

**Le « plaider en dehors de la cause »
d'Aristote :**
**un critère technique pour séparer argumentation
et manipulation ?**

Philippe Breton
Chercheur au CNRS

Vous savez comme moi qu'un soupçon majeur plane le plus souvent sur la publicité, sur le message publicitaire, c'est le soupçon de manipulation. Pour certains la publicité serait même, par essence, manipulatoire.

Je voudrais apporter ma contribution à cette question en prenant le risque de proposer un critère technique simple qui permette d'établir une distinction claire entre argumentation et manipulation et qui s'applique bien sûr aussi au message publicitaire.

Si ce critère permettait une analyse du message publicitaire, il pourrait permettre également, ce que je ne ferai pas ici, faute de temps, une analyse du rapport que la publicité entretient avec ce jeu entre argumentation et manipulation tout au long de son histoire.

L'analyse que je vous propose s'appuie sur deux présupposés.

Le premier est que la publicité n'est pas, par essence, manipulatoire. Il faut opérer à ce sujet une disjonction classique, entre le niveau où l'on envisage la publicité comme l'outil d'un système marchand concurrentiel, et le niveau où l'on envisage la publicité comme un message, au sein d'un schéma communicationnel centré autour du convaincre.

Le second est que ce n'est pas le produit défendu ou le thème du message qui le ferait argumentatif ou manipulatoire mais bien, à un niveau plus technique la nature des procédés utilisés pour convaincre.

Ce qui veut dire qu'au niveau de ces procédés, il peut y avoir des publicités argumentatives ou des publicités manipulatoires. Pour contextualiser, présenter et illustrer le critère technique que je vous propose, je vais découper mon exposé en trois parties. La première pour revenir sur le terme, de « manipulation », la seconde pour décrire ce critère technique. Je le ferai à partir d'Aristote, car l'histoire de la

publicité, de ce point de vue, s'inscrit dans l'histoire de la rhétorique, celle des techniques argumentatives pour convaincre un auditoire, la troisième pour poursuivre ma démonstration à l'aide de quelques images publicitaires.

1 - La manipulation : un concept mal-aimé

Pour différentes raisons, parfois contradictoires entre elles, le terme de « manipulation » est à la fois trop aimé et mal aimé.

A y regarder de près, Il y a au moins quatre raisons, qui ne sont pas homogènes, généralement avancées pour dénier au terme de manipulation tout potentiel descriptif.

Quatre objections à l'emploi du terme « manipulation »

La **première raison**, plus théorique celle, consisterait à dire que les théories de l'influence, dite de la "seringue hypodermique", n'ont jamais été ou ne sont plus de mise, en tout cas qu'il s'agit là d'un modèle théorique dépassé. Or la manipulation était un concept clefs des théories de l'influence.

Les théories de la réception, très en vogue dans les sciences de la communication, auraient remis sur leurs pieds le dispositif communicationnel qui jusque-là marchait sur la tête : c'est l'auditoire, le public, *in fine* l'individu libre qui se compose lui-même, à la carte, sa propre idée, ses propres représentations.

La **deuxième raison** est que nous serions désormais dans une société libre où chacun a le choix, notamment grâce à la possibilité de faire défection, au sens où l'entend le politologue américain Albert Hirschman¹. L'homme serait donc devenu, dans la société libérale démocratique moderne un être de raison, peu influençable, sur lequel la manipulation n'aurait plus de prise. Elle serait, pour paraphraser Gilles Lipovetski, qui parlait de la publicité, un "pouvoir sans conséquence". Dans ce cas, la manipulation est un concept dépassé, antérieur à la chute du mur de Berlin.

¹ Hirschman Albert O., Défection et prise de parole, Fayard, Paris, 1995

La **troisième raison** tiendrait à ce que la manipulation ne serait pas un concept pertinent simplement parce que tout serait manipulation. Tout procédé, tout artifice, dans le domaine de la parole relèverait de la manipulation. La rhétorique, dès sa naissance se voit suspecter, comme art du convaincre, d'être tout entier manipulation. Les philosophes verront, dans la condamnation de la *techné* toute entière une justification de leur profession, et les cyniques ne verront aucun intérêt à parler de manipulation, puisqu'elle ne discrimine rien dans leur pratique.

