

LES RAPPORTS ENTRE EMPATHIE ET ÉNONCIATION À L'AUNE DE LA RÉFLEXIVITÉ DU/DE LA CHERCHEUR.EUSE. IMPLICATIONS MÉTHODOLOGIQUES À PARTIR D'UNE ÉTUDE SUR LA COMMUNICATION SOCIALE PAR AFFICHES

AURORA FRAGONARA
UNIVERSITE DE POITIERS - LABORATOIRE FORELLIS

aurora.fragonara@univ-poitiers.fr

Citation: Fragonara, Aurora (2022) “Les rapports entre empathie et énonciation à l’aune de la réflexivité du/de la chercheur.euse. Implications méthodologiques à partir d’une étude sur la communication sociale par affiches”, *mediAzioni* 33: A21-A35, <https://doi.org/10.6092/issn.1974-4382/15261>, ISSN 1974-4382.

Abstract: The paper addresses some methodological issues related to the linguistic study of empathy. Given the fact that empathic connections are both biological and cultural, I argue that some messages are more likely to trigger an empathic reaction according to the personal background of the analyst. In this regard, the concept of reflexivity, understood as an overlooking exam of the possible influences of one’s subjectivity in research practices (due to social and personal factors), is worth being considered. The study aims to verify this hypothesis and to question the role and place of subjectivity while researching discursive matters by analyzing two posters from two different social campaigns, one against sexual harassment and the other against smoking. The linguistic analysis shows that the application of linguistic criteria and discursive concepts (deixis, linguistic construction of points of view) enables to identify the use of the same strategies in meaning construction, regardless the higher sensibility we can have towards sexual harassment which may facilitate the decoding of the empathic communication strategy. In conclusion, when subjectivity is contextualized within a specific theoretical frame and opened to comparison with other data, it may become a useful tool in exploring corpora and therefore provide meaningful insights without undermining the rigorousness of the analysis.

Keywords: enunciation, empathy, methodology, reflexivity, deictic expressions, point of view, text-image relation, social communication, institutional communication.

1. Introduction

L'étude de l'empathie dans une perspective discursive présuppose un décentrement de soi, afin d'adopter la perspective de quelqu'un d'autre (Decety 2004, 2005 ; Rabatel, 2017). La description d'une démarche empathique implique également la prise en compte de certains paramètres psychologiques qui sont à l'œuvre dans la (re)construction du point de vue et de la situation d'autrui. Il est aussi vrai que l'étude de l'empathie mobilise, plus que d'autres sujets, la dimension subjective du.de la chercheur.se. Ce sujet sollicite la faculté de raisonnement aussi bien que la dimension pathémique, les deux étant nécessaires à l'opération mentale de décentrement.

Parallèlement, lors de l'activité de d'analyse et de systématisation des données à des fins scientifiques, la définition et le rôle de ces implications psychologiques doivent se conformer au standard d'objectivité exigé par la recherche : il est donc attendu du.de la chercheur.se une mise à distance objectivante des objets analysés par rapport aux impressions personnelles, et donc au vécu de l'individu.

Par conséquent, il paraît légitime de présupposer qu'on puisse, en fonction de ses intérêts et de son vécu, faire l'expérience d'un ressenti particulièrement empathique lorsqu'on analyse certains types de corpus qui traitent d'un certain thème et/ou l'abordent d'une certaine manière. Cette possibilité est une arme à double tranchant du point de vue épistémologique et méthodologique : la subjectivité de chacun permet d'identifier des caractéristiques du corpus, mais simultanément il existe le risque de détourner les résultats en fonction de son ressenti.

Afin de mieux élucider ce problème, nous approfondissons dans les pages qui suivent le concept d'empathie en mettant l'accent sur les points qui forment des défis du point de vue méthodologique dans le cadre de l'analyse linguistique. Ensuite, nous présentons le concept de réflexivité en tant que perspective théorique qui permet d'adopter un regard surplombant sur l'analyse linguistique des phénomènes d'expression empathique. Dans la deuxième partie de cet article, nous explorons les rapports entre réflexivité et objectivité ainsi que leurs implications pour la méthodologie d'analyse linguistique. Pour ce faire, nous étudions deux affiches concernant deux campagnes de communication sociale (violences faites aux femmes et lutte contre le tabagisme) qui peuvent nous concerner à différents degrés. La partie conclusive présente une brève discussion de notre démarche d'analyse ainsi que des caractéristiques et des avantages de l'adoption d'une perspective réflexive.

2. L'empathie entre biologie et psychologie

L'attitude empathique a fait l'objet de plusieurs études dans différents domaines, ce qui témoigne également de la complexité de ce concept. Les neurosciences, l'éthologie aussi bien que la philosophie et les sciences humaines et sociales se sont emparées de ce sujet, le but étant non seulement d'investiguer les origines des mécanismes empathiques, mais également les modalités et les manifestations de la démarche empathique dans différents secteurs de la vie sociale.

Du point de vue strictement biologique, les travaux en neurosciences de l'équipe de Giacomo Rizzolatti (voir Rizzolatti et Gnoli 2016 ; Rizzolatti et Sinigaglia 2019) ont montré l'existence d'une typologie spécifique de neurones, appelés neurones miroirs, qui

s'activent à chaque fois que nous sommes témoins (et donc essayons de comprendre) les actions de quelqu'un. L'existence de ces neurones est désormais communément admise par la communauté scientifique internationale, bien que des recherches soient encore en cours sur leur positionnement effectif dans le cerveau humain ainsi que sur les mécanismes de simulation qu'ils adoptent afin de reproduire dans notre conscience les actions d'autrui. Un lien a été établi entre la fonction qu'ils exercent est les manifestations empathiques chez l'être humain. Le fait que les neurones miroirs s'activent au moment où l'on est exposé aux actions accomplies par quelqu'un d'autre fait présupposer que, au travers de leur activité, on a également accès à la reconstruction mentale de la situation et du point de vue d'autrui.

