

Prémises, stéréotypes et lieux communs dans un discours de simplification : le cas de l'émission *Deux psy à l'écoute*¹

Céline Beaudet et Amélie-Hélène Rheault²

Université de Sherbrooke

Epidictic discourse is omnipresent in our hypermediatized society, which is centred on the glorification of the individual. This research aims to examine the links between the effectiveness of epidictic discourse and the recourse to shared knowledge as a persuasive strategy. We have analysed a popular Quebec radio talk show, Deux psy à l'écoute, which offers psychological advice; in our analysis, we have identified the roles played by premises, stereotypes and common spaces. Our hypothesis is that, in order to create the appearance of meaningful discourse, the radio host would be obliged to make his discourse accessible by referring to shared knowledge and common morality, since scientific discourse is not conducive to rapid and irrevocable judgments, which are the objectives of this show.

Le discours épideictique est omniprésent dans notre société hypermédiatisée, centrée sur la glorification de l'individu. Cette recherche avait pour but de voir à l'œuvre les liens entre l'efficacité du discours épideictique et le recours au savoir partagé comme stratégie persuasive. Nous nous sommes penchées à cet effet sur une émission de consultation psychologique radiophonique très populaire au Québec, Deux psy à l'écoute, pour y examiner le rôle des prémisses, stéréotypes et lieux communs. Notre hypothèse était que pour créer l'apparence de discours sensé, l'animateur n'a d'autre choix que de rendre accessible son discours en référant au savoir partagé, à la morale commune, puisque le discours scientifique n'ouvrirait pas sur des sanctions rapides et irrévocables, comme c'est le cas ainsi que le but visé dans l'émission.

Dans un article récent (*Pratiques*, juin 2003), Thierry Herman et Raphaël Micheli rappellent quelques considérations utiles sur le genre épideictique, catégorie aristotélicienne regroupant les discours consacrés à l'éloge et au blâme. Ces considérations nous sont utiles dans la mesure où la ligne ouverte du docteur Mailloux³, dont nous allons tenter ici de circonscrire quelques caractéristiques discursives, appartient à cette grande catégorie de discours. En rédaction professionnelle, de nombreux mandats

exigent le recours au discours épideictique : portraits d'entrepreneurs, biographies commandées, allocutions lors de la remise de prix, cahiers spéciaux consacrés à des employés émérites, parmi d'autres. Lors de l'assemblée annuelle des actionnaires, il n'est pas rare qu'un chef d'entreprise fasse l'éloge de sa propre performance; c'est également le cas du rapport d'étape, du dossier de promotion, de la lettre de motivation accompagnant une demande d'emploi. Le discours épideictique est omniprésent dans notre société hypermédiatisée où la performance individuelle est glorifiée. Cette recherche avait pour but de voir à l'œuvre les liens entre l'efficacité du discours épideictique et le recours au savoir partagé comme stratégie persuasive (Beaudet 2005).

L'émission du doc Mailloux appartient au genre oral de la consultation psychologique radiophonique (Magaud, 2005). Le déroulement de chaque émission de radio est centré sur l'énoncé d'une règle de vie suivie d'exemples et de contre-exemples dont l'utilité est de valider la règle. L'éloge est tourné vers le porteur de la règle, ici le doc Mailloux, qui confirme la vérité de ses propos par le truchement de divers témoignages d'appellants allant en sa faveur, par les interventions d'appui de la co-animatrice de l'émission, une psychologue, et par de nombreux élans d'auto-appréciation. Corollairement, tout contre-exemple apporté par l'auditoire fait immédiatement l'objet d'un blâme. Il n'y a pas d'argumentation sur la validité des propos du docteur Mailloux, ce que résumait bien Herman et Micheli (2003, p. 10) en affirmant que « la spécificité du genre épideictique est de porter sur des actions ou des hommes qui font l'unanimité dans l'éloge ou la réprobation. » Nous estimons toutefois que cette unanimité est construite dans le discours, qu'elle constitue un raccourci servant à contourner la nécessité d'un débat d'idées, d'échanges scientifiques sur les notions psychologiques discutées en cours d'émission. Le format radiophonique de l'émission oblige les spécialistes à emprunter une position autoritaire, plus conforme aux règles d'intelligibilité dans un discours grand public (Beaudet 2000a, 2000b).