Quatrième et dernière raison, mais il doit bien y en avoir d'autres, qui s'opposerait à l'emploi du terme de manipulation, est son caractère manichéiste : d'un côté, il y aurait le bien, la lumière, la raison, bref l'argumentation, et de l'autre le mal, l'obscurité, le tripatouillage, bref la manipulation. Or chacun sait que le monde n'est ni noir, ni blanc, ou plutôt qu'il est à la fois noir et blanc c'est-à-dire globalement gris.

On voit là qu'il y a convergence de critiques sur un terme il est vrai assez fragile. Comme nous soutenons ici que le terme manipulation renvoie bien, comme descripteur, à une réalité particulière, à un usage de la parole et du comportement relativement bien isolable, à des procédés indépendant des causes qu'ils servent à défendre, il faut d'abord à répondre à ces quatre objections. Cela nous permettra d'ailleurs de donner quelques éléments de définition.

Réponses aux objections

La **première objection** est interne aux sciences de la communication. Tout le monde est prêt à accepter l'idée qu'un modèle mécaniste de l'influence et de la manipulation est une naïveté épistémologique. Mais, sauf à considérer que les psychosociologues sont tous incompetents ou menteurs, il faut bien reconnaître la réalité des phénomènes d'influence et de manipulation dans le champ du convaincre. De multiples expérimentations l'ont prouvé, en montrant d'ailleurs, et ce constat est le bienvenu, que le schéma était toujours plus complexe qu'on ne se l'imaginait.

Plutôt que d'opposer à paradigme à un autre, en suivant en cela les tendances à la mode, qui jette l'ancien pour donner

l'illusion du nouveau, pourquoi ne pas voir qu'une théorie limitée de l'influence s'accorde parfaitement bien avec une théorie limitée de la réception.

La manipulation suit de ce point de vue la même pente que la rhétorique : un argument est susceptible de convaincre un public donné, dans une situation donnée... mais il n'y a pas d'auditoire universel.

Même chose pour le procédé manipulateur : il fera rire une partie du public qui le trouvera grossier et transparent, il fera son effet sur une autre partie du public. Il y a d'ailleurs parfois chez ceux qui critiquent le concept de manipulation, un fort reste d'élitisme : « avec moi ça ne marche pas ! ».

On déduira donc de cette troisième objection, l'importance qu'il y a à considérer que la manipulation est un ensemble de procédés qui concernent l'ensemble du schéma communicationnel. La manipulation suppose un émetteur manipulant, des messages et un contexte construit pour ce faire, un auditoire conditionné pour cela.

Certains soutiennent qu'on n'est manipulé que "si on le veut bien". Là aussi, à moins de considérer que le masochisme s'est généralisé comme valeur, l'oxymore est proche, même s'il est vrai qu'il y a, comme on dit, des "terrains favorables" et des postures de l'auditoire qui favorisent la manipulation, ce que personne ne nie.

La **deuxième objection** suppose que nous sommes des hommes libres, dans une société libre, peu influençables ou encore, ce qui est un oxymore fréquemment rencontré "volontairement influençables". Cette objection laisse ouverte la possibilité qu'il y ait des manipulateurs et des entreprises de manipulation mais celles-ci sombreraient en permanence dans l'impuissance. Nous les regarderions avec un sourire narquois en y opposant un second degré salutaire.

Ceux qui tiennent de tels propos sont assurés du succès public : on n'aime jamais l'idée que l'on puisse se faire avoir et on lui préfère bien entendu cet idéal de l'individu parfaitement maître de son destin. A l'inverse, celui qui dénonce la manipulation n'apporte jamais de bonnes nouvelles. Et on sait ce qui arrive souvent au messager dans ce cas.

Il est vrai que dans bien des cas nous avons la possibilité de faire un pas de côté, de faire défection, de refuser un produit commercial ou de résister aux propos d'un homme politique.

Mais cette liberté là est à double tranchant car, tous les spécialistes vous le diront, on n'est jamais autant manipulable que lorsque l'on croit être libre. Cette objection de l'homme désormais libre de son destin, outre qu'elle est une naïveté sociologique est un credo plutôt idéologique.

