Suzanne-G. Chartrand
Lahcen Elghazi
2014/04/01
Écriture

L’argumentation – II. Qu’est-ce que l’efficacité argumentative?

Bien que les québécois réussissent relativement bien l’examen de certification en français écrit qui consiste à rédiger un texte d’un genre argumentatif (une lettre ouverte en 5e secondaire et une dissertation critique au collégial), les correcteurs sont rarement convaincus par l’argumentation déployée : ils considèrent que ces textes sont bien peu persuasifs ou convaincants. **La capacité à faire adhérer le destinataire à sa thèse est pourtant l’enjeu de l’argumentation**. Or, elle ne constitue pas un objet d’évaluation important et systématique dans ces épreuves certificatives. Les critères décisifs sont essentiellement formels (plan de texte; cohérence; progression du texte marquée par des connecteurs, notamment; respect des contraintes de la langue). Et si on enseignait à produire des textes dotés d’une force persuasive, autrement dit d’une efficacité argumentative?

L’efficacité argumentative : un objectif à atteindre

Il existe de nombreuses conceptualisations pour désigner le fait qu’un énoncé argumentatif atteint totalement ou partiellement son objectif : emporter l’adhésion du destinataire à la thèse défendue. On utilise les expressions *efficacité symbolique*, *efficacité de la parole* et *efficacité persuasive*. Dans les lignes qui suivent, nous

examinerons, à des fins didactiques, ces concepts pour en arriver à proposer celui d' *efficacité argumentative* pour l'enseignement de la production et compréhension / interprétation de genres argumentatifs.

L'expression ***efficacité persuasive*** est associée à l'approche psychosociale de l'argumentation qui met l'accent sur les activités cognitives du destinataire : la réussite de toute argumentation dépend des variables entourant la réception du message, notamment les facultés d'attention, de compréhension, d'interprétation et de mémorisation du destinataire prévu ou non (Ghiglione, 1992). On s'intéresse aux conditions concrètes de la réception du message et non aux aspects discursifs de l'argumentation. Dans les messages publicitaires et les discours politiques, les choix langagiers s'appuient sur des études en psychologie et en psychologie sociale qui prennent en compte les attentes et le profil psychosocial des destinataires. L'efficacité y est considérée comme un effet de la manipulation du destinataire, et les relations entre l'énonciateur et le destinataire sont analysées en termes de « manipulateur » et de « manipulé ».

Quant à l'expression ***efficacité de la parole***, on la retrouve surtout dans les études sociologiques ou anthropologiques qui analysent les formes de légitimité liée aux institutions sociales. La particularité de ces approches réside dans le fait qu'elles attribuent l'efficacité non pas à des phénomènes langagiers, mais à la légitimité symbolique dont jouissent les énonciateurs. L'efficacité de la parole relève davantage du rituel entourant la prise de parole par les acteurs sociaux que de la parole elle-même. Pour décrire ce phénomène, le sociologue Pierre Bourdieu parle des « mystères du ministère » (Bourdieu, 1982 : 101), faisant allusion au pouvoir symbolique de la fonction de l'énonciateur avec les rituels et les apparats qui accompagnent sa parole.

L'***efficacité symbolique*** partage avec la notion d'efficacité de la parole la dimension symbolique du discours, avec une orientation thérapeutique associée aux pratiques shamaniques et aux phénomènes de transe. Le shaman qui intervient, par exemple lors d'un accouchement difficile, associe aussi bien la pensée réfléchie, l'inconscient et la dimension organique (Lévi-Strauss, 1949 : 24). Les incantations, les récits, les plumes ou le cristal, ou toute autre matière, sont tous réunis pour atteindre la guérison, synonyme de la délivrance de l'esprit du patient. Bref, qu'il s'agisse d'efficacité

symbolique ou persuasive, ou de parole efficace, on constate que ces termes servent à cerner les dimensions psychosociales du langage; ils décrivent la correspondance entre l'intention de communication et ses effets réels ou présumés sur les conduites ou les représentations de l'auditoire, ou sur le réel, mais en les expliquant par des phénomènes qui ne sont pas langagiers.