Éloge, blâme et adhésion aux valeurs communes

Il y a dans le genre épideictique une dimension consensuelle, entretenue par l'animateur, soucieux de déployer ses qualités oratoires afin de rendre crédible son rôle de distributeur d'éloges et de blâmes. Toutefois, comme le soulignent les deux auteurs de l'article, cette vision réductrice du discours épideictique a été révisée par Perelman et Olbrechts-Tyteca (1992, p. 66), dans le *Traité de l'argumentation*, qui affirment que le discours épideictique « renforce une disposition à l'action en augmentant l'adhésion aux valeurs qu'il exalte. »

Selon Herman et Micheli (2003, p. 10), « l'idée de disposition à l'action est essentielle en ceci qu'elle prête à l'épideictique un effet perlocutoire autre que la seule admiration de l'auditoire pour les talents de l'orateur ». Cette disposition à agir est amenée

par l'amplification, procédé rhétorique de mise en scène visant à susciter une émotion forte chez l'auditeur, émotion à partir de laquelle il souhaitera agir.

L'effet perlocutoire

Selon Dominicy et Michaux (2001, p. 142), cette disposition à agir ne s'exerce pas sur un objet précis, mais ressemble, en fait, à une adhésion aux valeurs communes du groupe social d'appartenance de la communauté discursive. Il s'agit bien d'un effet perlocutoire, « dans la mesure où l'énonciation sert des fins plus lointaines que l'interlocuteur peut très bien ne pas saisir... » (Ducrot et Schaeffer, 1995, p. 646). La ligne ouverte serait, en quelque sorte, l'occasion de spectaculariser le discours des valeurs communes grâce à la performance d'un expert jouant le rôle de prédicateur, d'admonesteur voire d'exorciste, extirpant par confession publique des aveux d'écarts à la norme, conduisant au mal-être. Par ricochet, l'adhésion aux valeurs communes apparaît comme la voie rédemptrice, mais ne se donne pas comme visée première de l'intervention.

En ce sens, dans cette émission, la morale est affaire de psychologie, ou la psychologie a pour fondement la morale commune, puisque l'écart est synonyme de malaise, de mal-être, de culpabilité. La morale est vécue comme le prolongement naturel des émotions, et c'est ce dont témoignent tous les appelants. Elle apparaît comme l'expression spontanée, sans intermédiaire construit, de la psyché individuelle. Dans ce contexte, il n'est pas surprenant que les fondements de cette morale « naturalisée » soient surtout des lieux communs, des stéréotypes et des prémisses puisque le savoir spécialisé, relevant de la psychologie et de la psychiatrie, ne peut servir de matériel au discours épideictique. Le but premier de l'émission n'est pas, de toute façon, d'instruire, de faire comprendre; il est de favoriser l'identification des auditeurs aux cas vécus qui se donnent à entendre durant l'émission et, ainsi, de faire en sorte que les règles de vie énoncées par l'animateur s'appliquent, par l'effet catharsis de la confession d'autrui, au vécu de chacun. Le plaisir anticipé de la catharsis alimente les cotes d'écoute, et engendre des revenus publicitaires : le but de la radio privée, faut-il le rappeler, n'est pas d'éduquer mais de se positionner comme entreprise rentable.

Le savoir spécialisé, lorsqu'il est mobilisé, prend forme dans des discours analytiques, démonstratifs, argumentatifs, qui ne s'appuient pas d'abord et avant tout sur la doxa, mais sur des preuves raisonnables (Breton, 1996) ou encore sur de la démonstration. L'éloge ou le blâme, pour leur part, ont pour fondements principaux divers procédés d'amplification utilisés dans le but de faire émerger les valeurs autour desquelles les destinataires sont amenés à communier.

Médecin et montreur de foire

Pour supporter l'éloge ou le blâme sont distribués, dans le discours, divers modèles et anti-modèles, porteurs de valeurs et d'antivauteurs, que l'animateur de la ligne ouverte classe de manière manichéenne, dans une langue emphatique, emportée, populaire et souvent vulgaire. Son attitude et ses propos illustrent bien le tiraillement entre les deux rôles de l'animateur : incarner la crédibilité par son statut de médecin psychiatre, d'une part, et capter l'attention du public en jouant les « montreurs de foire », d'autre part (Charaudeau et Ghiglione, 1997).