Les neurosciences ne sont pas la seule branche du savoir à s'être penchée sur cette question. Des preuves ultérieures semblent être fournies par les éthologues qui étudient les primates. Ces animaux, en particulier les grands singes, présentent plusieurs caractéristiques en commun avec les êtres humains, non seulement du point de vue organique (les travaux sur les séquences hélicoïdes des chimpanzés et des êtres humaines présentent un taux de ressemblance élevé du substrat ADN, associé à des variations au niveau des mécanismes de régulation de l'expression¹). Les travaux de Frans de Waal (2010) ont montré que des procédés empathiques existent déjà chez les animaux, notamment les grands singes qui ne possèdent pas de faculté de langage. D'après de Waal, la présence de cette attitude empathique se manifeste, par exemple, dans l'habileté des animaux appartenant à la même espèce ou au même groupe à reconnaître des inégalités ou des traitements défavorables lorsqu'ils sont perpétrés envers un de leurs semblables.

Le maintien de l'attitude empathique chez les êtres humains pourrait donc être expliqué en termes d'avantages évolutifs. Elle est à l'origine des comportements prosociaux qui assurent la formation et le bon fonctionnement des sociétés. Le fait de pouvoir reconnaître les exigences des autres et de comprendre leurs points de vue facilite en effet la construction des liens sociaux enracinés dans la nature humaine et indispensables par ailleurs à la survie de l'espèce (De Waal, 2010 ; Rizzolatti et Gnoli 2016 ; Rizzolatti et Sinigallia 2019).

Cependant, même si les recherches ont montré le caractère inné de l'attitude empathique chez les êtres humains, ces manifestations peuvent varier en fonction de plusieurs facteurs. Les réponses empathiques à des stimuli extérieurs peuvent être conditionnées par l'éducation, la culture et la présence ou l'absence des troubles psychologiques (Rizzolatti et Gnoli 2016) ainsi que des finalités et des intentions dont la personne est porteuse quand elle s'engage dans l'interaction sociale. En outre, même si les neurones miroirs permettent de s'imaginer pendant qu'on accomplit les actions qu'on observe, il est également vrai que l'être humain apprend par et grâce à l'action (Varela 1996 ; Varela *et al.* 1993 ; Rizzolatti et Sinigallia 2019). Il s'ensuit que le potentiel empathique propre à notre espèce peut s'exprimer (ou pas) de manière différente selon le vécu personnel. En d'autres termes, les expériences de chacun façonnent non seulement la manière dont on perçoit le monde, les relations et le rapport à autrui, mais elles ont également une influence sur notre capacité à considérer les situations en adoptant le point de vue d'un autre individu.

Cette origine composite des manifestations empathiques, à la fois innées et expérimentielles, peut comporter des retombées sur les paradigmes et les modes

¹ Source : Kronenberg *et al.* (2018).

d'appréhension des corpus qu'on mobilise en tant qu'analyste-linguiste. Par conséquent, d'un point de vue méthodologique, l'étude de l'expression linguistique de l'empathie interroge à son tour la question plus ample et débattue de l'objectivité de la science.

3. La question de la réflexivité en sciences humaines et sociales

La recherche scientifique identifie des phénomènes dans le but de les décrire et/ou de les expliquer. En ce sens, elle vise l'abstraction et la généralité à partir de l'hétérogénéité et la singularité des données analysées. Cette démarche se veut réglée par un principe d'objectivité qui est considéré comme étant le garant de la rigueur scientifique. Cependant, le concept et le poids de l'objectivité dans la recherche ont été interrogés et discutés, spécialement dans les sciences humaines et sociales (Brière *et al.* 2019).

Les réflexions pionnières d'Heisenberg (Lindley 2007) sur le principe d'indétermination en physique ont mis en cause et rediscuté les jalons de la méthode scientifique, à partir de sa fondation empirique. Si la méthode scientifique est basée sur l'observation des phénomènes, le recueil des données, la formulation des hypothèses, la vérification des résultats (à travers des tests et des expériences) et la formulation d'une théorie (Loose 2016), Heisenberg fait remarquer que le fait même d'observer un phénomène contribue à le modifier et à l'informer, dans le sens de donner une forme aux données qu'on retient. En d'autres termes, les résultats de l'observation seraient toujours, à un certain degré, dépendants du point de vue de l'observateur. Initialement appliquées au domaine des sciences exactes, ces réflexions ont investi par la suite l'épistémologie et la théorie de la connaissance au sens large. Plusieurs travaux, issus d'horizons scientifiques différents, attirent l'attention sur les rapports entre l'observateur et la chose observée ainsi que sur leurs influences mutuelles. Les travaux de Merleau-Ponty (1976 ; 1977) insistent sur les liens étroits et inextricables entre le percepteur (et sa configuration physio-psychologique) et la chose perçue. Le psychologue américain James Gibson (1979) a creusé le concept d'affordance qui théorise l'existence dans chaque objet d'un ensemble de caractéristiques qui permettent et définissent son type d'interaction avec l'objet. À l'inverse, le courant constructiviste (Watzlawick 1988) met l'accent sur les attitudes et les modalités de connaissance de l'esprit humain. Les individus organisent (et donc produisent) la réalité en appliquant des schèmes mentaux socio-culturellement déterminés.

Ces pistes de réflexions sur les rapports et les interactions entre les êtres humains et la réalité extérieure peuvent être synthétisées par le concept d'énaction proposé par Varela (voir Varela 1996 ; Varela *et al.* 1993). Dans le modèle de connaissance énative, sujet et objet sont co-constructeurs de la connaissance au vu du fait que l'être humain perçoit les objets d'une certaine manière grâce à sa configuration physique et psychologique. Cette configuration est à son tour stimulée par les attributs propres aux objets, qui demeurent donc externes aux traits physio-psychologique du percepteur et s'activent au moment où l'objet est pris en examen par l'individu.