Pour décrire les différences entre la dimension symbolique et la dimension rhétorique de l'efficacité du discours, la linguiste E. Danblon (2005) propose une perspective intéressante. L'auteure insiste sur les rapports de symétrie ou d'asymétrie entre l'énonciateur et le destinataire et distingue trois types de discours : le *discours magique* , le *discours rituel* et le *discours rhétorique*. Dans le premier, l'orateur a une autorité naturelle ou surnaturelle incontestable, par conséquent la relation entre l'énonciateur et le destinataire est asymétrique. Dans le discours rituel, l'autorité est l'effet du symbolisme des rites qui accompagnent le discours. La parole rituelle tient sa force non pas des pouvoirs de l'énonciateur, mais plutôt d'une forme de consensus social, explicitement ou implicitement consenti à l'orateur, par exemple lors de l'ouverture des Jeux olympiques ou dans des cérémonies comme le mariage, la collation des grades. Enfin, le *discours rhétorique* est celui qui ne se fonde sur aucune autorité et où la relation entre l'énonciateur et l'auditoire est en principe symétrique. Nulle place au surnaturel, ce sont les moyens langagiers (et graphiques ou prosodiques, selon le genre) qu'il choisit et utilise qui priment. C'est ce qui donne au travail de l'énonciateur toute son importance dans la mesure où ce dernier devient le metteur en scène du discours.

Quant à nous, nous définissons l'**efficacité argumentative** comme la capacité d'un discours, matérialisé dans un genre particulier, à influencer les conceptions, les représentations, voire les décisions, du destinataire par la mobilisation des moyens rhétoriques (langagiers et non langagiers) appropriés.

L'efficacité argumentative : problème central de la rhétorique

En nous appuyant sur le concept d'*efficacité argumentative*, nous pouvons enseigner à

rendre les genres argumentatifs des élèves et des étudiants plus efficaces. Ainsi, il s'agit de bien cerner les paramètres de la situation de communication, principalement la référence au contexte socioculturel de la question controversée et les modalités de prise en compte du destinataire. Car un des aspects fondamentaux de l'efficacité consiste dans la construction et la prise en compte du destinataire. Une argumentation efficace est une argumentation qui fait des choix langagiers en tenant compte du destinataire. « L'orateur ne peut argumenter efficacement que s'il a une représentation réaliste de l'auditoire et que son discours s'adapte en conséquence à une telle représentation » (Danblon, 2005, p. 14). Les marques de modalité, dont les marques énonciatives, qui contribuent à construire l'image de l'énonciateur et celle du destinataire dans le texte, doivent être travaillées afin de mettre en évidence la cohérence et la pertinence de la construction de l'image de ces protagonistes tout le long du texte. On prendra de plus en compte les phénomènes polyphoniques, notamment la présence d'autres voix évoquées principalement par des discours rapportés en appui à la thèse. Il faudra aussi travailler les ressources du langage qui matérialisent la force persuasive des arguments en lien avec la thèse (structures syntaxiques, discours rapportés, lexique, jeu sur les registres de langue, figures de style, dont l'ironie, ponctuation expressive et implicite textuel). L'analyse d'une lettre de sollicitation aux pages 26 et 27 illustre les diverses ressources de l'efficacité argumentative.

Un petit historique du concept d'efficacité argumentative

D'Aristote à nos jours, l'efficacité argumentative a fait l'objet de modalisations différentes, toujours imprégnées par l'idéologie et les systèmes de valeur dominants de l'époque. Barthes (1970) décrit ainsi le contraste entre la rhétorique d'Aristote et celle de Saint-Augustin : chez le premier, ce qui est déterminant, c'est l'articulation de l'*inventio*, du *dispostio* et de l'*elocutio* avec la composante générique (le judiciaire, le délibératif, l'épidictique); chez le second, c'est la vérité et la clarté qui comptent. Chez l'un, on a affaire à une rhétorique du vraisemblable où l'efficacité dépend du *logos*, du *pathos* et de l'*ethos*; chez l'autre, on se trouve face à une rhétorique de la vérité où la foi est au premier plan; c'est davantage du second que l'institution scolaire a hérité.