Le passage entre la règle ou norme générale scandée par l'animateur, en apparence appuyée sur son savoir scientifique, et l'éloge ou le blâme qui constitue la sanction ne se fait pas par le truchement de raisonnements, de démonstrations, d'analyses comparées ou d'accumulation de preuves factuelles. Le passage entre le jugement final et l'action sur laquelle il porte se fait plutôt par l'évocation rapide de savoirs partagés, à l'intérieur desquels nous distinguerons entre prémisses, stéréotypes et lieux communs.

Notre hypothèse est que pour créer apparence de discours sensé, compréhensible, l'animateur n'a d'autre choix que de rendre accessible son discours en référant au savoir partagé, à la morale commune, puisque le discours scientifique n'ouvrirait pas sur des sanctions rapides et irrévocables, comme c'est le cas ainsi que le but visé dans l'émission, et que, d'autre part, ce discours rebuterait la clientèle visée par l'émission.

De notre avis, c'est un cas classique d'information spectacle où l'intelligibilité du propos est sacrifiée sur l'autel de l'accessibilité. Les problématiques (pourtant graves) ne sont évoquées que pour soutenir un jugement univoque, sans nuance, jugement dont la vérité n'est assertée, scandée en fin de compte, que par l'argument d'autorité et le recours à la *doxa*. En ce sens, le propos est facile à comprendre, mais sa signification légitime est douteuse du fait que les arguments preuves, bases d'une argumentation solide et documentée, cèdent le pas aux procédés de rhétorique langagière.

Reality show et effet de réel

C'est sans doute ce qui amène Marie-France Antona (Plantin, éd., 1993, pp. 133-143), dans un article intitulé « Reality show : critique télévisuelle et lieux de genre », à ranger les *émissions de conseil à visée relationnelle*, selon son expression, comme sous-catégorie du genre Reality show. On y retrouve des éléments communs, tel un objectif évident de profits de la part des producteurs de l'émission, mais aussi des stratégies d'organisation des contenus comme l'exhibition publique de la sphère privée, la psychiatrisation des comportements, la mise en scène de l'émotion, la scénarisation du réel.

Cette vision de la ligne ouverte a pour présupposé que la mise en scène de l'information est en quelque sorte gommée pour produire l'effet de réel recherché par l'auditoire comme marque de vérité. Le gommage est tributaire, en grande partie, de la force du savoir partagé distillé dans l'émission, puisque le destinataire se reconnaît dans ce savoir partagé évoqué par les appelants et mis en évidence par l'animateur, et qu'il en induit (à tort) un rapport d'adéquation entre le réel et l'émission. L'auditeur devient ainsi le principal artisan de la duperie dont il est « victime ». Nous avons choisi ici d'examiner le déploiement de ce savoir partagé dans une émission datée du 1^{er} avril 1999 et consacrée à la définition normative de la relation père/fille.⁴

Prémises, stéréotypes et lieux communs

Le savoir partagé se reconnaît, entre autres, dans les prémisses, les stéréotypes et les lieux communs distribués dans le discours.

En argumentation, les prémisses sont choisies en fonction de leur effet sur le destinataire visé; elles ont une valeur pragmatique. C'est pourquoi on les appelle aussi objets d'accord : c'est le but de leur emploi. Les prémisses ne sont jamais que vraisemblables dans un contexte particulier, elles n'ont pas de valeur de vérité. Elles reflètent certains consensus dans les communautés ou dans des sous-groupes d'une communauté, à une époque donnée.

L'adhésion de l'auditeur aux prémisses augure bien pour la suite de l'argumentation; un auditeur mis en confiance par la mise en scène de sa communauté d'intérêt avec l'argumentateur sera plus réceptif à la thèse de ce dernier. Il est clair que la communauté discursive qui nous occupe reconnaît la validité des prémisses dans le discours de doc Mailloux. Les repérer dans un discours incite le destinataire à reconnaître une communauté de pensée avec l'argumentateur ou, à l'inverse, à s'en détacher.

