

L'A.P.D: UN OUTIL AU SERVICE DE L'ANALYSE DU DISCOURS.

MAACHE Youcef

*Institut de Psychologie et des Sciences de l'Education
Université de Constantine, Algérie*

I- LA COMMUNICATION: UNE FACON DE PERSUADER OU L'ART RHETORIQUE

L'intérêt que nous portons à la rhétorique est lié au fait qu'elle représente l'origine de l'art politique actuel, et plus particulièrement, l'origine des stratégies discursives d'aujourd'hui, dans la mesure où elle vise à mettre en forme les arguments du discours de la meilleure façon possible et dans le but de produire une impression, une émotion, pour persuader.

Aussi l'important réside-t-il dans le fait de dire semblable et non de dire vrai: peu importe si ce qui est dit est vrai, l'important est ce soit cru, donc crédible, donc vraisemblable. Les nouveaux rhéteurs sont les professionnels du marketing et du sondage politique. Ce sont, à la manière des sophistes, des professeurs de politique, la parole efficace, la techniques persuasives, s'intéressant à l'argumentation. C'est aussi l'entrée du cognitisme dans l'étude de la parole politique, ou plus généralement persuasive, admettant que l'homme politique met en forme son discours dans un but persuasif et que la stratégie discursive employé a un effet au niveau de la structure cognitive du locuté.

Auparavant, les psychosociologues des phénomènes d'influence se sont intéressés uniquement, en tout cas, aux effets d'un discours politique sur les attitudes, sur les opinions et les croyances, c'est le cas notamment de l'équipe de l'école de JALE. Mais rares ont été les travaux mettant en scène les notions de cognition et de représentations.

En effet, la science politique parle d'influence en tant que génératrice de modifications, faisant appel à des mécanismes d'ordre psychologique, mais elle omet la parole et les mécanismes langagiers. La sociologie fait de même et quand elle s'intéresse à la parole elle n'envisage pas les mécanismes interlocutoires et par conséquent les mécanismes cognitifs du sujet parlant. Et la psychologie sociale a longtemps étudié la communication persuasive selon un modèle réductionniste du type "Emetteur - Récepteur", rappelant celui du "*Stimulus - Réponse*" où le sujet est un sujet pavlovien. Et le modèle "Emetteur - Message - Récepteur" n'est que l'ombre du premier puisqu'il

décrit le sujet social comme absent dans l'échange lui refusant sa qualité d'acteur, alors que: "La communication ne se réduit pas à l'acte de transmettre un message. Elle déforme, différencie, traduit, de même que les groupes créent, déforment ou traduisent les objets sociaux ou les images d'autres groupes. Les symboles et les modèles sociaux naissent et vivent au cours de ces échanges. " (Moscovici, 1961).

Grize (1976) envisage également la communication, la parole et le sujet parlant d'un point de vue cognitif puisqu'il la décrit comme étant une activité logico-discursive mettant en scène un sujet actif dans ces opérations argumentatives et logiques et par là-même cognitives.

Le sujet social et politique devient alors un (inter) locuteur et un (inter) locuté producteur ou ralais d'élaborations cognitives et de représentations. C'est une conception admettant des buts, des prédispositions, des motivations, un passé avec des croyances et des savoir préalables, des représentations sociales au sujet de la situation persuasive et qui fait que de récepteur passif, il est entrain de devenir un acteur dans la situation persuasive.

Reprenons Ghiglione et admettons que l'homme politique use de la parole pour construire, co-construire une réalité négociée destinée à gérer la cité.

1- LA COMMUNICATION EST UN CONTRAT

Nous pouvons considérer que: " Les interlocuteurs établissent des contrats communicatifs, et ce, que le locuteur soit mutique ou non puisqu'il est de toutes façons actif dans le processus communicatif. " Ghiglione, (1986). Il y a par suite mise en scène d'enjeux, de règles et de principes de communication, de la part de chacun des émetteurs - récepteurs.