Ce nouveau regard porté sur le sujet percepteur et cogitant questionne le rôle du/de la chercheur.se à l'intérieur de sa recherche et donc dans la construction de la connaissance. L'introduction de la pure subjectivité peut avoir un effet déstabilisant pour la démarche scientifique comme elle risque d'invalider les résultats. Il s'ensuit que la reconnaissance d'une composante subjective dans l'analyse doit être reconduite à

l'intérieur d'un cadre épistémologique et contextualisée au sein des méthodes et pratiques scientifique propres à chaque discipline. Cette reconnaissance, propre à la démarche réflexive, est donc le premier pas pour étudier les influences et les apports d'une vision personnelle pour l'activité de recherche.

Quant à l'analyse discursive, l'adoption d'une perspective réflexive sur son travail permet de voir et de se voir agir (Blanchet 2009) non seulement en tant que chercheur.se en analyse du discours², mais également en tant que membre de la société présentant un certain profil. Nous pouvons prendre en considération plusieurs paramètres : âge, sexe, niveau d'étude, routine et habitudes quotidiennes, idées, vision du monde. Cette première prise en compte de son statut au sein d'une société consiste dans la prise de conscience du fait que le regard qu'on porte sur les faits du discours est caractérisé non seulement par ses connaissances mais également par son expérience personnelle, la même expérience qui joue un rôle dans ses ressentis empathiques envers certaines situations et/ou certains types de communication. Il paraît ainsi nécessaire de faire « un pas de côté » (Paveau 2012) et d'opter pour un regard réflexif sur son travail, d'autant plus que, pour ce qui est de l'étude de l'empathie, la reconstruction du point de vue d'autrui à des fins d'analyse exige un certain degré de précision et de vraisemblance.

Dans le but de creuser les questionnements que nous venons de présenter, nous avons choisi d'analyser et de comparer deux campagnes de communication sociale tout en proposant un retour sur notre démarche d'analyse. Comme nous l'avons anticipé, nous partons de l'hypothèse que, même à un niveau inconscient, la situation de communication pourrait être reconstruite/appréhendée de manière différente selon la subjectivité du chercheur ou de la chercheuse qui l'approche et l'analyse. Par conséquent, nous identifions les éléments qui pourraient nous rendre plus sensible à un certain type de communication et nous présentons également les étapes que nous avons suivies afin de garantir l'objectivité des résultats. La problématisation de notre approche permet de faire ressortir les précautions méthodologiques réflexives intégrées à notre analyse.

4. Application

4.1. Présentation du corpus

Afin non seulement d'investiguer et de rendre compte de ces réactions souvent inconscientes, mais également d'asoir scientifiquement les résultats de nos travaux, nous avons choisi d'adopter une approche comparative en étudiant la même classe de données linguistiques et de phénomènes discursifs dans deux productions discursives similaires en termes de genre et de composition sémiotique : deux affiches issues de deux campagnes de communication sociale, au Québec et aux Etats-Unis. La première affiche, en français, fait partie d'un projet contre les agressions sexuelles et le harcèlement ; la seconde, en anglais, vise à sensibiliser contre le phénomène du tabagisme.

Cette comparaison est aisée et possible grâce au genre discursif choisi, le discours institutionnel de campagne de communication sociale : chaque affiche peut être

² Pour ce qui est de notre cadre théorique et méthodologique, il convient ici de préciser que nous travaillons principalement avec des références et à partir des travaux francophones et que, pour ce faire, nous nous focalisons sur le repérage et l'analyse des marqueurs.

considérée comme un événement discursif³ à part entière. Elle présente un message inscrit dans une situation de communication précise et qui ne prévoit pas de prolongement de l'échange au-delà du moment de la vision/rencontre entre l'affiche et l'allocutaire. Dans les deux cas, les objets sont pluricodiques : le sens est communiqué grâce à la coopération du texte et de l'image, du code verbal et iconique. Cette hétérogénéité sémiotique nous permet de considérer ces deux observables comme des écosystèmes médiatiques (Paveau 2013), où les énoncés sont en interaction avec d'autres typologies de signes, iconiques dans ce cas. Cette approche fournit un angle d'attaque linguistique et énonciatif, tout en prenant en compte les relations des productions discursives avec l'ensemble du dispositif communicatif ainsi que les dynamiques instaurées entre les interlocuteurs. Si l'analyse d'un corpus d'affiches sur le même sujet est sûrement intéressante pour étudier les techniques, les structures et les variations de la communication sociale autour d'un même sujet, il est également vrai qu'une approche comparative basée uniquement sur deux items, extraits de deux corpus plus larges, ne porte pas préjudice à la validité et à la scientificité de l'analyse, en vertu du caractère auto-conclusif et de l'unicité de chaque acte communicatif véhiculé dans chaque affiche.

Vis-à-vis de l'analyste que nous sommes, le premier observable pourrait créer davantage d'adhésion que le second, en vertu du type de public qui est ciblé : en termes de macro-acte discursif, il constitue une prise de position en faveur des droits des femmes. Il peut donc être vrai que pour nous, en tant que femme, il serait plus aisé d'éprouver de l'empathie face à ces contenus qui prennent, en quelques sortes, nos défenses. De manière générale, il convient également d'ajouter que, dans une situation d'injustice ou de déséquilibre du pouvoir, l'empathie a tendance à se manifester envers les victimes (Brunel et Cosnier 2014). En outre, le texte a été rédigé en français, qui est notre langue de travail principale : elle présente donc un plus haut degré de familiarité que d'autres idiomes. Par conséquent, nous ne pouvons pas exclure qu'au moment de l'analyse il n'y ait pas eu une plus forte identification empathique que pour le second objet analysé.

