ls.130.0005. [En ligne] URL : [www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2009-4-page-5.htm](http://www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2009-4-page-5.htm). (Consulté le 16.10.2015.)
7. Maingueneau, Dominique. « Le sermon : contraintes génériques et positionnement », Langage et société 4/2009 (n° 130), p. 37-59. DOI : 10.3917/ls.130.0037. [En ligne] URL : [www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2009-4-page-37.htm](http://www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2009-4-page-37.htm) (Consulté le 16.10.2015.)
8. Meyer, Michel. La rhétorique / Michel Meyer. – 7e mille. – Paris : Presses Universitaires de France, 2006. – 126 p. – (Que sais-je ? : collection encyclopédique / fondée par Paul Angoulvent ; 2133). ISBN 978-2-13-053368-9
9. Meyer, Michel. « Comment repenser le rapport de la rhétorique et de l’argumentation ? », Argumentation et Analyse du Discours 2 | 2009, mis en ligne le 01 avril 2009. [En ligne] URL : <http://aad.revues.org/211> (Consulté le 19.01.2016)
10. Monet, Gabriel. « Prêcher avec persuasion », Hokhama 99/2011 ; p. 84 – 94.
11. Obadia, Lionel. « Discours et religion : approche synoptique en sociologie et anthropologie », Langage et société 4/2009 (n° 130), p. 83-101. DOI : 10.3917/ls.130.0083. [En ligne] URL : [www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2009-4-page-83.htm](http://www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2009-4-page-83.htm). (Consulté le 16.10.2015.)
12. Perelman, Chaim, Olbrechts-Tyteca, Lucie, The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation /transl. by Wilkinson, John and Weaver, Purcell. University of Notre Dame Press. Notre Dame, Indiana, 1969. – 566 p.
13. Pew Research Center. Pew-Templeton Global Religious Futures Project. Christians: Overview. [En ligne] URL : <http://www.globalreligiousfutures.org/religions/christians> (Consulté le 23.03.2016)
14. Plantin, Christian. L'argumentation : histoire, théories et perspectives / Christian Plantin. – Paris : Presses Universitaires de France, 2005. – 127 p. – (Que sais-je? : collection encyclopédique / fondée par Paul Angoulvent : 2087). - ISBN 2-13-053421-X
15. Reese, Thomas. Global Catholic population up, number of priests down since 1980 by / May. 31, 2015 / National Catholic Reporter [Independent News Source] URL : <http://ncronline.org/blogs/ncr-today/global-catholic-population-number-priests-down-1980>. (Consulté le 21.02.2016)
16. Walton, Douglas. Dialog theory for critical argumentation / Douglas Walton. – Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2007. - XVIII, 307 p. – (Controversies (CVS) / ed.: Marcelo Dascal; vol. 5). – ISBN 978-90-272-1885-8
17. Walton, Douglas. Media argumentation: dialectic, persuasion, and rhetoric / Douglas Walton. – 1st publ. – Cambridge: Cambridge University Press, 2007. – XIII, 386 p. ISBN 978-0-521-70030-6
18. Бобырева Е. В. Религиозный дискурс: ценности и жанры, / [Знание. Понимание. Умение](https://cyberleninka.ru/journal/n/znanie-ponimanie-umenie), Выпуск № 1 – 2008; p. 162 – 167 [En ligne] URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/religioznyy-diskurs-tsennosti-i-zhanry>. (Consulté le 27.03.2016)
19. Волков А. А. История риторических идей. /Образовательный портал «Слово» / Mis en ligne 16.06.2012. [En ligne] URL : <http://www.portal-slovo.ru/philology/45601.php> (Consulté le 20.01.2016)
20. Голоднов, А. В. Риторический метадискурс: основания для прагмалингвистического моделирования и социокультурной реализации (на материале современного немецкого языка). Астерион, СПб, 2011. – 345 p.
21. Горянина В.А. Психология общения: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. − М.: Издательский центр «Академия», 2002. − 416 p. ISBN 5-7695-0843-4
22. Доклад Святейшего Патриарха Кирилла на Архиерейском Соборе Русской Православной Церкви (2 февраля 2016 года) [Официальный сайт московского патриархата] URL : <http://www.patriarchia.ru/db/text/4366063.html> (Consulté le 20.02.2016)
23. Ивин А. А. «Основы теории аргументации: Учебник.». М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1997. – 352 p.
24. Лоренцен, Мелвин Е. Призывная проповедь. Самоучитель молодого благовестника. М.: «Либрис», 1997. – 224 p.
25. Мигунов А. И. Соотношение риторических и аргументативных аспектов дискурса // РАЦИО.ru. 2010. № 4. С. 3-28.
26. Хазагеров Г. Г. Риторический словарь [Version électronique] / Г.Г. Хазагеров. - 2е изд., стереотип. – М.: ФЛИНТА, 2011. – 434 p.

