

Les lois de la communication de Mainguenau,

in *Éléments de linguistique pour le texte littéraire*, 1990.

① **Le principe de coopération.** Les acteurs de l'échange essaient de coopérer dans l'élaboration d'un message construit, chacun s'efforçant de faire aboutir cet échange. « *Par définition, chacun des protagonistes se reconnaît et reconnaît à son co-énonciateur les droits et les devoirs attachés à l'élaboration de l'échange. Dans la mesure où il faut être deux pour converser, le sujet le plus égoïste est bien obligé de s'y soumettre*⁷. »

② **Le principe de pertinence.** Il s'agit de tenir des propos adaptés au sujet traité, en tenant compte de ceux des interlocuteurs. Cette pertinence est étroitement liée à l'idée d'efficacité, qui consiste à dire les choses le plus précisément possible.

③ **Le principe de sincérité.** Comme son nom l'indique, il implique le fait que, selon D. Maingueneau, « *les locuteurs sont supposés adhérer à leurs propos* ».

④ **La loi d'informativité.** Les propos tenus ne doivent pas être vides de sens, ils doivent être porteurs d'information.

⑤ **La loi d'exhaustivité.** Elle est étroitement liée au principe de pertinence et exclut les hors-sujet, les informations inadaptées à la situation de communication.

⑥ **La loi de modalité.** Elle est fondée sur le principe de clarté et exclut donc tout ce qui rend les propos obscurs, l'excès d'implicite, un lexique inadapté, etc.

⑦ **La nécessité d'adopter un comportement social.** Chacun, s'il veut que son discours soit entendu, doit ménager l'image de l'autre tout en essayant de faire reconnaître la sienne. Menacer l'image de l'autre, c'est menacer la sienne. Il faut trouver un juste équilibre entre l'excès de zèle et une trop grande humilité, entre ne rien concéder et perdre la face, entre franchise et tact.