La même fonction de passerelle est occupée par l'argument d'autorité, et dans l'émission *Deux psy à l'écoute*, l'argument d'autorité ne cesse d'être évoqué, martelé même, pour autolégitimer les propos de l'animateur. L'animateur consacre une partie de l'émission à construire et à renforcer sa crédibilité d'expert. Lorsque doc Mailloux fait référence à une autorité extérieure, c'est pour souligner le fait que lui-même a été le premier à tenir ces propos, et qu'il est devenu, en quelque sorte, la parole fondatrice, la référence en matière d'analyse des comportements familiaux. Il renforce l'argument d'autorité par le lieu de l'origine.

Exemple

Ce serait un petit peu prétentieux d'affirmer qu'on calque (mon positionnement par rapport au rôle du père), mais j'ai été un des premiers pour ne pas dire un des seuls pendant longtemps à attirer l'attention sur

le rôle du père, et c'était très mal vu, il y a 7, 6 ans. Aller jusqu'à 5, 6 ans, je me faisais rentrer dedans des fax hostiles, en tout cas, toutes sortes de bêtises que je recevais...

Les prémisses

Pour examiner les prémisses du discours, nous avons repris ici la classification de Perelman et Olbrechts-Tyteca (1992), soit les faits, les valeurs, les vérités, les présomptions et les hiérarchies.

• *Les faits*

Les faits sont ce que le discours argumentatif pose comme réel; les faits sont assertés et non discutés. La plupart des faits versés comme prémisses sont des faits construits plutôt que des faits bruts. Ce sont des constats faisant suite à des analyses ou pseudo-analyses de la réalité et non des segments de réalité qui se donnent à voir de manière transparente ou incontestable. Certains faits étant posés comme réels dans le discours argumentatif, l'argumentateur peut aussi leur rattacher des faits hypothétiques, découlant des premiers. Lorsqu'un fait construit ou hypothétique est utilisé comme prémisses, cela signifie que l'argumentateur estime que son auditeur accepte le fait comme étant conforme à sa perception du réel.

L'une des tâches de l'animateur est d'amalgamer, dans son discours, des faits construits largement admis dans le discours partagé et des faits construits plus controversés dont il se fait le garant.

Exemples

Y'a des thérapeutes incompetents, ça, faut pas se le cacher, on n'ose pas le dire ouvertement.

Y'a beaucoup de conjoints dans l'intimité qui se démolissent à deux.

Au Québec, c'est un système patriarcal, fait que des hommes-guenilles au Québec, y s'en fabrique depuis plusieurs générations. Dans une paroisse qui était fonctionnelle, y'avait 3, 4 hommes qui avaient de l'allure, le reste, là...

Les parents compétents ont rarement des adolescents criseurs.

Y'a des femmes qui ont la tête dure.

• *Les valeurs*

Les valeurs sont le moteur et le point de départ de la plupart des actions, des convictions ou des décisions. Elles prennent leur sens (toujours complexe, toujours flou) par opposition les unes aux autres et par regroupement sur la base d'affinités.

Leur expression prend appui sur des mots clés qui déclenchent chez le lecteur un mouvement de reconnaissance du terrain idéologique où le texte cherche à l'entraîner. Une valeur ou une anti-valeur (selon le point de vue où on se place) appartient à une grappe de valeurs associées dont elle tire sa force. **La représentation de cette grappe passe, dans le texte, par le contrôle du lexique qui y réfère.** Ce lexique est reconnaissable en ce qu'il appartient au discours d'une certaine communauté.

Exemples

Valeurs euphoriques : un homme adulte *et* viril, un homme équilibré. L'individu propre, l'individuation, soi-même. La vérité, la sincérité, la complicité, la franchise, la patience, le respect.

Antivaleurs : la violence conjugale et familiale, la non responsabilité vis-à-vis des enfants, la confusion des rôles dans la famille (les pères qui prétendent materner les enfants, les mères qui prétendent savoir élever seules leur fils), le mensonge, l'attrait sexuel des parents pour les enfants, l'immaturation adulte.