**Références électroniques :**

1. Le Saint-Siège [le site officiel] URL : <http://w2.vatican.va/content/vatican/fr.html>
2. Le patriarcat de Moscou [le site officiel] URL : <http://www.patriarchia.ru/index.html>
3. Homélies des diacres [mise à disposition d’homélies] URL : <http://homelies-diacres.danielbichet.fr/index.html>

**Dictionnaires utilisés pour l’analyse des définitions**

1. Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales (CNRTL). [En ligne] URL : <http://www.cnrtl.fr/> (Consulté le 20.02.2016.)

Dictionnaire Larousse [En ligne] URL : <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais-monolingue> (Consulté le 20.02.2016.)

Encyclopédie Larousseen ligne. [En ligne] URL : <http://www.larousse.fr/encyclopedie> (Consulté le 22.02.2016.)

Glossaire de l'Eglise Catholique en France. [En ligne] URL : [www.eglise.catholique.fr/glossaire/](http://www.eglise.catholique.fr/glossaire/) (Consulté le 20.02.2016.)

Атеистический словарь. — М.: Политиздат. Под общ. ред. М. П. Новикова. 1986. [En ligne] URL : <http://ateism.academic.ru/>

Большой Энциклопедический словарь, 2000. [En ligne] URL : <http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc3p/> (Consulté le 24.03.2016.)

Полный и подробный Библейский Словарь к русской канонической Библии. В.П. Вихлянцев. 2003. [En ligne] URL : <http://bible_dic_ru.academic.ru/>

Православие. Словарь-справочник, 2014. [En ligne] URL : <http://orthodoxy.academic.ru/> (Consulté le 25.03.2016.)

Православная энциклопедия, 2010. [En ligne] URL : <http://orthodox_enc.academic.ru/> (Consulté le 20.02.2016.)

Сергей Аверинцев. / София-Логос. Словарь/Большой толковый словарь по культурологии. Кононенко Б.И. 2003. [En ligne] URL : <http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc_culture/> (Consulté le 25.03.2016.)

Современная энциклопедия. 2000. [En ligne] URL : <http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc1p/> (Consulté le 24.03.2016.)

Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992. [En ligne] URL : <http://dic.academic.ru/contents.nsf/ogegova/> (Consulté le 25.03.2016)

1. Толковый словарь Ушакова. Д. Н. Ушаков. 1935-1940. [En ligne] URL : <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/985530> (Consulté le 27.03.2016.)

