

PRÉSENTATION

Dans un sens large, la manipulation peut se définir comme «système de représentation péjoratif de la ruse», avec laquelle elle partage quelques traits significatifs de fonctionnement: «usage extrême de l'intelligence pour triompher de l'autre, maniement du secret et de la feinte, détournement de la technique et des savoirs pour tromper l'adversaire». (Fabrice d'Almeida, *La manipulation*, 2^e édition, PUF, 2005, p. 23-25)

Étant un phénomène observé notamment dans les rapports du moi à l'autre, la manipulation, qui recouvre une variété de pratiques, est un objet d'investigation privilégié de la psychologie sociale. Sous cet angle, elle est examinée au niveau interpersonnel ou collectif (manipulation de masse), quel que soit son domaine d'action qui, dernièrement, s'est beaucoup élargi, envahissant pratiquement tout l'environnement communicationnel. On la retrouve dans le discours politique (sous la forme de la propagande), tout comme dans la sphère de la publicité ou du commerce, dans la vie familiale ou dans les relations au quotidien.

Envisagée le plus souvent sous son aspect discursif, la manipulation a également éveillé l'intérêt des spécialistes en interactions langagières qui l'examinent sous divers registres (linguistique, argumentatif, cognitif, etc.), leurs contributions apportant chaque fois un nouvel éclairage sur ses ressources, mécanismes, techniques ou modes d'influence.

Il y a donc une multitude d'approches descriptives / explicatives de la manipulation, et chacune procède soit à un emprunt de concepts (notions) à un seul champ théorique, soit à un mixage de plusieurs domaines disciplinaires.

Si l'on s'aventurait à inventorier ces recherches, on constaterait que toutes sont attentives aux divers *aspects linguistiques* de la manipulation, en essayant de répondre plus ou moins explicitement à la question: Quels «mots» utilise le manipulateur ?

A titre d'exemple, rappelons la focalisation sur les ressources de la langue que l'émetteur exploite habilement (astucieusement) lors de son discours manipulateur, en particulier sur les marqueurs à valeur logique (pour le français: «mais», «quand même», «malgré», «parce que», etc.). De tels mots discursifs orientent subrepticement le récepteur vers une certaine conclusion que l'auteur du message a bien calculée en cachette. Grâce à ce type de connecteurs, placés au bon endroit et au bon moment, servant à augmenter la force persuasive des idées qu'ils enchaînent, le manipulateur cherche à consolider, voire à modifier le mode de penser de l'autre pour le faire agir en faveur de ses fins occultées.

D'autre part, les qualificatifs bien choisis constituent à leur tour un bon support des intentions voilées d'un énonciateur disposé à recourir à

toute forme de mensonge (omission, exagération, flatterie, illusion, etc.), à condition qu'elle soit efficace en rapport avec ses buts. L'épithète devient ainsi, selon l'expression de Claude Covassi («Manipulation: la stratégie du positionnement évite la réalité et favorise l'illusion», 2007, <http://mecanopolis.wordpress.com/category>), «le performatif de l'idée». Ce qualificatif «est le propre de l'esprit qui critique, qui juge, qui fait ses choix, qui cherche à 'transférer' une conclusion en direction d'autrui.» (*Ibidem*) Parfois, l'épithète éveille le fond des arrière-pensées d'autrui, comme dans l'exemple: « nous sommes pour une négociation sérieuse.» (*Ibidem*) A travers le qualificatif («sérieuse») que l'énoncé englobe, commente Covassi, il mobilise en effet des souhaits chers à l'interlocuteur, tout en élaborant un scénario attrayant: participer à une négociation différente de ce à quoi on est habitué, où la partie adverse ferait de vraies concessions et aurait une attitude conséquente, bref, où la transparence, l'honnêteté, la parole honorée seraient la règle.

En tant qu'art du détour, la manipulation n'omet pas non plus les ajouts ou les reprises phatiques: «vous comprenez ?», «vous voyez», «vous êtes d'accord ?», etc. Ces éléments du métalangage, qui créent un climat de connivence, se muent à leur insu (!) en moyens manipulateurs dans la mesure où l'établissement (le maintien) d'une relation (d'une complicité) n'a plus de valeur en soi mais par rapport à l'objectif caché de l'émetteur.

Comme phénomène en grande partie d'ordre langagier, la manipulation est parallèlement étudiée en sa qualité d'*acte de discours*. A ce propos, sont décrites les conditions de mise en scène discursive de cette notion complexe qui revêt de nombreuses variantes, parmi lesquelles la propagande, la désinformation, la publicité, l'endoctrinement, etc. (voir Patrick Charaudeau, «De la manipulation discursive entre persuasion et influence sociale. Un problème d'éthique», *Colloque international «Langue et manipulation»*, Lyon, 27-28 novembre 2009). Une telle approche de la manipulation ne peut pas contourner les aspects éthiques de tout discours circulant dans l'espace public.

Il y a également des angles d'approche qui, grâce à une vision plus compréhensive (voir Teun A. van Dijk, « Discourse and manipulation », in *Discourse & Society*, vol. 17, no. 3, 2006, p. 359-383), dépassent le niveau d'analyse des éléments linguistiques et discursifs tout en les intégrant, et s'étaye sur la prémisse que la manipulation est un mode de manifestation non seulement de l'interaction discursive mais aussi de l'abus de pouvoir social (d'une domination illégitime) et du contrôle cognitif (elle inculque au récepteur des modèles de pensée, des idéologies). De ce point de vue théorique, la manipulation revêt en principal les formes habituelles des discours *idéologiques*, par exemple, l'insistance sur «Nos bonnes choses» et sur «Leurs mauvaises choses».

Pour ce qui est des contributions de ce volume, dans une première partie (*Points de vue*), elles se consacrent à l'examen de diverses variantes et univers d'action de la manipulation (politique, littérature, affaires commerciales, éducation) en s'appuyant, pour la plupart, sur des modèles d'analyse du discours en interaction. Elles tentent de mettre au point une rhétorique se proposant de dévoiler ce que la «rhétorique-manipulation» (Michel Meyer, *Questions de rhétorique: langage, raison et séduction*, Librairie Générale Française, Paris, 1993, p. 28), propre à leur objet d'investigation, s'efforce d'occulter par des mécanismes parfois très subtils.

La deuxième partie de la revue (*Miscellanées*) propose des analyses qui mettent en avant des aspects pertinents du discours publicitaire – domaine à hautes potentialités manipulatrices, amplement exploitées par les créateurs des messages publicitaires et, en parallèle, minutieusement décortiquées par les théoriciens de la communication langagière. Les commentaires de cette partie révèlent des éléments qui peuvent constituer le point de départ des réflexions ultérieures sous un angle interculturel, qui souligneraient le jeu de points communs et de différences entre des espaces culturels plus ou moins proches géographiquement sur l'axe des modes de construction, de fonctionnement ou d'action de la publicité d'aujourd'hui.

La dernière partie de ce numéro de *Dialogos* (*Notes de lecture*) offre à ses lecteurs quelques repères théoriques actuels, édifiants et instructifs en matière de manipulation discursive. Leur lecture, sous différentes grilles et à différents niveaux, suit un ordre chronologique inversé par rapport à la date de parution des ouvrages en question.

Nina IVANCIU