• *les vérités*

Les vérités argumentatives sont des propositions de portée générale, qui servent de justification à de nombreux jugements subséquents. Ce sont l'équivalent de règles ou de contraintes d'ordre supérieur, auxquelles nous sommes soumis par fatalité ou par contrat social. Ces vérités sont abondantes dans le discours du doc Mailloux.

Exemples

Si la mère maternelle, le père, lui, tire sa fille vers l'extérieur, en dehors du cocon maternel vers le monde.

Votre fille ne vous est pas destinée, votre fille va être copulée par un homme autre que vous, cher père...

Le poignassage, les becs sur la bouche, les étreintes qui n'en finissent plus, les déclarations d'amour, ma chérie t'es la plus belle, ma princesse, toutes les niaiseries comme ça qu'on entend malheureusement trop souvent, qui reflètent une relation père-fille trop proche, **c'est aussi mauvais trop proche que pas assez.**

Le père n'est pas une deuxième mère pour sa fille, ni une mère de remplacement.

Une mère ne peut pas faire d'un garçon un homme.

Ceux qui font leur psychologie et leur psychiatrie ont des gros problèmes à régler.

La virilité, c'est très simple, c'est la puissance sexuelle.

• *les présomptions*

Ce qui distingue la présomption de la simple hypothèse, c'est sa valeur subjective de probabilité. La présomption est une prémisse dans la mesure où elle n'est pas remise en question et que ses conséquences sont jugées inévitables. Les jugements qui s'enchaînent sur cette présomption la transforment en quasi-certitude.

Exemples

Est-ce qu'il est possible que votre fils soit en pleine révolte non pas contre vous mais contre le feuillet de père avec lequel vous vous êtes accouplée...

Lorsqu'une mère est traumatisée par une situation, c'est prévisible que la plupart des enfants vont l'être aussi.

• *les hiérarchies*

Les valeurs ou antivaleurs prennent leur sens sur une échelle hiérarchisante. Cette échelle reflète les décisions de l'animateur, mais aussi l'opinion publique : c'est l'expression de la doxa.

Exemples

Aïe, les droguées, là, vous pouvez vous droguer, s'il vous plaît, une injection de Dépo-Provera aux trois mois, s'il vous plaît, voulez-vous nous faire cette grâce-là au nom des enfants qui vont naître tout croches...

Laissez faire les perles rares, vous les trouverez pas, comprenez-vous, dénichez, dégotez un homme qui a de l'allure.

Dans l'ensemble des prémisses relevées dans le discours du docteur Mailloux, les vérités générales ont le plus de portée et sont les plus nombreuses dans le discours. Elles sont la forme privilégiée, par l'animateur, pour transformer la connaissance spécialisée en prescription applicable à tous; elles agissent comme autant de diktats passapartout où chacun semble trouver son compte du fait de la simplicité de leur contenu. C'est la forme privilégiée du discours autoritaire.

Les stéréotypes

Les stéréotypes font de l'individu ou d'une collectivité l'incarnation d'un modèle préconstruit; ils permettent de transformer en traits génériques des traits spécifiques, c'est-à-dire propres à certains mais non communs à tous, ce qui a pour avantage de faciliter la compréhension de la réalité et d'anticiper certains développements.

L'usage de stéréotypes facilite la compréhension de surface et mobilise chez le destinataire des images figées, globales, à partir desquelles il peut séparer l'ivraie du bon grain. (Amossy et Pierrot, 1997) Les stéréotypes agissent comme des raccourcis de la pensée et, là où ils sont disséminés, ils jouent un rôle important dans l'intelligibilité apparente du discours.

Ainsi, dans l'émission du 1^{er} avril :

Exemples:

- « C'est pas évident d'évaluer le niveau de maturité de quelqu'un parce que la plupart vont mettre toutes sortes de paravents pour bien paraître ... Alors souvent, c'est des individus qui se présentent avec veston, cravate, très propres, très clean, très corrects et c'est surtout chez ces individus supposément corrects en apparence qu'il faut se méfier de la bête. »
- « La raison pour laquelle je suis en ondes, c'est qu'on est inconscient d'à peu près 80 % de ce que l'on fait... »
- « Si la mère maternelle, le père, lui, tire sa fille vers l'extérieur, en dehors du cocon maternel, vers le monde ».