Cette théorie conçoit donc la communication comme située dans un espace interlocutoire déterminé par un enjeu partagé et des intra-locuteurs. Les intra-locuteurs, c'est-à-dire les sujets sociaux pris dans leur réalité et porteur de savoir, de croyances, de représentations deviennent des interlocuteurs potentiels puisqu'ils possèdent toutes les données nécessaires (en plus de leurs croyances, opinions, représentations; un appareil physiologique, un lexique, une grammaire...) pour pouvoir parler, communiquer. Une fois engagé dans l'interlocution, l'interlocuteur potentiel deviendra un interlocuteur effectif.

La réalité, jeu contractuel, est une co-construction permanente qui obéit à des principes et à des règles:

Toute communication est fondée sur un contrat c'est-à-dire sur un ensemble de partages, de principes, de règles.

Toute communication entraîne une mise en scène et la confrontation des représentations des individus impliqués.

Toute communication est finalisée par le gain de l'enjeu.

Toute communication est de l'ordre d'une co-construction du réel et non de l'ordre d'une validation, d'une pré-construction de celle-ci, ou d'une dénotation." (Ghiglione, Landré, Bromberg, Dorna, 1990).

Pour résumer ce parti-pris théorique, admettons que la langue n'a pas exclusivement une fonction symbolique. Elle est un des moyens, le plus utilisé, dont l'homme dispose pour se co-construire dans une intercommunication permanente où les intercommuni­cateurs construisent des univers de sens et de références, des univers de relation aux autres et aux mondes mis en scène, et se situent dans ces jeux de construction. C'est également ce que platon pouvait décrire dans l'allégorie de la caverne, où les hommes prennent pour vraies, vraisemblables et réelles les ombres parées sur la caverne et non objets produisant ces ombres: La réalité n'est jamais donnée mais construite.

"L'homme communiquant n'est donc pas le miroir réfléchissant d'une réalité, mais le constructeur incessant de ses réalités (...) Les individus ne cessent de co-construire cette réalité, tout en se co-construisant, transaction communicative après transaction. Ainsi la scène énonciative de l'analyse du discours, où les sujets venaient "dire" leur rôle, se transforme en espace co-interlocutoire où les sujets viennent négocier des mondes possibles, en tentant de les donner à croire pour un temps comme le monde. La réalité devient alors un moment, résultant d'un procès d'influence provisoirement réussi." Ghiglione, (1990).

2- LES STRATEGIES DISCURSIVES

"En tant qu'art (la rhétorique), son piège argumentatif se situe dans le champ de l'émotion, en tant que technique son piège argumentatif se situe dans le champ de la "raison", elle a pour but de déclencher chez le sujet une réaction de "bon sens", qui finit par lui faire prendre le probable pour du certain (...) Ainsi l'orateur est le véritable acteur de la scène discursive, il est le maître d'oeuvre d'une véritable stratégie discursive." Bromberg, (1990).

Dans la perspective de l'étude des stratégies discursives nous pouvons chercher à connaître l'efficacité des éléments constitutifs du discours, la place des différents arguments et les différents arrangements des parties du

discours. Ainsi cela revient à se questionner sur "Quels types d'arguments?" et "Quelles structures des arguments?".

Nous ne répondrons pas à la première question puisqu'elle ne s'insère pas dans ce travail. Quant à la deuxième, nous commencerons par y répondre en mentionnant l'intérêt que certains auteurs ont porté à deux types de problèmes rhétoriques se rattachant à la problématique de l'arrangement du discours:

- DISCOURS UNILATERAL VERSUS DISCOURS BILATERAL:

Il s'agit de savoir quelles sont les conséquences de l'énonciation d'un discours doté d'arguments allant uniquement dans le sens de la thèse que l'on tend à démontrer et à faire accepter, versus les conséquences de l'énonciation d'un discours doté d'arguments contradictoires: anti-thésiques et thésiques.