Dans leur fameux *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique* (désormais Traité), Perelman et Olbrechs-Tyteca (1958/1992) ont systématisé les conditions de l'obtention de l'assentiment de l'auditoire en renouvelant la rhétorique aristotélicienne. Pour eux, le point de départ de toute argumentation est l'accord présumé du destinataire avec les prémisses mobilisées par l'énonciateur (les faits, les vérités et les présomptions). L'échafaudage des prémisses, malgré le caractère conventionnel de ces dernières, offre à l'énonciateur des atouts pour influencer le destinataire. Il n'y a pas de meilleure illustration pour la force de l'accord obtenu au début de toute argumentation que les dialogues de Socrate. Ce dernier, dans les multiples débats rapportés par Platon, commence toujours par établir les topos à partir desquels l'argumentation se développe. **Ainsi, pour renforcer une croyance ou pour en contester une autre, l'argumentation, pour être efficace, doit prendre appui sur des opinions communes et partagées par le destinataire.**

En plus de l'accord dont doivent faire l'objet les prémisses, le *Traité* souligne l'importance du choix des données (ce qu'on appelle des *faits*!). Tout argumentateur habile ne se contente pas de sélectionner les données favorables à sa thèse, il les interprète en leur donnant les significations qui conviennent au point de vue défendu. Le but de la sélection des données et de leur interprétation est la recherche de la pertinence entre ces données et la conclusion. Certes, le *Traité* reprend là une idée de la rhétorique aristotélicienne, mais ses auteurs insistent sur le rôle des moyens langagiers tels que la répétition, la définition oratoire, le choix des mots, les structures grammaticales, les figures, le choix du temps verbal, etc. La question de la structure du discours ou du plan du texte n'est pas présentée comme fondamentale dans cette approche.

Ainsi, pour atteindre l'efficacité argumentative, il ne suffit pas d'évaluer les effets psychologiques et sociaux de ces discours, ce qui est à la fois difficile et peu pertinent du point de vue didactique, mais de choisir en fonction de la situation de communication les moyens langagiers et graphiques ou prosodiques qui constitueront la stratégie argumentative à l'œuvre dans un genre donné. L'intérêt de cette approche réside dans la valeur qu'elle accorde, à des degrés différents, aux phénomènes langagiers et à leurs manifestations textuelles.

Enseigner l’efficacité argumentative

Le traitement didactique de l’efficacité argumentative consiste en un travail sur les éléments énumérés ci-dessus lors d’activités de production et de compréhension / interprétation de textes de différents genres, où ces phénomènes discursifs seront repérés, analysés, discutés (Chartrand, 2001a et 2001b; 1995; 1993; MELS, 2011). Les élèves et les étudiants doivent être conviés à mener une activité rhétorique et à réfléchir afin d’évaluer leurs propres textes et ceux de leurs pairs toujours en tenant compte de leur efficacité argumentative.



RÉFÉRENCES

BARTHES, R. (1970). « L’ancienne rhétorique », *Communications*, n^{o} 16, p. 172-223.

BOURDIEU, P. (1982). *Ce que parler veut dire*, Paris, Fayard.

CHARTRAND, S.-G. (dir. publ.) (2001). *Apprendre à argumenter. 5^{e} secondaire*, Saint-Laurent, ERPI.

CHARTRAND, S.-G. (2001b). « Enseigner l’argumentation au secondaire : quoi de neuf en 2001? », *Québec français*, n^{o} 122, p. 54-58.

CHARTRAND, S.-G. (1995). *Modèle pour une didactique du discours argumentatif écrit en classe de français*, Montréal, Les publications de la Faculté des sciences de l’éducation.

CHARTRAND, S.-G. (1993). « Topos, implicite et idéologie dans le discours argumentatif », dans M. LEBRUN et M.- Chr. PARET (dir. publ.), *L’hétérogénéité des apprenants : un défi pour la classe de français*

, Genève, Delachaux et Niestlé, p. 174-180.

DANBLON, E. (2005). *La fonction persuasive*, Paris, Armand Colin.

GHIGLIONE, R. (1992). « La réception des messages », *Hermès*, n^{os} 11-12, p. 247-264.

LÉVI-STRAUSS, C. (1949). « L'efficacité symbolique », Revue de l'histoire des religions, tome 135, n^{o} 1, p. 5-27.

MELS ? MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION, DU LOISIR ET DU SPORT (2011). « L'argumentation dans les textes écrits et oraux », *Progression des apprentissages*. Français. Secondaire, [En ligne], réf. du 24 fév. 2014.