Il y a dans ces trois exemples des définitions rhétoriques (Breton, 1996) des rôles des personnes, définitions qui se figent sur des traits simplifiés, généralisés à tout un segment de la population, sans nuances. Ces définitions servent à créer des stéréotypes, sur la base desquels l'animateur appuie certaines règles, sans autre raisonnement plus poussé. On pense ici à la méthode du politicien français d'extrême-droite, Jean-Marie Le Pen, dont le discours raciste s'appuie essentiellement sur les stéréotypes contrastés du Français de souche et du Français d'origine maghrébine (Soucard, Wannich, Cuminal & Wathier, 1997).

Ainsi, l'homme sans maturité, irresponsable et mauvais père a l'apparence d'un homme séduisant, qui confond les femmes par des simulacres. Le stéréotype installé permet de déduire la règle : il faut se méfier des hommes séduisants, qui soignent leur apparence, lorsqu'il s'agit de choisir un père pour ses enfants. L'animateur va même, ironiquement il faut le souligner, jusqu'à recommander aux femmes l'insémination artificielle plutôt que la sélection d'un candidat sur la base de sentiments amoureux, d'attraction sexuelle, toujours suscités par des apparences trompeuses (vérité générale).

Corollairement, le stéréotype de la femme sans jugement, portée par ses engouements irréflechis et dont la naïveté est sans limite, émerge en toile de fond.

Le stéréotype émergeant dans le deuxième exemple porte sur le rôle du psychiatre : il est posé comme un lecteur de l'inconscient, un démiurge appartenant à une catégorie à part de personnes, non sujette au contrôle de l'inconscient. Ce stéréotype

installe l'animateur dans un rôle tout-puissant tandis que l'appelant se voit confiné à un rôle d'aveugle, subjugué par son inconscient. Il n'y a pas de relation qui s'établit entre l'appelant et l'animateur : l'appelant n'est qu'un modèle ou un anti-modèle servant à illustrer la règle que le psychiatre a prédéfinie en s'appuyant sur sa propre autorité. Le rôle du psychiatre se rapproche, dans cette ligne ouverte, de celui d'un astrologue, quelqu'un qui « voit » ce que les non-initiés ne voient pas.

Le stéréotype évoque une conception très ésotérique du savoir professionnel, ce qui explique la communication très asymétrique installée entre l'animateur et l'appelant. Il est certain qu'entre un professionnel et son patient existe une relation asymétrique, mais dans l'émission du doc Mailloux, il n'y a pas de relation, pas de négociation du savoir partagé. L'appelant est un figurant dans une mise en scène bien orchestrée et non pas un cas particulier et individuel sur lequel un expert va se pencher en cherchant comment mettre son savoir au service de la résolution de problèmes complexes. Cette deuxième approche exige de l'expert du temps et de l'humilité, deux éléments incompatibles avec le succès d'une ligne ouverte. Cette approche reconnaîtrait également à l'appelant un statut d'individu, alors qu'il n'est que figurant dans une mise en scène orchestrée par l'animateur.

Le troisième stéréotype est basé sur une définition tautologique, à savoir que les mères maternent. Le maternage est l'apanage naturel des femmes, c'est-à-dire que les soins aux enfants font partie des fonctions innées des mères, comme la gestation et l'accouchement. Le docteur Mailloux en tire la règle que les pères ne doivent pas et ne peuvent pas prodiguer les soins quotidiens à leurs enfants, en particulier à leurs filles. Leur intérêt apparent pour le maternage ne peut, en réalité, qu'être sexuel, affirme-t-il, laissant aucun doute sur la valeur absolue de sa présomption. Il s'ensuit que le seul rôle auquel le père peut prétendre auprès de ses enfants, c'est de faciliter leur accès à l'autonomie en les aidant, comme dit l'expression évocatrice du stéréotype, à couper le cordon. La thèse repose entièrement sur le stéréotype de la mère dispensatrice exclusive des soins dits maternels. C'est une argumentation circulaire.