Afin de rendre visibles les procédés d'abstraction qui permettent d'étudier des données énonciatives indépendamment de notre degré d'implication présumé, nous organisons la suite de cet article de manière à faire ressortir non seulement le résultat de nos analyses mais également les procédés réflexifs impliqués. Dans cette logique, nous étudions dans un premier temps l'affiche qui est susceptible de nous concerner davantage ; ensuite nous nous interrogerons sur les critères d'analyse adoptés et aborderons par la suite l'analyse de l'affiche anglaise. Avant de conclure, nous procédons à une discussion de notre démarche, dans une optique qui se veut – justement – réflexive.

³ D'après la définition donnée dans le *Dictionnaire d'analyse du discours*, l'événement discursif « se présente comme l'inscription de ce qui est dit à un moment donné dans des configurations d'énoncés » (Guilhaumou 2002 : 244). Nous considérons également que les affiches en question peuvent être considérées comme étant des événements discursifs parce qu'ils sont des produits discursifs qui présentent « un fort potentiel communicatif et un intérêt collectif » (Calabrese 2018 : texte en ligne). Le caractère événementiel pour de petites phrases est également souligné par Alice Krieg-Planque (2011).

4.2. Analyses



Affiche 1 : Les violences faites aux femmes. Langue française. Source : agence gouvernementale du Québec (scf.gouv.qc.cq/violence).



Affiche 2 : Le tabagisme. Langue anglaise. Source : campagne neverjustasmoke.org.

Les deux affiches sont simples et essentielles. Elles présentent les mêmes structures et organisation des contenus. Une photo qui occupe toute la surface de l'affiche et des mini-textes dans la partie haute et la partie basse. Dans le cas de l'affiche anglophone, le texte

en bas est situé sur la partie gauche de l’affiche. La lecture des deux périodes est donc orientée verticalement, alors que l’affiche francophone-qubécoise distribue ce corollaire d’informations horizontalement.

Elles mettent l’accent sur la nécessité de s’opposer à certaines conduites et croyances. Toutefois, pour les raisons que nous avons présentées plus haut (profil social, langue de communication), nous estimons pouvoir être plus sensibilisée et impliquée par l’affiche qubécoise, qui serait donc susceptible de susciter des réactions empathiques plus marquées.

Au niveau des microanalyses énonciatives et en rapport avec le concept d’empathie, nous nous intéressons surtout aux textes dans le but de comprendre quelles sont les stratégies énonciatives, l’expression des points de vue (Rabatel 1998 ; 2017) et les lieux d’ancrage de la subjectivité énonciante (Benveniste 2011 ; Maingueneau 1999) où se produit la dynamique de centrage/décentrage qui permet l’inscription/identification empathique de l’allocutaire/destinataire⁴.

4.1.1. Affiche 1 : lutte contre les agressions sexuelles

La première affiche, qui vise à sensibiliser sur les thèmes des agressions sexuelles, montre la photo d’une jeune femme sur fond noir encadrée de textes. « Agir contre » est mis en évidence par sa position en haut à gauche ainsi que par la police agrandie. Le texte entre guillemets résume les comportements à éradiquer (« Quand tu prends mon NON pour un OUI »). En bas, on retrouve à gauche l’exhortation à agir contre le problème soulevé par cette campagne sociale (« Contre les agressions sexuelles, agissons »), le numéro du centre anti-violence au milieu et, à droite et à gauche, les affiliations institutionnelles à la campagne.

Quant à la première proposition entre guillemets (« Quand tu prends mon NON pour un OUI »), certaines caractéristiques énonciatives contribuent à la production d’un effet d’empathie. Le jeu des inscriptions dans l’énoncé, des positionnements discursifs ainsi que le va-et-vient entre les points de vue sont exprimés grâce à deux expressions déictiques : le pronom personnel « tu » et le déterminant possessif « mon ». En tant qu’expressions déictiques, l’ancrage référentiel de ces deux parties de discours peut être identifié seulement en se référant au contexte d’énonciation. Tout comme le soulignent Benveniste (2011 : 258-266) et ensuite Maingueneau (1994), ces expressions permettent l’inscription du locuteur⁵ à l’intérieur de son discours. Dans le cas de cette affiche le premier ancrage référentiel établi est celui entre « mon » et la jeune femme représentée. Le fait d’offrir, par le biais de l’image, une représentation genrée du locuteur agence la connexion et l’identification avec un type d’allocutaire spécifique, de sexe féminin. Cette identification permet d’effectuer le transfert empathique entre la locutrice montrée dans l’affiche et l’allocutrice présumée qui peut s’approprier le contenu ainsi que la forme de

⁴ L’adoption de ce cadre théorique implique une atténuation de l’importance du concept d’incorporation (Maingueneau, 2013). Il nous semble que ce concept, qui postule l’intégration du point de vue d’autrui dans l’ethos de l’énonciateur/locuteur, pourrait occulter, du moins en partie, les processus de décentrage et recentrage qui permettent de souligner le rôle de l’allocutaire dans la co-construction de l’énoncé. En mettant l’accent sur le concept d’incorporation on insisterait plutôt sur le résultat final, le recentrage, au lieu de prendre en compte le décentrage qui constitue l’arrière-plan théorique nécessaire à expliquer la variabilité des ancrages énonciatifs.

⁵ Les différences entre énonciateur et locuteur seront montrées et étudiées plus bas lors de l’analyse des affiches, selon les distinctions proposées par Alain Rabatel (2010 ; 2012).

l'énoncé grâce à l'emploi du déterminant « mon » qui, précisément en vertu de sa nature déictique, permet de faire varier l'identité du locuteur. De plus, étant encadré par des guillemets (et au discours direct), l'énoncé se présente comme un segment compact et unique au discours direct, ce qui facilite ultérieurement l'extrapolation, la circulation et la reprise par différents locuteurs.