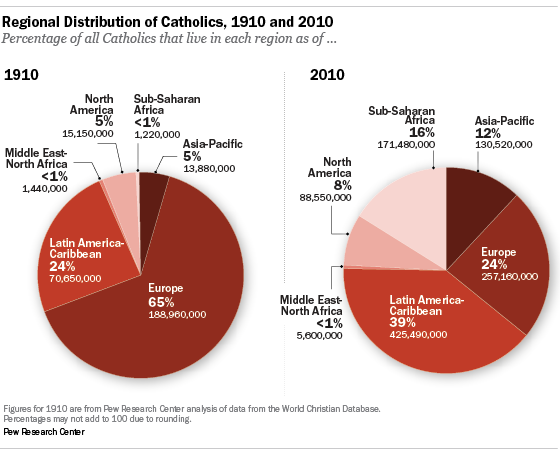
Энциклопедия Брокгауза и Ефрона. — С.-Пб.: Брокгауз-Ефрон. 1890—1907. [En ligne] URL : <http://dic.academic.ru/contents.nsf/brokgauz/> (Consulté le 27.03.2016.)

# RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

1. Bichet, Daniel. Homélie « Sainte Famille », le 30 décembre 2012.[En ligne] URL : <http://homelies-diacres.danielbichet.fr/anneec/stefamilledb12.html> (Consulté le 15.01.2015.)
2. Coronès, Daniel. Presque Chrétien 1. Textes diffusés sur Radio Evangile en juillet et août 2006. Message radio. [Version électronique / PDF] URL : <http://www.france-evangelisation.com/corones/telecharger-textes-radio> (Consulté le 25.03.2016.)
3. Douez, Patrick. Homélie de 2me dimanche ordinaire, année C, le 17 janvier 2016. [En ligne] URL : <http://homelies-diacres.danielbichet.fr/anneec/2ordinairepd16.html> (Consulté le 12 mars 2016.)
4. Michonneau, Yves. Homélie de 3me dimanche ordinaire, le 24 janvier 2010. [En ligne] URL : <http://homelies-diacres.danielbichet.fr/anneec/3ordinaireym.html> (Consulté le 15.01.2016.)
5. Pape Benoit XVI. Message à l'occasion de la XXVIIIe Journée Mondiale de la Jeunesse 2013, le 18 octobre 2012. [En ligne] URL : <http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/fr/messages/youth/documents/hf_ben-xvi_mes_20121018_youth.html> (Consulté le 02.04.2016.)
6. Pape Benoit XVI. Message Urbi et Orbi, Pâques 2012, le 8 avril 2012.[En ligne] URL : <http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/fr/messages/urbi/documents/hf_ben-xvi_mes_20120408_urbi-easter.html> (Consulté le 15.01.2016.)
7. Pape François. Homélie de la Fête du Baptême du Seigneur, célébration de la messe et baptême d'enfants, le 10 janvier 2016. [En ligne]. URL : <http://w2.vatican.va/content/francesco/fr/homilies/2016/documents/papa-francesco_20160110_omelia-battesimo-signore.html> (Consulté le 24.04.2016.)
