FICHE MÉTHODE :
ÉCRIRE UN DISCOURS DE DÉNONCIATION

IDENTIFIER LA SITUATION D'ÉNONCIATION

1. Qui parle ?

Le sujet vous impose l'identité de l'orateur : Max Eisenstein, un juif allemand, exilé aux Etats Unis, marchand d'art. Vous devez adapter en conséquence l'expression que vous allez employer :

- Adopter **un registre de langue** en fonction de l'identité de l'orateur, de son milieu social
- Employer à plusieurs reprises **les marques de l'énonciation** : pronoms et adjectifs possessifs de la 1ère personne.
- Employer **des modalisateurs qui vont exprimer le jugement de l'orateur**, dans le **domaine du souhaitable** (si l'on pouvait un jour obtenir la paix) ; **du probable** (il arrivera sans doute / peut-être que…), **du certain** (il est sûr que…) **ou du doute** (je crois, il me semble que…).
- Employer **des indices de la subjectivité de l'orateur** : **vocabulaire péjoratif** (blâme).
- Employer **des indices de temps et de lieu** qui situent le discours par rapport à celui qui s'exprime (demain, ici, dans un délai d'une semaine parle, il y a un an..).

2. Á qui ?

Les destinataires du discours de Max sont les américains et plus largement la communauté internationale. Il faut donc adapter le ton et le style du discours en fonction de l'identité de cet auditoire :

- Adopter **un registre de langue** adapté au public.
- Employer **des apostrophes** afin d'interpeller l'auditoire (pour susciter son intérêt) : « chers amis », « messieurs », « mesdames et messieurs » …
- Employer **des expressions qui vont désigner le public** : « l'assemblée ici présente », « ceux qui m'écoutent » …

3. Dans quel contexte ?

Le contexte dans lequel Max prononce son discours est le suivant : **d'Allemagne, lui proviennent des informations alarmantes sur les nazis et la politique menée par Hilter depuis son arrivée au pouvoir.**

- Les références au cadre spatio-temporel doivent être intégrées dans le discours afin de donner au propos un fort ancrage dans la réalité. Cela permet d'accentuer le réalisme, la vraisemblance du discours.

FAIRE APPARAITRE CLAIREMENT L'OBJECTIF DU DISCOURS

Le discours a une dimension argumentative : il s'agit alors de cerner **le thème** (sujet) et **l'objectif** de cette argumentation : **dénoncer le nazisme et faire prendre conscience à la communauté internationale des dangers qu'il représente pour les démocraties**.
Il s'agit donc d'un réquisitoire : il faudra employer **le lexique du blâme**, des adjectifs ou des **termes péjoratifs**.

ADOPTER UNE STRATÉGIE ARGUMENTATIVE

1. Pour convaincre, le discours doit contenir une logique interne, afin de faire appel à la raison de son interlocuteur :

- Utilisation de **connecteurs logiqu**es afin de lier vos idées : « tout d'abord, ensuite, mais, de plus, en outre… ».
- Structurer son discours : **annonce du thème, de la thèse, des arguments** :
  1 paragraphe = 1 idée (s'inspirer du discours contre la misère de V. Hugo)
- Employer **des faits indiscutables**, éventuellement des chiffres : les faits peuvent être tirés des lettres (ex.embrigadement de Heinrich dans les jeunesses hitlérienne, élimination de

Griselle …) et croisés avec des faits historiques.

2. Pour persuader, Le discours doit jouer sur les sentiments de l'auditoire, sur sa sensibilité :

- Utilisation de **questions rhétoriques** (fausses questions qui comportent une réponse) afin de faire réfléchir l'interlocuteur : « Ne pensez-vous pas qu'il est grand temps d'en finir avec l'antisémitisme ? »
- Employer **l'injonction** : il s'agit de pousser l'autre à agir en employant l'impératif (valeur d'ordre).
- Employer **des hyperboles, des gradations** : il s'agit d'exagérer une situation afin de provoquer une réaction…
- Employer **des tournures exclamatives** : communiquer au public sa colère, sa peine…
- Employer **des répétitions, des anaphores** pour marteler son discours

Pour être efficace, un discours doit marquer une progression, afin que le public soit conquis par le message. Il faut donc **garder les arguments les plus percutants pour la fin**, afin de marquer les esprits.
La dernière phrase du discours, « la pointe », est particulièrement importante : elle doit emporter l'adhésion du public. On peut avoir recours dans ce but à une citation (bien insérée dans le propos) ou alors proposer une phrase au sens fort qui va émouvoir ou marquer les esprits.