

L'ensemble de ceux auxquels on désire s'adresser est fort variable. Il est loin de comprendre, pour chacun, tous les êtres humains. (...) Il y a des êtres avec lesquels tout contact peut sembler superflu ou peu désirable. Il y a des êtres auxquels on ne se soucie pas d'adresser la parole ; il y en a aussi avec qui on ne veut pas discuter, mais auxquels on se contente d'ordonner.

Il faut, en effet, pour argumenter, attacher du prix à l'adhésion de son interlocuteur, à son consentement, à son concours mental. C'est donc parfois une distinction appréciée que d'être une personne avec qui l'on discute. Le rationalisme et l'humanisme des derniers siècles font paraître étrange l'idée que ce soit une qualité que d'être quelqu'un de l'avis duquel on se préoccupe, mais dans bien des sociétés, on n'adresse pas la parole à n'importe qui, comme on ne se battait pas en duel avec n'importe qui. Remarquons d'ailleurs que vouloir convaincre quelqu'un implique toujours une certaine modestie de la part de celui qui argumente, ce qu'il dit ne constitue pas « parole d'Évangile », il ne dispose pas de cette autorité qui fait que ce qu'il dit est indiscuté, et emporte immédiatement la conviction. Il admet qu'il doit persuader, penser aux arguments qui peuvent agir sur son interlocuteur, se soucier de lui, s'intéresser à son état d'esprit. (...)

Mais, on l'a dit maintes fois, il n'est pas toujours louable de vouloir persuader quelqu'un : les conditions dans lesquelles le contact des esprits s'effectue peuvent, en effet, paraître peu honorables. On connaît la célèbre anecdote concernant Aristippe à qui l'on reprochait de s'être abaissé devant le tyran Dionysios au point de se mettre à ses pieds pour être entendu. Aristippe se défendit en disant que ce n'était pas sa faute, mais celle de Dionysios qui avait les oreilles dans les pieds. Serait-il donc indifférent où les oreilles se trouvent ?¹ (...)

Il ne suffit pas de parler ou d'écrire, il faut encore être écouté, être lu. Ce n'est pas rien que d'avoir l'oreille de quelqu'un, d'avoir une large audience, d'être admis à prendre la parole dans certaines circonstances, dans certaines assemblées, dans certains milieux. N'oublions pas qu'écouter quelqu'un, c'est se montrer disposé à admettre éventuellement son point de vue. Quand Churchill interdit aux diplomates anglais même d'écouter les propositions de paix que les émissaires allemands pourraient leur transmettre ou quand un parti politique fait savoir qu'il est disposé à entendre les propositions que

pourrait lui présenter un formateur de cabinet, ces deux attitudes sont significatives, parce qu'elles empêchent l'établissement ou reconnaissent l'existence des conditions préalables à une argumentation éventuelle.

Faire partie d'un même milieu, se fréquenter, entretenir des relations sociales, tout cela facilite la réalisation des conditions préalables au contact des esprits. Les discussions frivoles et sans intérêt apparent ne sont pas toujours dénuées d'importance en ce qu'elles contribuent au bon fonctionnement d'un mécanisme social indispensable.

Les auteurs de communications ou de mémoires scientifiques pensent souvent qu'il leur suffit de rapporter certaines expériences, de mentionner certains faits, d'énoncer un certain nombre de vérités pour susciter inmanquablement l'intérêt de leurs auditeurs ou lecteurs éventuels. Cette attitude résulte de l'illusion, fort répandue dans certains milieux rationalistes et scientifiques, que les faits parlent par eux-mêmes et impriment une empreinte indélébile sur tout esprit humain, dont ils forcent l'adhésion, quelles que soient ses dispositions. K. F. Bruner, secrétaire de rédaction d'une revue psychologique, compare ces auteurs, peu préoccupés de leur auditoire, à un visiteur discourtois ;

Ils s'affalent sur une chaise, fixant maussadement leurs souliers et annoncent brusquement, à eux-mêmes ou à d'autres, on ne le sait jamais : « Un tel et un tel ont montré... que la femelle du rat blanc répond négativement au choc électrique... » Très bien, monsieur, leur dis-je, alors quoi ? Dites-moi d'abord pourquoi je dois m'en soucier, alors j'écouterai.²

Il est vrai que ces auteurs, pour autant qu'ils prennent la parole dans une société savante, ou publient un article dans une revue spécialisée, peuvent négliger les moyens d'entrer en contact avec leur public, parce qu'une institution scientifique, société ou revue, fournit ce lien indispensable entre l'orateur et son auditoire. Le rôle de l'auteur n'est que de maintenir, entre lui et le public, ce contact que l'institution scientifique a permis d'établir.