8. Pape François. Homélie de la Veillée pascale en la nuit sainte, le 26 mars 2016. [En ligne] URL : <http://w2.vatican.va/content/francesco/fr/homilies/2016/documents/papa-francesco_20160326_omelia-veglia-pasquale.html> (Consulté le 24.04.2016.)
9. Pape François. Lettre Encyclique « Laudato Si » sur la sauvegarde de la maison commune, le 24 mai 2015. [En ligne] URL : <http://w2.vatican.va/content/francesco/fr/encyclicals/documents/papa-francesco_20150524_enciclica-laudato-si.html> (Consulté le 03.04.2016.)
10. Pape François. Message pour le Carême 2015, le 4 octobre 2014. [En ligne] URL : <http://w2.vatican.va/content/francesco/fr/messages/lent/documents/papa-francesco_20141004_messaggio-quaresima2015.html> (Consulté le 12 mars 2016.)
11. Pape François. Message Urbi et Orbi, Noël 2013, le 25 décembre 2013. [En ligne] URL : <http://w2.vatican.va/content/francesco/fr/messages/urbi/documents/papa-francesco_20131225_urbi-et-orbi-natale.html> (Consulté le 15.01.2015.)
12. Roul, André. Homélie de 5me dimanche du Temps Ordinaire, année C, la semaine de la Santé, le 10 février 2013. [En ligne] URL : <http://homelies-diacres.danielbichet.fr/anneec/5ordinairear.html> (Consulté le 12.03.2016.)
13. Патриарх Кирилл. Проповедь в праздник Крещения Господня после Литургии в Богоявленском кафедральном соборе г. Москвы 19 января 2016. [En ligne] URL : <http://www.patriarchia.ru/db/text/4348489.html> (Consulté le 24.04.2016.)
14. Патриарх Кирилл. Проповедь в пятницу первой седмицы Великого поста после Литургии Преждеосвященных Даров в Троице-Сергиевой лавре; Mise en ligne 18 mars 2016. [En ligne] URL : <http://www.patriarchia.ru/db/text/4404899.html> (Consulté le 03.04.2016.)
15. Патриарх Кирилл. Слово в праздник Торжества Православия после Литургии в Храме Христа Спасителя 20 марта 2016 года. Mise en ligne le 21 mars 2016. [En ligne] URL : <http://www.patriarchia.ru/db/text/4410951.html> (Consulté le 24.04.2016. )