Les stéréotypes sont utiles, car ils réunissent un thème et un ensemble de prédicats en se basant davantage sur le savoir partagé avec l'auditoire, largement implicite, plutôt que sur des explications, des preuves. « Le stéréotypage est l'opération qui consiste à penser le réel à travers une représentation culturelle préexistante, un schème collectif figé », affirme Amossy (2000, p. 40). Il est évident que le stéréotype fonctionne dans la mesure où le savoir partagé qu'il active est reconnu comme tel et admis par le destinataire. Cela exige la complicité de l'allocutaire, ou encore son consentement, ce qui suppose l'existence d'une communauté discursive réunissant les producteurs de l'émission et les appelants. Jean-Claude Beacco (Charaudeau & Maingueneau, 2002, p. 105) fait d'ailleurs une catégorie particulière « des commu-

nautés discursives de l'espace médiatique, qui diffusent et confrontent connaissances, opinions, valeurs en organisant un marché de textes.» Le niveau de langage des appelants, leurs expériences de vie, la confiance qu'ils portent à l'animateur et l'étalage spontané de leur fragilité sont autant d'indices qui pointent en ce sens.

L'émission du doc Mailloux fonctionne comme un marché de stéréotypes où les auditeurs circulent sans hésitation, se retrouvant dans un univers familier d'idées convenues, ce qui favorise l'identification aux appelants et l'adhésion aux vérités générales distillées par l'animateur/psychiatre. La fonctionnalité des stéréotypes est liée à l'économie de la pensée critique individuelle que le discours stéréotypé réalise.

Les lieux communs

Plantin (1996) définit le lieu commun par la fonction qu'il peut remplir plutôt que par ses caractéristiques propres. En effet, dans une optique argumentative, le lieu commun peut, affirme-t-il, jouer le rôle de loi de passage : « La loi de passage a pour fonction de transférer à la conclusion l'agrément accordé à l'argument. [...] Souvent implicite, elle permet à l'argumentateur d'adosser ses dires à un principe, une convention admise dans sa communauté de parole. Ces principes sont appelés également lieux communs, ou *topoi*. » (1996, p. 26).

Nous estimons que c'est là la fonction des prémisses et stéréotypes étalés dans le discours : ils servent de passerelles vers les règles de vue dont l'animateur se fait l'apôtre.

Ainsi, les exemples relevés dans la liste de prémisses et surtout des stéréotypes sont, en fait, la base des lieux communs dans ce discours.

Exemples

- Les femmes sont naturellement mères et maternelles,
- les hommes sexualisent toutes leurs relations avec la gente féminine, incluant leurs propres filles,
- les femmes de carrière sont des mères négligentes,
- les mères ont des relations obsessionnelles avec leurs enfants,
- les hommes sont des séducteurs impénitents,
- le psychiatre est un démiurge.

Un lieu commun qui les englobe tous est que chacun est responsable individuellement de son bonheur ou de son malheur, d'où l'incitation à rendre public ce qui relève ordinairement de la sphère privée. La démarche de confession médiatique revêt une valeur thérapeutique ; elle est interprétée comme indice de responsabilisation individuelle face au mal-être dont les appelants sont porteurs (Charaudeau & Ghiglione, 1997). Toutefois, paradoxalement, si chaque appelant est responsable indi-

viduellement de sa rédemption, la solution, elle, est unique et s'applique à tous. Cette solution est inscrite dans le savoir du doc Mailloux : il énonce les règles, chaque appelant en illustre le bien-fondé, perdant ainsi son statut d'individu.

C'est sans doute là l'expression la plus dramatique de l'asymétrie entre l'animateur et l'appelant : ce dernier est seul responsable de ses actes et de ses erreurs tandis que le premier possède un savoir et un pouvoir irréfutables qui transcendent ses paroles et lui enlèvent son statut d'individu faillible. Cette relation asymétrique, faut-il le rappeler, est basée sur le consentement de la communauté discursive visée par l'émission. Comme le signale Breton (2001, p. 76) :

L'argument de communauté, celui qui s'appuie sur des présupposés communs, suppose un accord préalable avec l'auditoire sur le lieu ou la valeur qui est mobilisée chez lui. Il y a dans ce cas peu de « valeur ajoutée » puisqu'il s'agit simplement de montrer – et d'en tirer une efficacité argumentative – que ce lieu ou cette valeur inclut en quelque sorte l'opinion proposée. Cet argument a peu de chance de convaincre au-delà d'une communauté commune d'appartenance.