Mais tout le monde ne se trouve pas dans une situation aussi privilégiée. Pour qu'une argumentation se développe, il faut, en effet, que ceux auxquels elle est destinée y prêtent quelque attention. (...) Parfois il suffira de se présenter comme un être humain, décentement habillé, parfois il faudra être adulte, parfois, membre quelconque d'un groupe

¹ Francis BACON, *Du progrès et de la promotion des savoirs* (1605)

² Katherine F. BRUNER, « Of psychological writing », *Journal of abnormal and social psychology*, 1942, vol 37, p.62.

constitué, parfois, porte-parole de ce groupe. Il y a des fonctions qui, seules, autorisent à prendre la parole dans certains cas, ou devant certains auditoires, des domaines où ces problèmes d'habilitation sont minutieusement réglés.

Ce contact entre l'orateur et son auditoire ne concerne pas uniquement les conditions préalables à l'argumentation : il est essentiel également pour tout le développement de celle-ci. En effet, comme l'argumentation vise à obtenir l'adhésion de ceux auxquels elle s'adresse, elle est, tout entière, relative à l'auditoire qu'elle cherche à influencer.

Comment définir pareil auditoire ? Est-ce la personne que l'orateur interpelle nommément ? Pas toujours : le député qui, au Parlement anglais, doit s'adresser au président, peut chercher à convaincre, non seulement ceux qui l'écoutent, mais encore l'opinion publique de son pays. Est-ce l'ensemble des personnes que l'orateur voit devant lui quand il prend la parole ? Pas nécessairement. Il peut parfaitement en négliger une partie : un chef de gouvernement, dans un discours au Parlement, peut renoncer d'avance à convaincre les membres de l'opposition et se contenter de l'adhésion de sa majorité. Par ailleurs, celui qui accorde une interview à un journaliste considère que son auditoire est constitué par les lecteurs du journal plutôt que par la personne qui se trouve devant lui. (...) On voit immédiatement par ces quelques exemples, combien il est difficile de déterminer à l'aide de critères purement matériels, l'auditoire de celui qui parle (...).

C'est la raison pour laquelle, il nous semble préférable de définir l'auditoire, en matière rhétorique, comme l'ensemble de ceux sur lesquels l'orateur veut influencer par son argumentation. Chaque orateur pense, d'une façon plus ou moins consciente, à ceux qu'il cherche à persuader et qui constituent l'auditoire auquel s'adressent ses discours.

L'auditoire présumé est toujours, pour celui qui argumente, une construction plus ou moins systématisée. L'argumentation effective se doit de concevoir l'auditoire présumé aussi proche de la réalité que possible. Une image inadéquate de l'auditoire, qu'elle résulte de l'ignorance ou d'un concours imprévu de circonstances, peut avoir les conséquences les plus fâcheuses. Une argumentation que l'on considère comme persuasive risque d'avoir un effet réversif sur un auditoire pour lequel les raisons

pour sont, en fait, des raisons contre. (...) La connaissance de ceux que l'on se propose de gagner est donc une condition préalable de toute argumentation efficace.

Le souci de l'auditoire transforme certains chapitres des anciens traités de rhétorique en de véritables études de psychologie. C'est dans sa *Rhétorique* qu'Aristote, parlant d'auditoires classés d'après l'âge et la fortune, a inséré maintes descriptions fines et toujours valables de psychologie différentielle³. Cicéron démontre qu'il faut parler autrement à l'espèce d'hommes « ignorante et grossière, qui préfère toujours l'utile à l'honnête » et à « l'autre, éclairée et cultivée qui met la dignité morale au-dessus de tout »⁴. Quintilien, après lui, s'attache aux différences de caractère, importantes pour l'orateur⁵.

L'étude des auditoires pourrait également constituer un chapitre de sociologie, car, plus que de son caractère propre, les opinions d'un homme dépendent de son milieu social, de son entourage, des gens qu'il fréquente et parmi lesquels il vit : « Voulez-vous, disait M. Millioud, que l'homme inculte change d'opinions ? Transplantez-le⁶ ». Chaque milieu pourrait être caractérisé par ses opinions dominantes, par ses convictions indiscutées, par les prémisses qu'il admet sans hésiter : ces conceptions font partie de sa culture et tout orateur qui veut persuader un auditoire particulier ne peut que s'adapter. Aussi la culture propre de chaque auditoire transparait-elle à travers les discours qui lui sont destinés, de manière telle que c'est dans une large mesure de ces discours eux-mêmes que nous nous croyons autorisés à tirer quelque information au sujet des civilisations révolues.

Chaïm PERELMAN et Lucie OLBRECHTS-TYTECA, *Traité de l'argumentation*, 2008.

Vous ferez un **résumé** de ce texte de 1 471 mots en 100 mots \pm 10 %.

³ ARISTOTE, *Rhétorique*, liv. II. chap. 12 à 17, 1388b à 1391b

⁴ CICÉRON, *Partitiones oratoriae*, § 90.

⁵ QUINTILIEN, *De Institutione Oratoria*, vol. I, liv. III. chap. VIII, 38 et suiv.

⁶ Maurice MILLILOUD, « La propagation des idées », *Revue phil.*, 1910, vol. 70, p. 173