Hovland, Lumsdaine et Sheffield (1949) ont apporté les premières réponses à savoir que le bilatéral s'avérait plus efficace pour persuader quand les sujets n'étaient pas en accord avec le discours fourni (ou non convaincus), et, inversement, le discours unilatéral s'avérait plus efficace pour des sujets en accord avec le discours (ou convaincus). Aussi a-il été démontré que la structure du discours pouvait avoir une influence sur la structure cognitive du sujet lecteur.

Puis, lorsqu'il s'avère que le discours bilatéral est plus efficace dans les mécanismes de persuasion que le discours unilatéral, se pose alors le deuxième problème rhétorique à savoir: Quel ordre argumentatif adopter?

- DISCOURS PRO-CONTRE VERSUS DISCOURS CONTRE-PRO

Nous entendons ici "*pro-contre*" dans le sens pro-attitudinel versus contre attitudinel, et "*contre-pro*", dans le sens contre-attitudinel versus pro-attitudinel.

Il s'agit alors d'envisager les effets de la production discursive si les arguments favorables (versus défavorables) à la thèse avancée sont présentés en premier. Ghiglione (1986) apporte certaines réponses en démontrant que lorsque le sujet récepteur possède initialement des contre-arguments à la thèse présentée dans le discours, les discours les plus efficaces sont ceux qui auront la structure suivante et par ordre d'efficacité décroissante:

Discours "contre-pro" > Discours "pro" > Discours "pro-contre".

Lorsque le sujet récepteur ne possède pas initialement de contre-arguments à la thèse présentée, on fait des prédictions inverses:

Discours "pro" > Discours "pro-contre" > Discours "contre-pro".

Il va de soi que, depuis ces travaux, de nouvelles recherches sont venues compléter, étayer ou revoir ces affirmations mais là n'est pas le propos dans la mesure où nous n'envisageons pas une historique de cette perspective d'étude. Disons qu'il a pu être désignés (Bromberg, Dorna, Ghiglione, 1983) trois types de patterns stratégiques mis en oeuvre dans un discours argumentatif: le pattern "entonnoir" qui "renvoie à la présentation, puis à l'élimination progressive des alternatives relatives à un objet thématique donné", le pattern "bloc" qui *renvoie à* " l'expression successive et/ou itérative des alternatives relatives à un objet thématique donné", la pattern "monolithe" qui "renvoie à l'exposition continue d'une seule des alternatives relatives à un objet thématique donné".

Or, il s'est avéré en fonction des résultats de l'expérience précédente qui avait fait l'objet du mémoire de maîtrise, que si l'on observait une différence significative entre les patterns monolithe et bloc d'une part, et les patterns monolithes et entonnoir d'autre part: aucune différence significative n'était remarquée entre les patterns bloc et entonnoir autrement dit, le fait qu'il y est présentation d'une "bi-argumentation" ou d'une "poly-argumentation" n'avait aucun effet sur la structure cognitive du sujet, et donc aucun effet sur le changement d'attitude attendu. C'est pourquoi, lors du travail présent, nous avons décidé de n'envisager que deux patterns stratégiques: Un pattern stratégique proposant une "poly-argumentation" mettant en scène à la fois et de manière successive plusieurs locuteurs ou argumentateurs pouvant apporter un monde de l'autre argument, voir du contre-argument. Nous l'avons nommé "voix du contre-argumentateur" (V.C.A.). Puis, un deuxième pattern stratégique proposant une "*mono-argumentation*"; celle du locuteur, de l'énonciateur que nous avons nommé "voix de l'énonciateur" (V.E.).

La défection du pattern stratégique utilisé dans le discours choisi pour l'expérience qui va suivre a été possible grâce à une méthode d'analyse de contenu: "l'analyse propositionnelle du discours" (A.P.D.) (Ghiglione, Blanchet, 1991).