Cependant, ce segment permet d'inscrire dans le discours une autre typologie d'allocutaire par le biais du pronom personnel sujet « tu ». Au contraire de l'instance que nous venons d'étudier, celle-ci ne présente pas d'ancrage possible au niveau du code iconique. Elle inscrit donc directement des allocutaires présumés qui représentent autant de destinataires de l'affiche.

La présence de ces deux instances comporte une imbrication des points de vue encodés et, par conséquent, des décentrement empathiques possibles.

Globalement, deux perspectives sont présentes dans l'énoncé :

1. L'acte de négation associé au je (« mon non »)
2. L'acte d'affirmation associé au tu (« tu », « oui »).

Le lien discursif et pragmatique entre les deux est construit par le verbe « prendre » qui exprime ici le renversement des polarités sur l'axe affirmation/négation lorsqu'on change de perspective en passant du locuteur *je*, qui refuse, à son interlocuteur *tu*, qui croit (ou fait semblant de) avoir reçu une réponse positive.

L'analyse montre également que les deux points de vue ont un statut différent. Il s'agit d'un énoncé pris en charge par l'instance *je* qui montre également la perspective de l'instance *tu*, tout en communiquant le ressenti du locuteur par rapport à la vision de la réalité de l'allocutaire. Le syntagme « mon » + « non » qui montre simultanément la présence du locuteur/énonciateur et le qualifie comme source du savoir est également, au niveau sémantique, le lieu de prise de distance (Rabatel 2009), puisque la négation associée au possessif déictique porte sur la totalité de l'énoncé. Cette négation est renforcée par l'adverbe « quand » qui a ici une double valeur, temporelle (« chaque fois que ») et de réel hypothétique (« si tu adoptes cette attitude »).

L'effet énonciatif produit est une invalidation du point de vue montré (Rabatel 2003 ; 2009) : la démarche empathique qui consiste à adopter le point de vue de l'allocutaire (description et attribution à un « tu » déictique d'un comportement) est doublée et critiquée par l'instance qui gère l'énoncé (le *je*), également déictique et empathique envers un autre type d'allocutaire (les femmes).

Nous remarquons également que l'analyse du pronom déictique à la deuxième personne du singulier et les réflexions qui en découlent sur le jeu des prises en charge montre déjà un effort de décentrement empathique de notre part, en tant qu'analyste, afin d'identifier la présence d'un point de vue opposé à la perspective de la femme, plus proche de la nôtre.

Même si ce premier constat montre que la démarche empathique n'est pas essentiellement associée à notre vécu, il est aussi vrai que le point de vue reconstruit et mis à distance est en opposition (et donc en relation) par rapport au point de vue partagé.

Afin d'avancer dans notre compréhension des rapports entre subjectivité, empathie et objectivation analytique, il est donc nécessaire d'examiner un autre type de

communication sociale, plutôt éloigné de notre profil. À cet effet, nous avons décidé de nous focaliser sur une campagne contre le tabagisme.

Avant de passer à l'analyse de l'affiche anglophone, il nous paraît nécessaire d'opérer un premier retour réflexif sur la démarche analytique adoptée ainsi que sur les résultats obtenus pour cette première affiche.

4.1.2. Retour réflexif sur notre démarche

Un retour réflexif sur sa propre activité d'analyse présuppose le fait de se voir agir et donc d'identifier, de nommer et de réfléchir aux actions accomplies. À ce propos, Blanchet (2009) insiste sur le fait que la réflexivité est une pratique : elle est donc étroitement liée au corpus choisi, aux objectifs et à l'expérience d'analyse.

Si on se réfère à l'étude précédente, les idées présentées peuvent être considérées comme les réponses aux questionnements suivants :

1. Dans l'appréhension de l'affiche, quels sont les éléments que nous avons identifiés parce qu'on y est plus sensible ?
2. Les avons-nous abordés uniquement au prisme de notre subjectivité ?
3. Avons-nous mobilisé des connaissances scientifiquement structurées ?

Au vu de nos analyses, la réponse structurée est la suivante : la compréhension de l'affiche a bien évidemment bénéficié de notre connaissance du monde et, à cause de notre profil, d'un possible sentiment de proximité avec la victime, représenté par le déterminant possessif déictique à la première personne « mon ». Ce déterminant a été effectivement le point de départ pour l'analyse de l'énoncé. Cependant, cette analyse n'a pas été orientée par nos impressions personnelles, mais par la mobilisation des catégorisations scientifiques propres aux sciences du langage, notamment le concept d'expression déictique, l'imbrication des points de vue, les dynamiques du jeu des prises en charge et des prises de distance. L'affiche a donc fait l'objet d'un travail d'analyse scientifique : elle a été observée afin de répondre à un questionnement, des paramètres issus d'une discipline scientifique lui ont été appliqués permettant ainsi de faire émerger un ensemble de caractéristiques et d'en exclure d'autres.

Les catégories énonciatives sont donc employées comme des grilles d'analyse. Elles ont été définies au travers des méthodes scientifiques, qui comportent les phases d'observation, d'analyse et de synthèse, et ensuite soumises à discussion et validation à l'intérieur d'une communauté scientifique donnée (Kuhn 1983). Elles sont le résultat de l'observation raisonnée sur de nombreux corpus, qui comporte un travail de systématisation des données empiriques, ainsi qu'un certain degré d'abstraction. Ce niveau de généralité conceptuelle permet aux catégories d'être appliquées (et contextualisées) de manière transversale à plusieurs types de discours. Ainsi, les catégories font circuler non seulement un métadiscours spécifique, mais assurent également une unité conceptuelle au moment de l'interprétation des données, dont la validité est garantie par les procédés scientifiques impliqués dans leur définition. Elles présentent ainsi un avantage majeur : assurer la stabilité de l'identification des observables et de leurs propriétés, ce qui est, à son tour, garant de la justesse de l'analyse.

