

gique, Moirand 1988 a) ou dans des supports différents (par exemple un universitaire qui s'exprime, au cours de sa carrière, dans des revues scientifiques, des colloques divers, des revues associatives ou militantes, des hebdomadaires destinés au grand public, des journaux d'entreprises...). La notion ne peut, dans ce cas, être confondue avec celle d'éthos*.

► Dialogisme, Énonciation, Éthos, Micro-univers, Schématisation

S. M.

Positionnement

Il s'agit d'une des catégories de base de l'analyse du discours, qui touche à l'instauration et au maintien d'une *identité énonciative*.

Pris dans une acception peu spécifiée, le terme de **positionnement** désigne seulement le fait qu'à travers l'emploi de tel mot, de tel vocabulaire*, de tel registre de langue, de telles tournures, de tel genre* de discours, etc., un locuteur indique comment il se situe dans un espace conflictuel : en utilisant la lexie « lutte des classes », on se positionne comme de gauche ; en parlant sur un ton didactique et avec un vocabulaire technique, on se positionne comme spécialiste, etc.

Dans un champ* discursif, « positionnement » définit plutôt une identité énonciative forte (« le discours du parti communiste de telle période », par exemple), un lieu de production discursive bien spécifié. Ce terme désigne à la fois *les opérations* par lesquelles cette identité énonciative se pose et se maintient dans un champ discursif et *cette identité même*. Ambiguïté intéressante car une identité énonciative n'est pas fermée et figée, elle se maintient à travers l'interdiscours par un travail incessant de reconfiguration. Le positionnement ne concerne pas seulement les « contenus », mais les diverses dimensions du discours : il se manifeste aussi bien dans le choix de tels ou tels genres de discours, dans la manière de citer, etc.

Mais « positionnement » s'emploie aussi pour des identités à faible consistance doctrinale (une émission de télévision, une campagne de publicité, etc.). C'est ainsi que, pour P. Charaudeau (1998 b), le positionnement correspond à la position qu'occupe un locuteur dans un champ de discussion, aux valeurs qu'il défend (consciemment ou inconsciemment) et qui caractérisent en retour son identité sociale et idéologique. Ces valeurs peuvent être organisées en systèmes de

pensée (doctrines) ou peuvent être simplement organisées en normes de comportement social qui sont alors plus ou moins consciemment adoptées par les sujets sociaux et qui les caractérisent identitairement. On peut donc parler de « positionnement » aussi bien pour le discours politique, médiatique, scolaire...

La notion de positionnement connaît un succès croissant, corrélatif d'une désaffection pour « formation* discursive », sans doute perçue comme trop liée au domaine sociopolitique. Mais pour être opératoire, cette notion doit donc être soigneusement *spécifiée* en fonction des types de discours concernés. Par exemple, dans le discours religieux ou le discours philosophique, les positionnements correspondent en général à des « écoles », des « mouvements » qui se réclament d'une *doctrine*, mais ce n'est pas le cas général.

► Analyse du discours, Champ discursif, Formation discursive, Investissement générique

D. M.

Pragmatique

Notion employée aussi bien comme nom (« La pragmatique ») que comme adjectif (« Une approche pragmatique ») et dont la valeur est très instable : elle permet de désigner à la fois une *sous-discipline de la linguistique*, un certain *courant d'étude* du discours ou, plus largement, une certaine *conception du langage*.

DU COMPOSANT PRAGMATIQUE À LA PRAGMATIQUE

Employé comme adjectif, « pragmatique » peut spécifier un composant de la langue, à côté du composant **sémantique** et du composant **syntactique**. Cette notion est issue de la tripartition de C. Morris (1938) qui distinguait trois domaines dans l'appréhension de toute langue, qu'elle soit formelle ou naturelle : (1) la **syntaxe**, qui concerne les relations des signes aux autres signes ; (2) la **sémantique**, qui traite de leurs relations avec la réalité ; (3) la **pragmatique**, qui s'intéresse aux relations des signes avec leurs utilisateurs, à leur emploi et à leurs effets. De manière plus générale, quand on parle aujourd'hui de **composant pragmatique** ou quand on dit qu'un phénomène est soumis à des « facteurs pragmatiques », on désigne par là le composant qui traite des processus d'interprétation des énoncés *en contexte* : qu'il