En ce sens, l'intelligibilité du discours (Beaudet, 2003) est liée à son acceptabilité sur le plan idéologique : cette règle incontournable de la communication professionnelle transcende tout genre de discours.

NOTES

- 1 À paraître également dans les *Actes du colloque Interactions asymétriques. Communications privées, institutionnelles et médiatiques*, Québec, Éditions Nota bene, 2006.
- 2 Céline Beaudet (celine.beaudet@Usherbrooke.ca) est professeure titulaire au Département des lettres et communications de l'Université de Sherbrooke ; Amélie-Hélène Rheault (amelie-helene.rheault@Usherbrooke.ca) est doctorante en linguistique à l'Université de Sherbrooke et à l'Université catholique de Louvain, en Belgique (entente de co-tutelle).
- 3 Il s'agit d'une émission quotidienne très écoutée, de type ligne ouverte, diffusée par une station de radio privée au Québec et dont l'animateur vedette est psychiatre. L'émission choisie pour la présente analyse remonte à 1999.
- 4 Nous avons travaillé à partir du verbatim de l'émission, fourni par le professeur Yves Couturier (voir Couturier, Gagnon & Carrier, 2004) de l'Université de Sherbrooke.

BIBLIOGRAPHIE

- Amossy, R. (2000). *L'argumentation dans le discours*, Nathan Université.
- Amossy, R. & Herschberg, P.A. (1997). *Stéréotypes et clichés*. Nathan Université.
- Angenot, M. (1980). *La parole pamphlétaire*, Payot.
- Beaudet, C. (2005). *Argumentation et impact social : le cas des textes utilitaires*, Édition Nota bene, 158 p (sous presse).
- Beaudet, C. (2003). « Le rédacteur et la fabrication du sens d'un texte persuasif », *Communication*, vol. 22 (2), p. 44-62.
- Beaudet, C. (2000a). « Rhétorique lexicale, polyphonie et argument d'autorité : une étude de cas », *Revue québécoise de linguistique*, vol. 28, n° 2, p. 51-64.
- Beaudet, C. (2000b). « La vulgarisation scientifique est-elle possible? L'affaire Sokal : grandeurs et misères de l'interdisciplinarité », *Technostyle*, vol. 16, n° 1, hiver, p. 139-153.
- Breton, P. (1996 et 2001). *L'argumentation dans la communication*, La découverte.
- Charaudeau, P. & Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*, Seuil.
- Charaudeau, P. & Ghiglione, R. (1997). *La parole confisquée. Un genre télévisuel : le talk show*, Dunod.
- Couturier, Y., Gagnon, D. & Carrier, S. (2004). « Conseiller ou instruire ? L'activité langagière de conseil dans la tribune téléphonique radiophonique *Deux pys à l'écoute* », dans Vincent, Diane et Olivier Turbide, *Fréquences limites, La radio de confrontation au Québec*, Éditions Nota bene, 2004.
- Ducrot, O. & Schaeffer, J.-M. (1995). *Nouveau dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*, Seuil.
- Herman, T. & Micheli, R. (2003). « Renforcement et dissociation des valeurs dans l'argumentation politique », *Pratiques*, n° 117-118, juin : 9-28.
- Magaud, V. (2005). « Modes d'appropriation topiques et structuration d'un genre : la consultation psychologique radiophonique », *Marges linguistiques*, numéro 9, mai : 219-231.
- Perelman, C. & Olbrechts-Tyteca, L. (1992). *Traité de l'argumentation*, Éditions de l'Université de Bruxelles.
- Plantin, C. (1996). *L'argumentation*, Mémo Seuil.
- Plantin, C. (dir.) (1993). *Lieux communs, topoi, stéréotypes, clichés*, Éditions Kimé.
- Souchard, M., Wahnich, S., Cuminal, I. & Wathier, V. (1997). *Le Pen – Les mots, Analyse d'un discours d'extrême-droite*, La découverte.