Ce premier retour sur notre activité d'analyse et la réflexion autour du concept de catégorisation linguistique nous ont permis d'identifier les paramètres dont nous sommes servie. La prochaine étape consiste en l'application de ces outils pour l'étude d'une campagne de communication sociale qui ne nous concerne pas directement.

4.1.3. Affiche 2 : lutte contre le tabagisme

Afin de tester notre démarche sur un corpus éloigné de notre expérience ou de notre profil, nous avons choisi une affiche anglophone en faveur de la lutte contre le tabagisme.

Ce choix s'appuie sur deux critères. D'abord, la langue d'usage, l'anglais, qui n'est pas notre langue de travail usuelle. De plus, nous ne sommes pas concernée par le problème présenté dans l'affiche.

Afin d'entamer l'analyse énonciative, il convient d'abord d'étudier la configuration typographique qui contribue à la construction du sens. Dans la partie haute, l'énoncé « I just smoke when I drink » est répété trois fois. La quatrième reprise présente uniquement la première phrase « I just smoke » de cette macro-proposition. Le sens du message est le suivant : la dangerosité et la dépendance du tabac demeurent invariées, indépendamment du contexte et des situations, plus ou moins ponctuelles, dans lesquelles sa consommation se produit. L'expédiant typographique consiste en la dissolution de la deuxième partie de cette période, afin d'attirer l'attention sur l'action de fumer. Pour les trois premiers énoncés, la période entière prévoit une condition pour l'action de fumer (la cooccurrence avec la consommation de boissons alcooliques, l'association des deux suggérant un contexte festif), à laquelle fait référence le « just » qui souligne par conséquent l'exceptionnalité de la situation. L'effacement de la seconde proposition modifie le sens de l'adverbe « just », qui ne met plus l'accent sur le caractère occasionnel de l'action, mais, au contraire, en renforce le caractère habituel. Dans ce sens, la phrase pourrait être traduite de la manière suivante : « Tout simplement, je fume ».

C'est dans ce contexte et sur cette trajectoire de sens que s'inscrit notre première observation discursive liée à la présence, également dans cette affiche, d'expressions déictiques (les pronoms *I* et *you*). À ce sujet, nous remarquons l'emploi du pronom déictique sujet *I*, qui permet de faire varier l'ancrage énonciatif de l'énoncé. Le propos est simple et centré sur deux actions : étant donné que ce pronom est également le sujet des deux propositions, il ne sous-tend pas uniquement en ce cas l'inscription du locuteur dans le discours, mais également la prise en charge de ces actes⁶ et donc de l'énoncé. Si on adopte, comme pour l'autre affiche, une approche analytique qui intègre l'étude des positionnements énonciatifs, nous remarquons que le déictique à la première personne facilite le transfert du sens de l'énoncé de l'image, plutôt floue, vers les allocutaires potentiels qui peuvent non seulement s'y reconnaître, mais y voir également représenté leur propre point de vue (je fume uniquement quand je bois). En effet, l'énonciation présente une construction et une interaction complexe des points de vue, qui permet d'exprimer non seulement le point de vue du locuteur et de l'allocutaire mais également celui de l'énonciateur. Tout comme dans l'autre affiche, on peut identifier deux points de vue portés sur l'action de fumer :

⁶ L'inscription dans le discours du locuteur par le pronom déictique coïncide en effet avec la déclaration d'accomplissement régulière de ces deux actions (les verbes sont à la forme simple du présent, dont on sert en anglais pour décrire les habitudes).

1. « Je fume uniquement quand je bois ».
2. « Je fume » tout court.

La proposition n°1 exprime et indexe via le pronom *I* le point de vue de l'allocataire visé ; en revanche la proposition n°2 peut être considérée comme polyphonique lorsqu'on se penche sur l'identification de la source énonciative. Le point de vue n°2 exprime en effet la conclusion à laquelle l'énonciateur (l'association qui gère cette campagne) souhaite que l'allocataire/fumeur parvienne. Cependant, cette conclusion n'est pas présentée comme un raisonnement ou une affirmation émanant d'une instance extérieure par rapport à celle du locuteur, mais comme une conclusion à laquelle le locuteur (qu'il soit celui représenté par l'image ou l'allocataire visé) parvient de manière autonome. Cet effet est possible grâce au maintien de la première personne du singulier dans toutes les propositions, ce qui assure la cohérence textuelle et, en termes énonciatifs, permet une centralisation formelle de tous les énoncés vers la même source énonciative.

Le système d'énonciation prévoit ainsi l'association entre sur-énonciateur, qui s'efface et cède la place à l'intérieur du discours, et un sous-énonciateur/locuteur (Rabatel 2007), qui varie selon l'ancrage énonciatif encodé par le pronom déictique. L'énonciation à la première personne du singulier fait en sorte que le sur-énonciateur parle non seulement *avec* mais *à la place* et *comme* son allocataire, en adoptant le point de vue de ce dernier dans le but de produire un effet d'empathie. Ce transfert empathique est évident pour la proposition répétée trois fois. Cependant, lorsqu'on parvient à la lecture de la dernière, l'orientation discursive de l'énoncé se complexifie, puisqu'on perçoit la volonté argumentative de l'énonciateur qui vise à adopter le point de l'allocataire dans le but de le modifier (via la suppression de la condition), en lui faisant prendre conscience de son addiction.

Au vu de cette analyse, le déterminant *your*, présent dans le texte en bas à gauche (« One cigarette a day can increase your risk of stoke by 30% » ; « Social smoking hurts more than you think »), s'explique certainement par la volonté de l'énonciateur/locuteur d'inscrire l'allocataire potentiel dans le message. Cependant, en ce cas, l'énoncé qui contient l'information médicale sur les dangers du tabac est une simple adresse à l'allocataire. Dans ce passage, la perspective est donc celle de l'énonciateur/locuteur qui n'opère aucun type de transfert empathique vers l'allocataire.