De cette réflexion sur la liberté, on pourra, justement, tirer un élément de définition de la manipulation : il y a manipulation lorsque la liberté de l'auditoire de choisir l'opinion qu'on lui propose n'est plus assurée. Notre liberté est bien la première cible des manipulateurs. Nous sachant justement des hommes dont l'idéal est d'être libre, les techniques de manipulation se concentrent sur tous les procédés qui permettent de limiter cette liberté, en nous donnant l'illusion de l'avoir.

La **troisième objection** s'appuie sur l'affirmation selon laquelle tout serait manipulation. Celle-ci se décompose toutefois en deux versions distinctes. Ceux qui pensent que la vérité à quelque chose à voir avec les idées politiques ou les opinions sociales auront tendance à croire que dès que l'on s'éloigne des conditions d'énonciation supposées de la vérité on tombe dans la manipulation. L'idéal scientiste nourrit cette position. Nous avons déjà répondu à cette objection ou plutôt la tradition rhétorique a déjà répondu à cette objection.

L'autre version est plus cynique : elle consiste à soutenir que dans les relations humaines tout est artificiel, manipulable et, in fine, que la seule règle de la parole est le rapport de force. Cette objection est la plus faible car en fait qu'elle ne s'oppose pas à l'existence de la manipulation bien au contraire. Mais, elle la cadre mal en lui supposant un empire qu'elle n'a pas.

La manipulation consiste bien à établir un rapport de force mais la caractéristique de cette entreprise est qu'elle cache qu'elle le fait. Les techniciens de la manipulation savent bien qu'il faut cacher les procédés utilisés à l'auditoire sous peine de perdre l'efficacité attendue.

Certains ont peur d'accepter l'existence de la manipulation de peur inconsciemment sans doute de découvrir qu'elle est partout et que les cyniques ont raison. La réalité est plus modeste.

Phénomène éthiquement et moralement détestable, bien trop présent dans l'univers quotidien, la manipulation n'occupe pas moins un territoire toujours plus modeste que ce qu'on l'imagine. Nous ne vivons pas dans un univers de manipulation généralisée.

La **quatrième objection** tient au caractère manichéiste de toute distinction trop nette entre argumentation et manipulation. Toute analyse manichéiste mérite de se voir opposer des objections. Mais il n'en reste pas moins qu'un fil rouge sépare toujours, à un moment donné, l'argumentation de la manipulation. Mais ce fil rouge n'a lui-même rien d'objectif : la frontière dépend à la fois des énoncés que les deux familles de procédés permettent de construire et de la réception par l'auditoire de ces procédés.

2 - Une norme de l'argumentation chez Aristote

Chacune de ces objections pourrait faire l'objet d'une conférence, d'articles, ou de livres. La quatrième objection est peut-être celle qui appelle le plus de commentaires. Pour ce faire, un retour aux sources est nécessaire, afin de tenter de voir quel profit on pourrait tirer d'une recommandation d'Aristote qui paraît fondamentale pour la question qui nous occupe ici.

Cette recommandation peut fournir des critères techniques nous permettant d'évaluer un procédé argumentatif, et de le distinguer d'un procédé manipulateur, *indépendamment du contenu de l'opinion défendue*, et en tenant compte de l'ensemble du processus communicationnel. En effet, Aristote pose assez clairement les bornes d'une frontière relativement nette sur le plan théorique entre une argumentation acceptable et un procédé qui ne le serait pas.

Tout au début de la rhétorique, dans la première page du livre I, immédiatement après avoir posé la différence entre la rhétorique et la dialectique, Aristote se démarque des technologues qui l'ont précédé et qui enseignaient des procédés qu'il considérait comme non légitime. Les rhétoriques écrites jusque là sont donc pour lui incomplètes et fausses :

« Mais, jusqu'à aujourd'hui ceux qui compilaient les techniques des discours n'en ont fourni qu'une petite partie ; car seuls les preuves sont techniques ; tout le reste n'est qu'accessoire. Nos auteurs, en effet, sont muets sur les enthymèmes, qui sont pourtant le

corps de la preuve ; ils consacrent la majeure part de leurs traités aux questions extérieures à ce qui en est le sujet ; car la suspicion, la pitié la colère et autres passions de l'âme ne portent pas sur la cause, mais ne concernent que le juge » Livre I, 1354 a²

Cette rupture que propose Aristote est évidemment essentielle. Elle nous indique bien la nature des dérives auxquelles certains sophistes se sont laissés aller, ici évaluées *a posteriori* par Aristote, qui leur reproche de ne faire appel qu'aux « passions ».

