

MODALISATION AUTONYMIQUE

Dans une perspective énonciative, J. Authier-Revuz considère la structure, décrite comme « connotation autonymique », sous l'angle d'une modalisation réflexive du dire, et ce changement de point de vue l'amène à envisager la question sous l'angle de la *modalisation* autonymique*. Cette *modalisation* correspond à « un mode dédoublé opacifiant du dire, où le dire (1) s'effectue, en parlant des choses avec des mots, (2) se représente en train de se faire, (3) se présente, *via* l'autonymie, dans sa forme même » (1995 : 33). Elle se manifeste donc dans toute situation où l'énonciateur commente son propre dire en train de se faire ; le « commentaire » témoigne d'un dédoublement au niveau de l'énonciation et peut, dans sa forme la plus réduite, se résumer à la présence de guillemets ou s'exprimer par des énoncés métadiscursifs du type : « passez-moi l'expression », « comme dit X », « au sens premier ». La *modalisation autonymique*, étant un « fait d'énonciation modalisé par une auto-représentation opacifiante », s'oppose à la *connotation autonymique*, saisie en termes de signe avec connotation, et cette approche permet d'élargir les faits pris en compte.

Se profilent deux conceptions antagonistes de l'autonymie : d'une part celle des logiciens qui l'envisagent comme « un seul mot qui aurait deux emplois » (Rey-Debove 1978 : 87), d'autre part celle des linguistes, présente en filigrane chez Aristote, qui considèrent que le phénomène « fait intervenir deux mots [le mot et son nom] » (*ibid.*). Le fait autonymique traité du point de vue de la modalisation se révèle être un outil d'analyse riche pour l'analyse du discours puisqu'il touche la structure énonciative, participe de l'hétérogénéité* discursive, et permet, entre autres, d'affiner l'approche des discours* rapportés et d'aborder les phénomènes dialogiques*.

► Guillemets, Métacommunication / métadiscours, Modalisation, Référence

F. C.-B.

Autorité

La problématique de l'autorité engage l'analyse de discours dans une réflexion sur les plans *épistémique* (sur les conditions d'acceptabilité non-vériconditionnelles des énoncés), de *l'influence sociale* (sur

le pouvoir dans le discours), et *interpersonnel* (sur les manifestations et effets sur l'interaction des positions hautes/basses des interactants).

D'un point de vue logico-scientifique, un discours est recevable s'il recueille et articule selon des procédures admises des propositions vraies, c'est-à-dire conformes à la réalité. De nombreux énoncés sont reçus pour d'autres raisons que leur conformité à la réalité, le cas le plus célèbre étant celui des énoncés performatifs*, admis sur la base de leur énonciation.

En argumentation, l'acceptation d'un point de vue ou d'une information est fondée sur l'autorité si elle est admise non pas sur l'examen de la conformité de l'énoncé aux choses elles-mêmes mais en fonction de la source et du canal par lequel l'information a été reçue (autorité épistémique, « faire croire »). **L'argument d'autorité** correspond à la substitution d'une preuve périphérique à la preuve ou à l'examen directs, considérés comme inaccessibles ou impossibles. Elle peut se justifier par un principe d'économie ou de division du travail, ou par un effet de position ; normalement, les demandes d'informations adressées aux individus « bien placés pour savoir » sont reçues sans autre preuve : si l'on demande « Quelle heure est-il ? » ou « As-tu mal à la tête ? », on se contente de la réponse sans demander à consulter la montre de l'interlocuteur, ou rechercher des indices corporels.

S'il s'agit d'une injonction, le principe d'autorité sous sa forme radicale veut qu'elle soit obéie au vu de son origine, sans qu'une justification ne l'accompagne ; selon le mot célèbre, la personne qui a reçu l'ordre doit obéir *perinde ac cadaver*, « comme un cadavre », c'est-à-dire sans intervention de son libre examen et de sa volonté propre (autorité déontique, « faire faire »).

AUTORITÉ MONTRÉE ET AUTORITÉ CITÉE

Selon que la source du message est explicitée ou non, on distingue *l'autorité montrée* et *l'autorité citée*.

L'autorité montrée se manifeste dans le face-à-face. Elle est attachée à la source du message selon **divers codes sémiologiques** (expressifs, comportementaux, vestimentaires...). Comme l'autorité charismatique (liée à l'individu et à certains rôles sociaux), elle fonctionne implicitement en posant son détenteur en position haute dans l'interaction.

L'autorité citée fonctionne en appui du discours tenu par un locuteur L_1 pour légitimer, vis-à-vis de son interlocuteur L_2 , un dire ou une façon de faire en les référant à une source tenue pour légitimante. Cette source peut faire l'objet d'un renvoi explicite – l'exemple prototypique fondant cette catégorie est celui de Pythagore cité par ses disciples : « Il l'a dit lui-même » donc c'est vrai ; le locuteur peut aussi se contenter d'une simple allusion connotant un discours dominant, prestigieux ou expert. Cette forme d'appel à l'autorité connaît *une infinité de variantes* (correspondant aux topoï des discours d'autorité) : autorité de l'expert (professeur, médecin, garagiste...), qui est cru/obéi en fonction d'une compétence reconnue socialement (autorité rationnelle-légale de M. Weber) ; compétence du Maître (mâtinée de l'autorité charismatique du gourou) ; inscription dans le Livre ; autorité du plus grand nombre (décision prise à la majorité) ; sagesse des ancêtres ou des Chinois ; vérités sorties de la bouche des enfants ; manifestations de l'opinion régnante (« Tout le monde fait comme ça à Paris/aux États-Unis », « Mes amis me l'ont recommandé »).

Le témoignage, la citation, l'exemplum, le précédent font partie des stratégies argumentatives susceptibles d'être marquées par l'autorité.

► Constituant (discours –), Doxa, Persuasion