II- L'ANALYSE PROPOSITIONNELLE DU DISCOURS

Cette méthode d'analyse est à relier et dérive directement de l'approche théorique psychosocio-discursive, approche selon laquelle la référence serait un co-construit négocié par des interlocuteurs "en référence à un monde à dire" et à un outil systémique: le langage, dans la communication désignée comme contractuelle. Autrement dit, elle est issue

de la théorie du contrat de communication explicitée dans le paragraphe précédent.

Nous présenterons une approche théorique succincte de l'A.P.D. et issue des ouvrages suivants: (Ghiglione, Matalon, Bacri 1985); (Ghiglione, Blanchet 1991).

1- LES OBJECTIFS DE L'A.P.D.

L'A.P.D. se veut être une méthode générale d'analyse des productions langagières orales comme écrites. Elle propose d'étudier la structure d'univers construite et mise en scène par un interlocuteur, sur la base de mots, de notions de référence dans une continuité contextuelle, à visée persuasive.

Bien que l'A.P.D. ne se réclame pas d'une linguistique ou d'une sociologie, elle emprunte à la linguistique, et plus particulièrement aux techniques classiques d'analyse de contenu.

Bien qu'empiriste, elle tente de fournir une reproductibilité de ses résultats. Mais nous restons conscient du fait que dès que l'analyste interprétera, puisque lui aussi est co-constructeur de réalité, l'objectif laissera de la place au subjectif.

L'A.P.D. se veut capable de répondre à deux questions: "*Quelle est la structure d'univers mis en scène et son contenu? Et quelle est l'intentionnalité de cette construction?*" (Ghiglione et Al, ouvrages cités).

2-LES OUTILS DE L'A.P.D.

Il sont définis comme étant la proposition, les référents noyaux, les catégorisations verbales, les modalisateurs et les joncteurs, le tout pouvant être codé sous forme de modèles argumentatifs.

Cette méthode a choisi la proposition comme unité d'analyse. Ici proposition est considérée comme la forme minimale la plus satisfaisante pour rendre compte d'un micro-univers, d'une signification. Ce micro-univers est défini comme une scène peuplée à minima d'un actant, celui qui fait l'action, et de l'acte que le verbe accomplit.

Aussi le texte est-il soumis au découpage propositionnel puis chaque proposition est réécrite sous la forme de modèle argumentatif. Il s'agit, en effet, de mettre la proposition sous une forme descriptive afin de faciliter les comparaisons interpropositionnelles, et d'explicitier le texte dans son agencement propositionnel.

Les modèles argumentatifs sont alors un moyen "de représenter l'organisation des termes porteurs de catégories grammaticales fonctionnelles

(verbes, syntagmes nominaux...) en mettant en relation les opérateurs prédicatifs et leur domaine d'application ou arguments. (Ghiglione, Blanchet, 1991). Cette méthode d'analyse permet alors, à travers la réécriture des propositions sous la forme de modèles argumentatifs, de dégager des grandes catégories en termes de schéma prédicat-arguments.

trois étapes sont nécessaires:

- Tout d'abord, les verbes doivent être catégorisés en verbes factifs (archilexème faire), déclaratifs (archilexème dire) ou statifs (archilexème être et avoir). De plus, des valeurs modales peuvent leur être affectées.

- Ensuite, les arguments sont hiérarchisés et orientés par rapport au prédicats.

- Enfin, on pourra construire par le jeu de la combinatoire l'univers théorique de tous les modèles potentiellement réalisables sur la base de référents noyaux produits et d'après les modèles relationnels que ceux-ci entretiennent dans le texte.

les référents noyaux sont les mots ou groupes de mots structurant et organisant le discours, il sont les termes autour desquels s'ordonnent les réalisations langagières? Nous allons donc choisir, dans l'analyse, en fonction de la fréquence d'occurrence des mots, un ou plusieurs référent (s) noyau(x) quand il a une position lui donnant son pouvoir structurant.