L'auteur de la Rhétorique présente l'apport nouveau qu'il fait par rapport aux technologues, sur un double plan : à la fois il affirme qu'argumenter c'est donner des preuves, et il propose dans ce cadre une réflexion sur ce qui doit constituer le "corps de la preuve", et à la fois l'affirmation qu'il y a bien un écart, une démarcation nette, avec tout procédé qui consiste à parler hors du sujet, hors de la cause. Ces deux critères sont étroitement solidaires. Il nous donne même des indications assez précises sur le fait que plusieurs cités grecques connaissent bien cette distinction et la mettent en pratique :

« Aussi, dans plusieurs cités, la loi interdit-elle, comme je l'ai dit plus haut, de parler hors de la cause ; dans les délibérations, les auditeurs y veillent suffisamment eux-mêmes » Livre I, 1355 a

« Si donc on appliquait à tous les jugements, la règle ... actuellement suivie dans quelques cités, lesquelles sont précisément les mieux policées, ces auteurs n'auraient plus rien à dire. Tous les peuples sont d'accord sur ce point ; mais les uns pensent que les lois doivent en faire mention ; les autres se contentent de la pratique et empêchent de parler hors du sujet, comme à l'aéropage ; et tous ont raison. Car il ne faut pas pervertir le juge, en le portant à la colère, la crainte ou la haine ; ce serait fausser la règle dont on doit se servir » Livre I, 1354 a

Cette indication donnée par Aristote est évidemment déterminante. Il ne s'agit ni d'un critère éthique, ni d'un

² Aristote, Rhétorique, Livre 1, texte établi et traduit par Médéric Dufour, Les Belles Lettres, Paris, 1967

critère moral, mais bien d'un critère technique, même s'il soulève de certaine difficulté d'interprétation, qui fonctionne indépendamment de la nature de la cause. Aristote nous propose donc de considérer que les passions de l'âme sont « en dehors de la cause ». Pour lui,

« les auteurs de techniques ne traitent manifestement que les questions étrangères à leur sujet ... ils ne font qu'exposer les moyens de mettre le juge dans telle ou telle disposition » Livre I, 1354 b

Mais que faire alors de ce qu'Aristote dit plus loin dans la Rhétorique, à savoir que l'Ethos et le pathos sont aussi des éléments de preuves ? Y aurait-il une contradiction ? Ce texte peut-être interprété, en essayant de ne pas trahir l'auteur, en disant que le recours aux passions est possible, malgré tout, à condition que les passions ainsi mobilisées proviennent de la cause elle-même.

« Ne pas plaider en dehors de la cause » : Nous voilà donc avec un critère à la fois normatif et technique pour distinguer l'argumentation de la manipulation.

L'avantage d'une norme

On ne saurait opposer à l'existence et à l'intérêt de cette norme qu'elle est une norme, c'est à dire qu'elle serait une contrainte de la parole. Une parole sans norme est une illusion. Dans toute société l'exercice de la parole relève de normes, c'est à nous de choisir les normes qui nous conviennent le mieux. Le contenu des normes de la parole relève bien, lui aussi, d'un exercice argumentatif et d'un débat de société.

Il y a au moins deux avantages à faire jouer cette norme qui indique de ne pas plaider en dehors de la cause. Le premier avantage est qu'elle permet de ne pas définir l'acte de convaincre comme un pur appel aux passions.

Une telle façon de faire présenterait en effet deux inconvénients majeurs. Elle dispense de rechercher et d'exposer des raisons (des « preuves » au sens qu'Aristote donne à ce terme dans la Rhétorique), ce qui finit toujours par rejaillir, dans le sens de l'appauvrissement, sur la formation et la consistance des opinions. Et, surtout, elle tend à emprisonner l'auditoire dans les rets de ses émotions, ne lui laissant, le plus souvent, pas le choix d'exercer sa liberté d'acceptation ou non des opinions qu'on lui propose. Le recours aux passions

nuit à la liberté de réception, au moins aussi importante que la liberté d'expression. L'enjeu de cette norme est bien la liberté, liberté de l'auditoire, liberté de la société.