5. Discussion des analyses et regard rétrospectif sur notre démarche

La stratégie adoptée dans l'affiche francophone pourrait nous paraître plus évidente et plus immédiate que celle de la publicité anglophone plus éloignée de notre ressenti personnel. Cependant, l'auto-réflexion appliquée à notre démarche nous a permis de voir qu'une analyse linguistique pouvait être menée à partir des marqueurs discursifs communs aux deux observables. Dans notre cas, lorsque nous avons décidé d'isoler les données déictiques dans la première affiche, nous l'avons fait en gardant à l'esprit leur définition classique (Benveniste 2011), qui consiste à les définir en tant que signes dont le référent ne peut être interprété que par le contexte. À partir de ce premier constat, nous avons ensuite analysé ces marqueurs de l'énonciation sur un autre corpus, abordant la problématique du tabagisme, qui est éloigné de notre vécu personnel. Du point de vue de

l'implication subjective, ce matériel présente l'avantage de neutraliser la question du genre, le tabagisme n'étant pas un problème et un danger qui touche uniquement les femmes⁷, et de nous faire sortir de l'univers linguistique francophone, dans lequel nous travaillons d'habitude. L'analyse des déictiques nous a obligée à solliciter l'imagination, l'une des trois opérations mentales de base, identifiées par Fauconnier et Turner (2002)⁸, pour reconstruire la situation de communication ainsi que le point de vue des personnages. Le fait de faire travailler l'imagination de manière plus poussée permet de se dépasser et de dépasser les limites de la condition personnelle pour reconstruire un autre contexte. Du point de vue des concepteurs des campagnes publicitaires, ce choix énonciatif oriente la modalité d'inscription et fait en sorte que les individus (et donc l'analyste en tant que personne) puissent se représenter dans la situation décrite. Cette inscription dans un contexte accessible grâce à l'imagination permet d'encourager des démarches empathiques sur la base de certaines sensations ou émotions universelles que la description de l'action peut dégager (détresse, tristesse), indépendamment du degré de familiarité qu'on peut avoir dans la vie réelle avec la problématique décrite. Si l'implication est possible grâce à l'universalité de la capacité d'imagination, en revanche, l'analyse est possible grâce à la modélisation sémantique des déictiques, c'est-à-dire à la connaissance scientifique et objectivante qui peut être appliquée à tous les corpus. Cette application d'une piste d'analyse unique à des observables différents permet donc de montrer que les mêmes procédés discursifs et communicatifs sont à l'œuvre indépendamment du degré de proximité personnelle vis-à-vis de la typologie du corpus.

6. Conclusion

Ce retour réflexif sur notre pratique d'analyse nous a permis de prendre conscience de certains mécanismes mentaux ainsi que des biais possibles et de les transformer en leviers pour la recherche. Ainsi, des corpus qui, en puissance, ne nous concernent pas, comme celui en anglais, deviennent simultanément des corpus de vérification (Scheer 2004) ainsi que des preuves ultérieures pour l'analyse. Cette démarche de confrontation et d'élargissement des bases de données de la recherche permet d'un côté d'inclure l'altérité et la diversité, qui doivent nécessairement exister pour éveiller le désir épistémologique, la disposition mentale vers la recherche (Paveau 2012), et de l'autre de dépasser la subjectivité sans délaisser ses potentialités. La prise de conscience réflexive vise en effet à intégrer cette composante subjective et à la mettre au profit de la recherche en l'ouvrant à la confrontation avec d'autres points de vue. Il s'agit ainsi d'aboutir à une objectivisation de notre regard et de notre ressenti personnel.

Eu égard à notre recherche sur l'empathie, cette objectivisation réflexive contribue au processus de décentrement et recentrement : les sentiments ressentis et la prise de distance qui s'ensuit permettent de performer les opérations mentales d'identification

⁷ Même si l'affiche présente l'image d'une femme au premier plan et, probablement, d'un homme (le haut de l'affiche étant assez flou), le tabagisme, ses risques et ses complications, ne sont pas des questions qui touchent exclusivement aux femmes. Cette volonté est évidente lorsqu'on contextualise l'affiche dans la campagne californienne, qui met en scène des hommes et des femmes ayant ce problème d'addiction. Au contraire, la campagne québécoise cible des actes violents précis que les femmes subissent en tant que femmes, à cause de leur genre. Il s'agit donc d'un problème qui les touche en tant que catégorie genrée et qui ne concerne pas les hommes.

⁸ Les deux autres sont l'identification et l'intégration.

dans l'altérité, dont le résultat est une projection consciente dans un univers référentiel autre. Cette projection correspond à l'opération mentale et énonciative du « *faire comme si...* » (Pinotti 2011 ; Achard-Bayle 2013), qui n'annule pas la distance cognitive, énonciative et référentielle entre deux sources de points de vue, tout en impliquant simultanément l'effort d'imagination d'une des deux sources afin de reconstruire le contexte situationnel et énonciatif de l'autre. Du point de vue énonciatif et cognitif, l'analyste est ainsi autre de soi (parce qu'il se projette en dehors de l'espace mental propre à son identité) afin d'imaginer et d'analyser l'autre que soi, c'est-à-dire des points de vue, des contextes différents et parfois éloignés (Ricoeur 1990 ; Rabatel 2017).