# ANNEXE

Annexe A

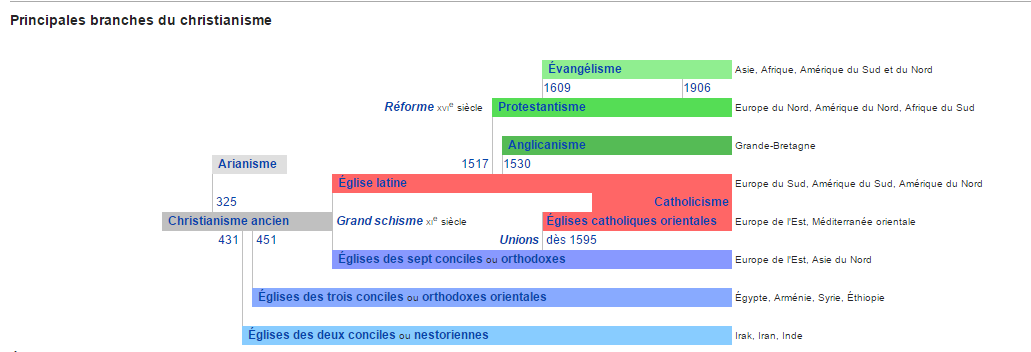


Distribution des catholiques en 1910 et en 2010

Source: PewResearchCenter. The Global Catholic Population

URL: <http://www.pewforum.org/2013/02/13/the-global-catholic-population/>

Annexe B



Principales branches du christianisme

Source : Branches du christianisme, Wikipédia

URL: <https://fr.wikipedia.org/wiki/Branches_du_christianisme>

1. Хазагеров Г. Г. Риторический словарь [Version électronique] / Г.Г. Хазагеров. - 2е изд., стереотип. – М.: ФЛИНТА, 2011. p. 21 – 22. [↑](#footnote-ref-2)
2. URL : http://w2.vatican.va/content/vatican/fr.html [↑](#footnote-ref-3)
3. URL : http://www.patriarchia.ru/index.html [↑](#footnote-ref-4)
4. URL : http://homelies-diacres.danielbichet.fr/index.html [↑](#footnote-ref-5)
5. Perelman, Chaim, Olbrechts-Tyteca, Lucie, The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation //transl. by Wilkinson, John and Weaver, Purcell. University of Notre Dame Press. Notre Dame, Indiana, 1969. – 566 p [↑](#footnote-ref-6)
6. Хазагеров Г. Г. Риторический словарь [Version électronique] / Г.Г. Хазагеров. – 2е изд., стереотип. – М.: ФЛИНТА, 2011. p. 21 – 22. [↑](#footnote-ref-7)
7. Мигунов А.И. Соотношение риторических и аргументативных аспектов дискурса // РАЦИО.ru. 2010. № 4. С. 3-28. [↑](#footnote-ref-8)
8. Dictionnaire d'analyse du discours [sous la direction de Patrick Charaudeau P et Dominique Maingueneau], éditions du Seuil, 2002, p. 505 [↑](#footnote-ref-9)
9. Ibid., p. 508 [↑](#footnote-ref-10)
10. Meyer, Michel. « Comment repenser le rapport de la rhétorique et de l’argumentation ? », Argumentation et Analyse du Discours [En ligne], 2 | 2009, mis en ligne le 01 avril 2009. URL: <http://aad.revues.org/211> (Consulté le 19.01.2016) [↑](#footnote-ref-11)
11. Волков А. А. История риторических идей. /Образовательный портал "Слово"/ Mis en ligne 16.06.2012. URL : <http://www.portal-slovo.ru/philology/45601.php> (Consulté le 20.01.2016.) [↑](#footnote-ref-12)
12. Christian Plantin. L'argumentation : histoire, théories et perspectives. Paris : Presses Universitaires de France, 2005, p. 12 / Que sais-je ? : collection encyclopédique [↑](#footnote-ref-13)
13. [Walton, Douglas](http://base.pl.spb.ru/cgi-bin/irbis64r_12/cgiirbis_64.exe?LNG=&Z21ID=&I21DBN=KNIGA&P21DBN=KNIGA&S21STN=1&S21REF=1&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=1&S21P03=A=&S21STR=Walton,%20Douglas). Dialog theory for critical argumentation. - Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2007. - XVIII. - (Controversies (CVS) / ed.: Marcelo Dascal ; vol. 5), p. 91 [↑](#footnote-ref-14)
14. Ивин А. А. «Основы теории аргументации: Учебник.». М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1997. p. 3 [↑](#footnote-ref-15)
15. Dictionnaire d'analyse du discours, 2002. p. 428-429 [↑](#footnote-ref-16)
16. Cité de : Christian Plantin. L'argumentation : histoire, théories et perspectives. Paris : Presses Universitaires de France, 2005, p. 38 / Que sais-je ? : collection encyclopédique [↑](#footnote-ref-17)
17. Walton, Douglas. Media argumentation: dialectic, persuasion, and rhetoric. Cambridge University Press, 2007, p. 87-88 [↑](#footnote-ref-18)
18. Remarque : toutes les traductions présentées dans le texte de ce recherche sont faites par l’auteur de la mémoire, Elvira Zakirova. [↑](#footnote-ref-19)
19. d’Almeida, Fabrice. « Propagande, histoire d’un mot disgracié », Mots. Les langages du politique [En ligne],

