



## Ruth Amossy, *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*

(Paris, PUF, 2010, p. 233  
ISBN 978-2-13-058095-9)

par Jole Morgante

La présentation de soi analysée par Amossy relève d'une triple perspective qui vise à imbriquer trois plans disciplinaires : sociologique (pour dégager les modalités de gestion de l'image de soi dans les interactions sociales); rhétorique (en tant qu'effet d'une certaine stratégie de construction de l'image du locuteur dans et par sa prise de parole adressée à quelqu'un) et linguistique, dans la direction de l'analyse du discours qui permet de montrer le caractère foncièrement argumentatif de tout discours et donc d'étendre à toute prise de parole certains des mécanismes de construction du discours rhétorique. De ce fait, l'*ethos* est fonction du discours activée par le discours lui-même, mais en raison, bien évidemment, d'une référence au cadre dans lequel se situe ce discours. La perspective choisie vise donc à montrer que la construction de l'*ethos* répond à la fois à des exigences internes au discours (le rapport à l'autre – l'interlocuteur – et les modalités de construction du discours lui-même) et aux nécessités socio-culturelles de compréhension : acceptabilité et positionnement du sujet – le locuteur – par ce qu'il dit et, surtout, la manière dont il le dit.

Signaler le double rôle de choix personnels adaptés au but et aux circonstances et des règles et des rites de l'échange social dans la présentation de soi revient à reconduire celle-ci à une question de construction de l'identité dans et par le discours, en raison de la situation et de la visée. Pour ce faire, Amossy assimile alors une telle construction d'identité à la mise en scène de soi étudiée par E. Goffman afin de mettre en lumière qu'il s'agit d' "un phénomène unifié dont il faut saisir les modalités et les enjeux à la fois dans leur similitude et dans leur diversité" (p.41).

Résultat de cette double exigence de cohérence interne et d'adhésion aux modalités d'interaction, la présentation de soi est la construction d'une image appuyée sur l'imaginaire social grâce à l'activation de schémas de référence (stéréotypes) qui assurent la "lisibilité" de l'image de soi proposée par le locuteur.



Revenant sur le rôle du stéréotype précédemment étudié (cf. *Les idées reçues. Sémiologie du stéréotype*, Paris, Nathan, 1991 et, avec Anne Herschberg Pierrot, *Stéréotypes et Clichés. Langue, discours, société*, Paris, Colin, 1997), Amossy souligne la rentabilité communicative de ce procédé, en raison de sa capacité à remplir l'attente de l'auditoire et assurer la cohésion culturelle.

Il [le stéréotype] favorise la cognition dans la mesure où il découpe et catégorise un réel qui resterait sans cela confus et ingérable. Le sujet ne peut connaître le monde sans catégories préétablies, il ne peut agir dans la vie quotidienne que s'il ne lui est pas possible de ramener la situation nouvelle à un schème d'ores et déjà connu (p.46).

Représentation collective figée, le stéréotype est en effet un modèle culturel qui assure la "reconnaissance" de l'expérience concrète et se propose comme un point de référence pour la "construction" de la réalité (dont son identité et celle des autres).

Réservoir de catégorisation et donc d'intelligibilité de la réalité, le stéréotype contribue d'ailleurs à la construction de la "mémoire collective", ce qui en renforce le rôle dans la compréhension réciproque et l'identification collective. L'imaginaire social est ainsi le lieu de "stockage" des stéréotypes et le fondement de l'imaginaire discursif car il est le soubassement qui assure la compréhension du discours : "les représentations collectives qui circulent dans un imaginaire sociodiscursif donné sont en prise sur une *doxa* : un ensemble d'opinions, de croyances, de représentations propres à une communauté et qui ont à ses yeux valeur d'évidence et force d'universalité" (p.48).

Dans ce sens, l'emploi du stéréotype est incontournable bien qu'il expose au risque d'une simplification réductrice de la complexité du réel quand le schéma, au lieu d'être un point de référence pour la construction de l'image, devient l'image elle-même.

Si l'effet caricatural d'une reproduction pure et simple du modèle est un garde-fou assez efficace à réduire ce risque de simplification, la possibilité de dynamiser l'activation du stéréotype tient à sa nature même car, s'agissant d'un noyau thématique qui organise un nombre varié d'attributs obligés (les traits typiques), il peut être repris et, en même temps, modifié. Cela donne lieu à l'emploi de quelqu'un des traits qui réalisent le noyau thématique et à l'introduction de variantes, en raison aussi du genre du discours. Ou alors, le schéma n'est sollicité que pour le modifier par des mécanismes d'opposition susceptibles de créer un nouveau stéréotype, quoique fondé sur le même noyau thématique. Tel est l'exemple rappelé par Amossy du père non autoritaire.

Orientée et même nourrie par le stéréotypage, la construction de soi est aussi basée sur la prise en compte de l'*ethos* préalable, comprenant "la représentation sociale qui catégorise le locuteur, sa réputation individuelle, l'image de sa personne qui dérive d'une histoire conversationnelle ou textuelle, son statut institutionnel et social" (p.73). Une telle synthèse dans l'*ethos* préalable de la figure socio-culturelle du locuteur et de l'image conservée dans la mémoire collective du même locuteur – en raison de sa visibilité sociale et de ses interventions publiques précédentes – oriente les attentes et la



capacité d'écoute des auditeurs et doit donc orienter pareillement la construction du discours.