PERELMAN, C. et L. OLBRECHTS-TYTECA (1958/1992). *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles.

Cliquez (un clic) sur les images ci-dessous pour les agrandir et les rétrécir.

L'efficacité argumentative dans une lettre de sollicitation*

Analysons brièvement comment l'auteur d'une lettre de sollicitation, le directeur général d'un organisme de solidarité internationale *Alternatives*, s'y prend pour demander de l'argent à quelqu'un qui en a déjà envoyé.

L'énonciateur, celui qui prend en charge le texte, veut par sa lettre que sa destinataire, M^me^ Latour, adhère à un programme de dons mensuels. Pour cela, il a élaboré une stratégie argumentative basée sur quatre principaux atouts : un système énonciatif qui crée une connivence entre lui et sa destinataire, des discours rapportés qui soutiennent la thèse, le procédé de l'explication argumentative et des marques graphiques.

Le système énonciatif

Pour créer un rapport de complicité, le directeur associe explicitement l'organisme, ses collaborateurs et la destinataire en utilisant un *nous* et le déterminant possessif de 1re pers. du pluriel (25 occurrences, ici en gris). Il donne de lui l'image d'un homme confiant dans la cause que défend l'organisme et dans l'adhésion de ses donateurs réels ou potentiels. Il s'adresse aussi directement à sa destinataire en utilisant des pronoms et déterminants de la 2e pers. du pluriel (15 occurrences, ici en vert), en l'interpelant deux fois (lignes 11 et 30) et en utilisant un impératif : *Songez*… ligne 27).

Pour donner plus de poids à son argumentation, l'énonciateur principal, qui emploie le *je* (5 occurrences), fait intervenir d'autres énonciateurs : l'actualité dans les médias (ligne 2), le témoignage des partenaires (lignes 5 à 7), les requêtes des partenaires (lignes 31 et suiv.).

Puis, pour la convaincre, il fait appel à sa raison, on pourrait même dire à son bon sens et à ses valeurs, en présentant une série de causes et leurs conséquences (voir les annotations en marge), mettant ainsi en œuvre le procédé de l'explication argumentative, qui n'est pas agressif comme peut l'être la réfutation.

Enfin, diverses marques graphiques – logo (avec le *A* divisé en deux comme le monde l'est), soulignement, liste à puces, gras et italique – marquent des passages importants du texte (dont l'original est en noir et blanc).

On trouve aussi des marques de modalité, dont trois fois l'auxiliaire *devoir* (lignes 30, 41 et 48) et des figures comme la métaphore (*notre monde est cassé en deux*, ligne 11; *vous faites un pas, à nos côtés, dans cette direction*, ligne 47).

Devant cet ensemble de moyens langagiers, on peut imaginer que Mme Latour adhèrera au programme de dons mensuels d'*Alternatives*.

*Pour des analyses d'autres genres, y compris littéraires, consulter S.-G. Chartrand (dir. publ.), *Apprendre à argumenter. 5e secondaire*, Saint-Laurent, ERPI, 2001.

Alternatives
... pour un monde différent

Montréal, le 19 novembre 1999

Madame Diane Latour
2021, rue du Fleuve
La Prairie (Québec)
J3L 4H8

Madame Latour,

On a beaucoup parlé, dans l'actualité, de la population mondiale qui se chiffre aujourd'hui à six milliards d'individus. Mais au moment même où vous lisez ces lignes, près d'un milliard et demi d'êtres humains luttent pour survivre avec un dollar ou moins par jour.

Nos partenaires, présents sur tous les continents, témoignent quotidiennement que dans notre monde dit « évolué », il y a ceux à qui profite le développement économique et ceux qui en sont exclus.

Ainsi, ne trouvez-vous pas aberrant qu'à peine 500 entreprises contrôlent plus de 70 % du commerce mondial? Que l'avoir des 10 hommes les plus riches de la planète soit supérieur à celui des 48 pays les plus pauvres?

Madame Latour, notre **monde est cassé en deux**! Mais grâce au soutien et à la confiance que vous et tous nos donateurs accordez à *Alternatives*, nous sommes en mesure de travailler à construire un monde meilleur, à l'aube du troisième millénaire.