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Achard-Bayle G. (2013) *Si quelque chat faisait du bruit... Des textes (aux discours) hybrides. Essais de linguistique textuelle et cognitive*, Metz : Éditions universitaires de Lorraine.
- Benveniste, É. (1966/2011) *Problèmes de linguistique générale*, tome I, Paris : Gallimard.
- Blanchet, P. (2009) « La réflexivité comme condition et comme objectif d'une recherche scientifique humaine et sociale », *Cahiers de sociolinguistiques* 14 : 145-152.
- Brière, L., Lieutenant-Gosselin, M., Piron, F. (dirs) (2019) *Et si la recherche scientifique ne pouvait pas être neutre ?*, Québec : Éditions science et bien commun.
- Brunel, M.-L. et Cosnier, J. (2014) *L'empathie, un sixième sens*, Lyon : Presses Universitaires de Lyon.
- Calabrese, L. (2018) « Événement discursif », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Accès en ligne <http://publictionnaire.humanum.fr/notice/evenement-discursif> (consulté le 02/07/2021).
- Decety, J. (2005) « Une anatomie de l'empathie », *PSN Psychiatrie, sciences humaines, neurosciences*, 3(11) : 16-24.
- (2004) « Neurosciences : les mécanismes de l'empathie, propos recueillis par Gaëtanne CHAPELLE », *Sciences Humaines*, n°150.
- De Waal, F. (2009) *The age of empathy. Nature's Lessons for a Kinder Society*, New York : Three Rivers Press. Trad. fr. par Marie-France de Paloméra (2010) *L'âge de l'empathie*, Arles : Actes Sud.
- Fauconnier, G. et Turner, M. (2002) *The way we think: Conceptual blending and the mind's hidden complexities*, New York, NY, US : Basic Books.
- Gibson, J. (1979) *The ecological approach to visual perception: classic edition*, Boston : Houghton Mifflin.
- Guilhaumou, J. (2002) « Événement discursif/linguistique » in P. Charaudeau et D. Maingueneau (dirs) *Dictionnaire d'analyse de discours*, Paris : Seuil.
- Kronenberg, Z. et al (2018) « High-resolution comparative analysis of great ape genomes », *Science* 360(6393).
- Krieg-Planque, A. (2011) « Les “petites phrases” : un objet pour l'analyse des discours politiques et médiatiques », *Communication & langages*, 2(168) : 23-41.
- Kuhn, T. (1970/1983) *La structure des révolutions scientifiques*, Paris : Champs Sciences.
- Lindley, D. (2007) *Uncertainty - Einstein, Heisenberg, Bohr, and the Struggle for the Soul of Science*, New York : Doubleday.

- Losee, J. (2001) *A Historical Introduction to the Philosophy*, Oxford: Oxford University Press. Trad. it. par P. Budinich (2016) *Filosofia della scienza*, Milan : Il Saggiatore.
- Maingueneau, D. (1994/1999) *L'énonciation en linguistique française*, Paris : Hachette supérieur.
- (2013) « L'èthos : un articulatoire », *COntEXTES* 13. Accès en ligne <http://journals.openedition.org/contextes/5772> (consulté le 22/03/2022).
- Merleau-Ponty, M. (1945/1976) *Phénoménologie de la perception*, Paris : Gallimard.
- (1942/1977) *La structure du comportement*, Paris : Presses universitaires de France.
- Paveau, M.-A. (2012) « Ce que n'est pas la réflexivité. Boucle finale », *Espaces réflexifs*. Accès en ligne <https://reflexivites.hypotheses.org/1568> (consulté le 13/07/2022).
- (2013) « Technodiscursivités natives sur Twitter. Une écologie du discours numérique », *Epistémè, Revue internationale de sciences humaines et sociales appliquées* 9, Séoul : Université Korea, Center for Applied Cultural Studies : 139-176.
- Pinotti, A. (2011) *Empatia. Storia di un'idea da Platone al post-umano*, Bari : Laterza.
- Rabatel, A. (1998) *La construction textuelle du point de vue*, Lausanne-Paris : Delachaux et Niestlé.
- (2003) « Les verbes de perception en contexte d'effacement énonciatif : du point de vue représenté aux discours représentés », *Travaux de linguistique*, 46 : 49-88.
- (2007) « Les enjeux des postures énonciatives et de leur utilisation en didactique », *Éducation et didactique*, 1(2) : 89-116.
- (2009) « Prise en charge et imputation, ou la prise en charge à responsabilité limitée », *Langue française*, 162 : 71-87.
- (2010) « Retour sur les relations entre locuteurs et énonciateurs. Des voix et des points de vue », in M. Colas-Blaise, M. Kara, L. Perrin, A. Petitjean (dirs), *La question polyphonique ou dialogique en sciences du langage*, Metz : Ceted/Université de Metz, 357-373.
- (2012) « Les relations Locuteur/Énonciateur au prisme de la notion de voix », *Arts et Savoirs*, 2. Accès en ligne <http://journals.openedition.org/aes/510> (consulté le 13/07/2022).
- (2017) *Pour une lecture linguistique et critique des médias. Empathie, éthique, point(s) de vue*, Limoges : Lambert-Lucas.
- Ricoeur, P. (1990) *Soi-même comme un autre*, Paris : Seuil.
- Rizzolatti, G. et Gnoli, A. (2016) *In te mi specchio. Per una scienza dell'empatia*, Milan : Rizzoli.
- Rizzolatti, G. et Sinigaglia, C. (2019) *Specchi nel cervello. Come comprendiamo gli altri dall'interno*, Milan : Raffaello Cortina.
- Scheer, T. (2004) « Le corpus heuristique : un outil qui montre mais ne démontre pas », *Corpus* 3. Accès en ligne <http://journals.openedition.org/corpus/210> (consulté le 19/03/2021).
- Varela, F., Thompson E., Rosch, E. (1991) *The Embodied Mind. Cognitive Science and Human Experience*, Cambridge, Massachusetts : MIT Press. Trad. fr. par V. Havelange (1993) *L'inscription corporelle de l'esprit. Sciences cognitives et expérience humaine*, Paris : Seuil.
- Varela, F. (1988/1996) *Invitation aux sciences cognitives*, Paris : Seuil.
- Watzlawick, P. (dir) (1988/1991) *L'invention de la réalité. Contributions au constructivisme*, Paris : Seuil.