    69 | 2002, mis en ligne le 14 mai 2008. URL : <http://mots.revues.org/10673> (Consulté le 20.11.2015) [↑](#footnote-ref-20)
20. d'Almeida, Fabrice (1963- ). La manipulation. - 2e èd. mise à jour, 7e mille. – Paris : Presses Universitaires de France, 2006. p. 81 – 87 [↑](#footnote-ref-21)
21. Cull, Nicholas John. Propaganda and mass persuasion: a historical encyclopedia, 1500 to the present / Nicholas J. Cull, David Culbert, David Welch. ABC-CLIO, Inc., Santa Barbara, California, 2003. p. 317 [↑](#footnote-ref-22)
22. Cité de : Cull, Nicholas John. Propaganda and mass persuasion. 2003. p. 318 [↑](#footnote-ref-23)
23. Walton, Douglas. Media Argumentation, 2007, p. 109 - 113 [↑](#footnote-ref-24)
24. Cull, Nicholas John. Propaganda and mass persuasion: a historical encyclopedia, 2003. p. 317 – 323. [↑](#footnote-ref-25)
25. Maingueneau, Dominique. « Que cherchent les analystes du discours ? », Argumentation et Analyse du Discours. 9 | 2012, mis en ligne le 15 octobre 2012. [En ligne] URL : <http://aad.revues.org/1354> (Consulté le 18.01.2016) [↑](#footnote-ref-26)
26. Kienpointner, Manfred. « La liberté ou la mort. Les arguments émotionnels dans les Philippiques de Cicéron », Argumentation et Analyse du Discours 13 | 2014, mis en ligne le 14 octobre 2014. URL : <http://aad.revues.org/1786> (Consulté le 08.02.2016.) [↑](#footnote-ref-27)
27. Голоднов, А. В. Риторический метадискурс: основания для прагмалингвистического молделирования и социокультурной реализации (на материале современного немецкого языка). Астерион, СПб, 2011. p. 163 - 175 [↑](#footnote-ref-28)
28. Maingueneau, Dominique « Introduction. La difficile émergence d'une analyse du discours religieux », Langage et société 4/2009 (n° 130), p. 5-13. [En ligne] URL : [www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2009-4-page-5.htm](http://www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2009-4-page-5.htm). (Consulté le 16.10.2015.) [↑](#footnote-ref-29)
29. Доклад Святейшего Патриарха Кирилла на Архиерейском Соборе Русской Православной Церкви (2 февраля 2016 года) [Официальный сайт московского патриархата] URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/4366063.html> (Consulté le : 20.02.2016) [↑](#footnote-ref-30)
30. Reese, Thomas. Global Catholic population up, number of priests down since 1980 by / May. 31, 2015 / National Catholic Reporter [Independent News Source] URL : http://ncronline.org/blogs/ncr-today/global-catholic-population-number-priests-down-1980. (Consulté le 21.02.2016) [↑](#footnote-ref-31)
31. Ibid. [↑](#footnote-ref-32)
32. Allen, John L. The Catholic Church : what everyone needs to know. – Updated ed. – New York: Oxford University Press, 2014. p. 6 [↑](#footnote-ref-33)
33. Религиозный дискурс: ценности и жанры, Бобырева Е. В. / [Знание. Понимание. Умение](https://cyberleninka.ru/journal/n/znanie-ponimanie-umenie), Выпуск № 1 – 2008; p. 162 – 167. [En ligne] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/religioznyy-diskurs-tsennosti-i-zhanry>. (Consulté le 27.03.2016.) [↑](#footnote-ref-34)
34. Obadia, Lionel. « Discours et religion : approche synoptique en sociologie et anthropologie », Langage et société 4/2009 (n° 130), p. 83-101. [En ligne] URL : www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2009-4-page-83.htm. (Consulté le 16.10.2015.) [↑](#footnote-ref-35)
35. La liste est rédigé au base de l'information du Saint-Siège, URL: <http://w2.vatican.va/content/francesco/fr.html>