Le deuxième avantage d'une norme qui établit ainsi une telle frontière entre plaider dans la cause et plaider en dehors de la cause est de rompre la fausse alternative, dans laquelle nous sommes trop souvent pris, entre la raison et la passion.

Elle permet d'affirmer que la passion a sa place dans l'argumentation, à condition qu'elle soit issue et appariée, d'une façon ou d'une autre, aux justifications que l'on donne à ses opinions grâce à des arguments. L'enjeu de cette norme est ici de préserver l'articulation profondément humaine entre la passion et la raison. Une rhétorique non manipulatoire est ainsi la matrice d'une articulation originale de la raison et de la passion, qui subordonne celle-ci à celle-là, sans lui faire perdre ses vertus éventuellement heuristiques.

Une distinction technique

Est-il concrètement possible d'établir, techniquement, des distinctions qui séparent l'intérieur et l'extérieur d'une cause ?

On distinguera trois types de cas possible

A - Soit on argumente sans faire appel aux passions, ou très faiblement

B - Soit on argumente en faisant appel à des passions incluses dans la cause

C - Soit on transforme l'argument en un pur appel aux passions : dans ce cas la figure argumentative est en quelque sorte transformée en une coquille vide de raisons et pleines de passions.

La ligne rouge qui sépare argumentation et manipulation passe évidemment entre les cas A et B d'une part, et le cas C d'autre part.

3 - Trois exemples

La frontière entre argumentation et manipulation passe de la même façon entre les trois jeux images suivantes. La première image, qui illustre le cas A est celle d'une publicité principalement argumentative. La seconde, qui illustre le cas B montre les deux faces principales d'un paquet de cigarettes canadiennes. La loi locale prévoit de consacrer la moitié de chacune de ces deux faces à un message qui vise à décourager le

fumeur. Ici, l'image est la photo très réaliste d'une bouche, de dents et de gencives très abîmées, avec comme commentaire les phrases suivantes : « avertissement, la cigarette cause des maladies de la bouche, la fumée de cigarette cause le cancer buccal, des maladies de gencives et la perte de dents ».

L'image montre, en utilisant le registre de l'émotion, un aspect sélectionné (argument de cadrage) du phénomène tabagique. Le plaidoyer, malgré son aspect émotif fort, reste entièrement à l'intérieur de la cause, même si le cadrage suggère sans démonstration - et pour cause, que tout fumeur risque de voir sa dentition atteindre cet état. La troisième image est une photo qui sert de support à un message publicitaire pour une chaussure de marque. On y voit à gauche une jeune femme qui affiche une allure séduisante et qui est vêtue seulement d'une chemise ouverte. En avant-plan on voit les chaussures en question, portées par un homme dont on ne voit que les jambes. Cette image publicitaire (qui a suscité quelques réactions indignées, notamment de quelques lecteurs du journal Le Monde qui l'avait publiée) associe deux thèmes sans rapport mais en supposant qu'il allait y avoir une « contamination » possible, dans une optique pavlovienne, entre eux. Le stimulus érotique provoqué par la vision de la femme soumise va se déployer et rendre désirable les chaussures de cette marque. Là encore la chaîne associative qui va de la soumission de la femme à la chaussure est suffisamment mal assurée pour qu'on puisse discerner là un véritable plaidoyer hors de la cause, comme dans tous les cas, fort nombreux en publicité, où on associe sans raison mais pas sans effet sur certaines parties de l'auditoire, un stimulus érotique à un produit quelconque.

Conclusion

L'analyse de cette norme qui consiste à ne pas plaider en dehors de la cause, n'épuise pas toutes les possibilités de procédés manipulateurs. Le but ici n'était pas de présenter exhaustivement ces procédés, mais, plus simplement de répondre concrètement, en proposant des critères techniques rustiques et facilement utilisables, à quelques unes des objections que l'on rencontre dès que l'on veut parler de la différence entre argumentation et manipulation, différence à laquelle nous devrions sans doute, tenir comme à la prunelle de nos yeux, dans le domaine de la publicité comme dans d'autres.