Or, si le statut social est une étroite conséquence du rôle que remplit le locuteur dans la société, il est déjà exprimé dans le stéréotype; cependant, celui-ci est une image figée, un modèle qu'on superpose à la réalité humaine et sociale de l'orateur (ou du locuteur), tandis que le statut social est le résultat d'un processus dynamique, activé par sa capacité d'action et son patrimoine culturel et lui permettant de se distinguer et de se situer dans le champ social. De même, la réputation est le résultat de ce processus de positionnement, mais envisagé du point de vue de la stratification mémorielle, car elle rend compte de la continuité des gestes, tels qu'ils ont été perçus et retenus par la mémoire collective.

Si la reprise raisonnée de l'apport de Bourdieu (positionnement, distinction) permet à Amossy de préciser certains effets de l'interaction sociale, c'est en revanche la notion de réputation transmise par la rhétorique classique qui lui donne le moyen de reconduire la notion de l'*ethos* préalable à la problématique de la construction du discours. En effet, étant donné l'option méthodologique de base (croisement entre le modèle sociologique de la présentation de soi, celui de l'*ethos* rhétorique et du locuteur de l'analyse du discours), il s'agit de vérifier si et comment l'image de l'*ethos* préalable est inscrite dans le discours lui-même et non pas seulement le fruit d'une analyse du contexte. Car, si l'on accepte l'idée que l'*ethos* discursif est fondé sur la construction d'une image (situé donc dans et par le discours), à partir d'une autre image conçue préalablement (la conscience du locuteur des attentes de l'auditoire à son égard), on doit supposer que ce travail de reprise ou de prise de distance est analysable dans le discours lui-même.

La présence des traces de ce travail d'élaboration de l'*ethos* préalable dans le discours permettrait de mieux évaluer (au-delà des opinions) quelle est l'image qui en a orienté la construction, tandis que les réactions de l'auditoire permettrait ensuite de vérifier, par un retour au contexte, la réussite de ce travail de construction de l'image de soi.

L'*ethos* préalable est mobilisé (ou dévoilé) par le discours lui-même ou par les renvois à la situation de l'échange ou au contexte (là où est enregistrée la mémoire des facteurs ayant fondé l'image de l'orateur, ou du locuteur); mais c'est par et dans le discours ("le dire et le dit", p.79) qu'Amossy se propose de rendre compte de l'articulation réciproque d'*ethos* préalable et discursif. L'analyse des éléments langagiers du discours permettant en effet de relever l'implication du contexte, c'est par le discours lui-même que peuvent être envisagés les facteurs non linguistiques qui renvoient à la complexité socio-culturelle à la base de l'organisation conceptuelle, thématique et affective du discours.

Le deuxième volet de l'essai s'attache ainsi à étudier les modalités verbales de construction de l'identité du locuteur, c'est-à-dire les éléments qui, exprimant une subjectivité, dessinent son image, et traduisent sa capacité de sentir (la sphère et la gamme des émotions) et de comprendre la réalité dont il est question afin de s'y situer. En même temps, puisque le locuteur adapte son discours et la manière de se présenter



aux attentes et à la composition du public, une telle identité est le fruit du rapport à l'autre, tandis que, le public orientant à son tour son écoute selon l'image du locuteur, ce va-et-vient donne lieu à une construction en miroir des interlocuteurs.

À partir de cette situation de base, l'étude analyse ensuite les facteurs ultérieurs de diversification de la présentation de soi en raison de la modification du destinataire par la double adresse ou du statut du locuteur par la constitution d'un *ethos* collectif.

C'est ainsi que l'analyse du dédoublement de destination permet de rendre compte de la variabilité des conditions de fruition du discours et d'approfondir par là les trois modalités d'interaction (collaboration, désaccord, antagonisme) qui donnent lieu à une gestion collective de l'*ethos* selon les procédés mis en lumière par l'approche pragmatique des interactions en face à face. Dans ce cadre, la notion de négociation, qu'Amossy signale avoir tirée de l'analyse du discours de Kerbrat-Orecchioni, permet d'expliquer la gestion de la présentation de soi dans le désaccord surtout dans les genres où l'interaction est orientée par l'exigence de ménager les faces selon les règles de la politesse. C'est le cas par exemple de la conversation, du débat et de l'interview, même quand l'adresse à un destinataire multiple, qui influence ultérieurement la construction de l'*ethos* discursif, active des stratégies orientées à avoir raison de l'interlocuteur pour s'avantager auprès du public.

De l'autre côté, l'analyse des modalités de constitution d'un *ethos* collectif, qui se distingue de la gestion collective de l'*ethos*, s'attache à la relation je/nous, c'est-à-dire à la modulation de l'identité du groupe exprimée par l'emploi du "nous" et, par conséquent, à la fonction assurée par cet *ethos* collectif dans l'espace public. Car, le "nous" pouvant résulter de l'association de "je" et "tu"/"vous" ou de "je" et "il(s)", il donne lieu à un mécanisme d'inclusion ou d'exclusion (du destinataire) qui pèse sur l'effet et la finalité de l'interaction discursive.

L'intérêt de cette approche méthodologique croisée est vérifié par l'enrichissement conceptuel qu'elle a permis, mais se montre encore mieux peut-être dans l'analyse de cas concrets qui, ponctuant le parcours théorique, permet d'illustrer avec souplesse les stratégies sous-tendues à certains cas d'interaction ou de développements discursifs complexes telle l'intervention d'Obama après l'affaire du révérend Wright (*A More Perfect Union*, 18 mars 2008) ou l'allocution d'Hillary Clinton au lendemain de la désignation du même Obama comme candidat des Démocrates aux Présidentielles (Convention de Denver, 28 août 2008).

---

Jole Morgante  
Università degli Studi di Milano  
[amonline@unimi.it](mailto:amonline@unimi.it)