    Les définitions sont tiré du Glossaire de l'Eglise Catholique en France. URL : [www.eglise.catholique.fr/glossaire/](http://www.eglise.catholique.fr/glossaire/) (Consulté le 20.02.2016.) [↑](#footnote-ref-36)
36. Amherdt, François-Xavier. « L'art de la prédication », Revue des sciences religieuses 82/4 | 2008, document 82.407, mis en ligne le 08 février 2012. URL : [http://rsr.revues.org/404](http://rsr.revues.org/404°)  (Consulté le 25.02.2016) [↑](#footnote-ref-37)
37. Сергей Аверинцев/София-Логос. Словарь/Большой толковый словарь по культурологии. Кононенко Б.И. 2003 [↑](#footnote-ref-38)
38. Congrégation pour le culte divin et la discipline des sacrements. Directoire sur l’homélie. Cité du Vatican. 2014. p. 5 [Version électronique] : document PDF. URL : scjef.org/biblio/Documents\_actualite/Homelie\_Directoire\_sur\_2014.pdf [↑](#footnote-ref-39)
39. Maingueneau, Dominique. « Le sermon : contraintes génériques et positionnement », Langage et société 4/2009 (n° 130), p. 37-59. [En ligne] URL : www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2009-4-page-37.htm (Consulté le 16.10.2015.) [↑](#footnote-ref-40)
40. Dominique Maingueneau, « Le sermon : contraintes génériques et positionnement », Langage et société 4/2009 (n° 130), p. 44 [↑](#footnote-ref-41)
41. Pew Research Center. Pew-Templeton Global Religious Futures Project. Christians: Overview. [En ligne] URL : <http://www.globalreligiousfutures.org/religions/christians> (Consulté le 23.03.2016.) [↑](#footnote-ref-42)
42. Urbi et Orbi : le pape délivre un message d'espérance, par Mathilde Imberty. FranceInfo. [En ligne] Mise en ligne le 27 mars 2016. URL: <http://www.franceinfo.fr/actu/societe/article/la-syrie-et-la-crise-des-migrants-au-centre-du-message-de-paques-de-francois-777619> (Consulté le 5 avril 2016.) [↑](#footnote-ref-43)
43. Congrégation pour le culte divin et la discipline des sacrements. Directoire sur l’homélie. Cité du Vatican, 2014. p. 22 [↑](#footnote-ref-44)
44. Allen, John L. The Catholic Church, 2014. p.79 [↑](#footnote-ref-45)
45. Maingueneau, Dominique. « Le sermon : contraintes génériques et positionnement », Langage et société 4/2009. p. 38-39. [↑](#footnote-ref-46)
46. Directoire sur l’homélie. Cité du Vatican. 2014; p. 2 [↑](#footnote-ref-47)
47. Walton, Douglas. Media Argumentation, 2007, p. 341 [↑](#footnote-ref-48)
48. Хазагеров Г. Г. Риторический словарь [электронный ресурс] / Г.Г. Хазагеров. - 2е изд., стереотип. – М.: ФЛИНТА, 2011. – p. 66 [↑](#footnote-ref-49)
49. Congrégation pour le culte divin et la discipline des sacrements. Directoire sur l’homélie. Cité du Vatican, 2014. p. 21 [↑](#footnote-ref-50)
50. Remarque : la recherche sur Internet a montré que ces données statistiques ont été présentées dans l’adresse de l’archevêque Silvano Maria Tomasi au Conseil de Droits de l’Homme en mai 2013. Selon l’article de Ruth Alexander pour BBC News (URL : <http://www.bbc.com/news/magazine-24864587>) ces chiffres viennent du rapport de *Center for the Study of Global Christianity (Centre pour les recherches sur le christianisme global)* et ils ne reflètent pas en effet la réalité : ce nombre de 100 000 de chrétiens comprend les victimes de guerre en République Démocratique du Congo, ce qui fait la statistique contestable car il n’y a pas de données exactes si ces sont les victimes des persécutions religieuses. [↑](#footnote-ref-51)
51. Walton, Douglas. Media argumentation, 2007, p. 275 - 298 [↑](#footnote-ref-52)
52. Горянина В.А. Психология общения: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. − М.: Издательский центр «Академия», 2002. p. 42 – 48 [↑](#footnote-ref-53)
53. Мелвин Е. Лоренцен. Призывная проповедь. Самоучитель молодого благовестника. – М.: «Либрис», 1997. – 224 p. [↑](#footnote-ref-54)
54. Горянина В.А. Психология общения, 2002. p. 113 [↑](#footnote-ref-55)
55. Walton, Douglas. Dialog Theory for Critical Argumentation, 2007, p. 164 – 167 [↑](#footnote-ref-56)
56. Walton, Douglas. Media Argumentation, 2007, p. 133 [↑](#footnote-ref-57)
57. Monet, Gabriel. « Prêcher avec persuasion ». Hokhama 99, 2011. p. 90 [↑](#footnote-ref-58)