CAUSE : *grâce au soutien et à la confiance […] à Alternatives,*
CONSÉQUENCE : *nous sommes en mesure […], à l'aube du troisième millénaire.*

Je sais que vous avez versé 50 $ lors de notre campagne spéciale pour le Kosovo, au printemps dernier. Cette somme a servi à venir en aide à ceux et à celles qui collaborent à la paix, à la justice et au développement de cette région du monde.

CAUSE : *vous avez versé 50 $ […] au printemps dernier.*
CONSÉQUENCE : *Cette somme a servi […] région du monde.*

Comme vous êtes parmi nos fidèles donateurs, je vous écris aujourd'hui pour vous offrir d'aider nos partenaires tout au long de l'année en adhérant au *Fonds de solidarité d'Alternatives*, notre programme de versements de dons mensuels. C'est là la façon la plus efficace et la plus simple de les appuyer dans leurs efforts pour bâtir une société plus juste.

En versant un petit montant chaque mois, vous nous assurez une rentrée de fonds régulière. Cette façon de faire revêt une importance capitale, puisqu'elle permettra à nos partenaires de se tenir prêts à affronter les pires catastrophes.

CAUSE : *En versant un petit montant chaque mois,*
CONSÉQUENCE : *vous nous assurez une rentrée de fonds régulière.*

Ainsi, des mesures préventives pourront être prises, comme l'achat de médicaments pour éviter la propagation d'une épidémie, ou la tenue de forums de discussion entre groupes ethniques au bord de l'affrontement pour trouver une solution pacifique au conflit.

CONSÉQUENCE : *Ainsi, des mesures préventives […] au conflit.*

Aussi, nous ne vous solliciterons plus et nos frais administratifs diminueront. Songez qu'une somme de 12 $ par mois, par exemple, n'équivaut même pas à un café par jour… alors que cela représente tellement pour nos partenaires d'*Alternatives*!

CAUSE : *nous ne vous solliciterons plus*
CONSÉQUENCE : *et nos frais administratifs diminueront.*

Madame Latour, notre combat pour contrer l'injustice dans le monde doit se poursuivre. En ce moment, quelques-uns de nos collaborateurs requièrent notre aide et notre solidarité de toute urgence.

• Au Burundi, les partenaires d'*Alternatives* visent le rapprochement entre Hutus et Tutsis afin d'éviter un autre bain de sang. Ils travaillent aussi à la réinstallation des familles de plusieurs régions du pays et à la reconstruction d'infrastructures communautaires.

• Une terrible sécheresse frappe plusieurs régions du nord-est du Brésil. Nos amis là-bas – des membres du « mouvement des paysans sans terre » – attendent notre aide pour que se poursuivent l'approvisionnement en eau et l'ensemencement des champs.

• En Inde et au Pakistan, nos partenaires travaillent à la réconciliation de ces deux peuples. La situation est explosive, mais ils constatent que les échanges culturels et les forums populaires sur la paix portent fruit. Ils doivent continuer leur action.

Avant le 1er janvier 2000, nous souhaitons pouvoir leur annoncer qu'ils recevront bientôt le soutien dont ils ont besoin afin d'entreprendre ces projets, des projets cruciaux pour le mieux-être de leurs communautés.

Je sais que vous souhaitez vous aussi que tous les êtres humains puissent vivre dans un monde de paix et de justice. En versant tous les mois une contribution au *Fonds de solidarité d'Alternatives*, vous faites un pas, à nos côtés, dans cette direction.

CAUSE : *En versant tous les mois une contribution au Fonds de solidarité d'Alternatives,*
CONSÉQUENCE : *vous faites un pas, à nos côtés, dans cette direction.*

Le monde doit changer. Je vous remercie, Madame, d'y croire avec nous.

Pierre Beaudet
Directeur général

P.-S. Utilisez les cartes de souhaits du nouveau millénaire que j'ai jointes au présent envoi. Elles ont été produites grâce à la générosité d'un de nos donateurs. Vous ferez ainsi connaître



Suzanne-G. Chartrand

Professeure associée à l'Université Laval



Lahcen Elghazi

Maitre de langues à UQAM, doctorant en didactique à l'Université Laval