Les derniers outils dont dispose l'A.P.D. sont les modalisateurs et les joncteurs (ou connecteurs) qui *"on la charge de construire une certaine représentation, par un interlocuteur A, pour un interlocuteur B, en fondant celle-ci tout d'abord et primordialement sur la réalité/vérité de ce qui est énoncé."* Ghiglione (1991).

EXEMPLE:

Soit la proposition suivant:

P = "Les enfants couraient dans la rue."

peut s'écrire sous la forme du modèle : A F Y

où A = un mot qui a pu être choisi comme référent noyau (les enfants)

F = le prédicat appartenant à la classe des factifs (couraient)

Y = le complément, ici de lieu (dans les rues)

Nous avons sélectionné et privilégié certains éléments proposés par cette méthode en fonction des buts que nous nous étions assignés pour l'expérience qui va suivre. Nous développerons ceux-ci ultérieurement.

S'inscrivant dans un cadre théorique où la réception du message est considérée comme une situation d'interlocution, ce concept méthodologique considère que ce qui est "*retenu*" est ce qui est susceptible de s'intégrer dans les système de représentation du sujet social.

Ainsi, il semble assez évident que les représentations sociales sont le plus souvent saisies au niveau de l'intra-locuteur ou de l'interlocuteur potentiel, le processus de validation propre à l'interlocution consistant alors en un travail de reformulation et d'explicitation des représentations sociales; nous, nous sommes attachés à étudier un micro-phénomène de cette étude des stratégies discursives (mise en évidence par l'A.P.D.) et des représentations: c'est-à-dire, non pas une saisie des représentations sociales du locuteur lui permettant de mettre en forme son discours, mais l'effet que le discours, et la construction de celui-ci, pouvait avoir sur les représentations, sur ce qui structure les représentations du locuté.

Notre optique étant la suivante:

En communiquant, les individus ne cessent de co-construire la réalité tout en co-construisant sans cesse leurs représentations. Et les représentations sociales façonnent cette réalité mi-physique, mi-imaginaire qu'est la réalité sociale.

BIBLIOGRAPHIE

- 1- BEAUVOIS, J.L; JOULE, R.V; MONTEIL, J.M. (1987): **Perspectives cognitives et conduites sociales, représentations et processus socio-cognitifs**. COUSSET, DEVAL.
- 2- DOISE, W. (1972): **L'explication en psychologie sociale**, Paris P.U.F.
- 3- DOISE, W. ; PALMONARI, A. (1986): **L'étude des représentations sociales**. NEUCHATEL, DELACHAUX et NIESTLE.
- 4- DOISE, W. (1990): Les représentations sociales, in: R. GHIGLIONE, C. BONNET, J.F. RICHARD. **Traité de psychologie cognitive - T.3-cognition, représentation, communication**, Paris, DUNOD.
- 5- GHIGLIONE, R. (1986): **L'homme communiquant**. Paris, Colin.
- 6- GHIGLIONE, R. (1989): **Je vous ai compris**. Paris, Colin.

- 7- GHIGLIONE, R. (1990): La communication : le "qui" et le "comment", in: R. GHIGLIONE, C. BONNET, J.F. RICHARD: **Traité de psychologie cognitive- T.3- cognition, représentation communication.** PARIS DUNOD.
- 8- GHIGLIONE, R. ; BLANCHET, A. (1991): **Analyse de contenu et contenus d'analyse.** PARIS, DUNOD.
- 9- GHIGLIONE, R. ; KEKEN BOSCH, C. (1991): Rapport de recherche. A.S.P. **Communication et société: l'analyse de la réception.**
- 10- MOSCOVICI, S. (1961): **La psychanalyse, son image et son public.** PARIS, P.U.F. (2e édition, 1976).
- 11- MOSCOVICI, S. (1984): **psychologie sociale.** PARIS, P.U.F.