

La manipulation d'opinion

Posted on 1 avril 2021 by Patrick Rouillier

La manipulation est une méthode délibérément mise en œuvre dans le but de contrôler ou influencer la pensée, les choix, les actions d'une personne, via un rapport de pouvoir ou d'influence. Les méthodes utilisées faussent ou orientent la perception de la réalité de l'interlocuteur en usant notamment d'un rapport de séduction, de suggestion, de persuasion, de soumission non volontaire ou consentie.

C'est cette finalité qui caractérise la manipulation et la différencie de l'information, du conseil, ou de la formation

L'humain a besoin, c'est sans doute une faiblesse, de se hiérarchiser

1. Pour se référencer, se situer par rapport aux autres, donner un sens à sa vie, en quelque sorte exister
2. Cette façon de se positionner par rapport aux autres, donc de se définir, est associée à un besoin de sécurité qui entraîne chacun à tenter de se placer au plus haut dans la hiérarchie qu'il crée.

Dans une société humaine chacun doit s'imposer aux autres, imposer sa vision du monde. Nous sommes tous entraînés dans un combat infernal et inutile de « qui fera pipi le plus loin » (pardon pour cette expression un poil machiste).

Chacun réagit avec sa raison et ses émotions et c'est dans ces deux domaines que va intervenir la manipulation.

Je n'aborderais pas ici le problème général de la construction d'une opinion publique qui fait appel à bien d'autres critères mais à la formation de l'opinion individuelle (qui bien sûr joue son rôle dans l'élaboration d'une opinion publique)

Les domaines où s'expriment les manipulations d'opinion sont extrêmement nombreux. On peut dire que dans tous les rapports humains on trouve la tentation de manipuler l'autre. La séduction est une forme de manipulation douce. Je ne parlerais ici que dans les domaines les plus généraux, les plus courants.

La publicité

Je commence par elle car c'est le domaine dans lequel elle est clairement assumée. Les publicitaires avouent sans vergogne rechercher dans notre psyché la faille qui

leur permettra de nous faire acheter des objets dont nous n'avons probablement aucun besoin objectif, de créer chez nous un besoin pour le satisfaire par l'objet qu'ils nous proposent. On ne peut pas mieux faire comme manipulation.

Au départ, c'était la réclame, le message était cognitif, on nous expliquait les nombreux avantages de l'objet, en omettant les faiblesses. Mais au bout d'un certain temps il s'est avéré que les messages purement cognitifs pouvaient être soumis à l'esprit critique des prospects. Ceux-ci pouvaient remettre en cause les affirmations du message.

Les publicitaires se sont alors adressés à des messages plus insidieux faisant appel à la conscience émotionnelle de prospect. Il s'agissait, non plus de décrire le produit dans ses aspects les plus positifs, mais d'en diffuser une image, une impression positive.

Assez récemment on est passé à un autre type de messages destiné à créer une notoriété pour le produit. Il s'agit maintenant de « faire rentrer dans le crane » des prospects simplement le nom du produit et la symbolique graphique associée, de créer une familiarité confinant à la confiance entre le prospect et le produit qui sera choisi de préférence à celui de ses concurrents. On diffuse un message accrocheur, souvent sans rapport avec le produit, uniquement destiné à intriguer, capter l'attention. Puis « in fine » on envoie le nom du produit et sa symbolique graphique.

« passez muscade » le tour est joué. On peut clairement parler de machination ou de manipulation.

Un autre point à signaler à propos des messages publicitaires est la diffusion quasi systématique de « fake news », même si celles-ci restent « dans les clous » sur le plan légal : « les produits qui suppriment les rides, empêchent la chute des cheveux, font maigrir en dormant, les voitures Volkswagen qui respectent les normes CO2, les produits bio qui ne le sont pas, les médicaments miracles etc. etc. ». On trouve un mensonge dans la plupart des messages publicitaires. Donald Trump et les groupes complotistes sont des amateurs par rapport aux publicitaires.

.

Les messages politiques

Encore des grands spécialistes de la manipulation. Dans ce cas il s'agit d'obtenir un consensus sur son nom de la part des futurs électeurs. Bien sûr tous les coups sont permis, au diable la morale !

1. La première méthode est « la semi vérité ». Il s'agit tout simplement d'énoncer



dans son discours tous les bienfaits potentiels de son action future (en omettant ses points négatifs) et de dénoncer dans les programmes de ses adversaires tous les points indéniablement négatifs (en omettant les points positifs). C'est le classique mensonge par omission. On annonce une vérité facilement ingérée par le prospect et on lui laisse la tâche difficile d'aller rechercher lui-même les contre-vérités.

2. La seconde approche est d'avancer des pseudo vérité, des chiffres invérifiables sur le moment pour paraître justifier son argumentation. Ces vérités ne résistent souvent pas à une analyse critique ultérieure, mais qu'importe le ver est dans le fruit, le mal est fait.
3. Troisième approche, le dénigrement de ses adversaires. Il s'agit d'aller rechercher, dans leurs passés des éléments qui semblent contre dire leurs discours actuels. Qu'importe qu'ils aient été vécus dans le passé, dans un contexte totalement différent, on les rapproche du discours actuel comme si ils avaient eu lieu la veille. C'est bien sûr un contre sens historique, de la malhonnêteté intellectuelle.
4. On détecte facilement ces menteurs dans leur « parler mitraillette ». Il s'agit de parler, parler, parler, sans laisser la capacité à un interlocuteur d'intervenir. On évite ainsi toute contradiction, on peut asséner ses contre vérité, dévier pour répondre à coté de la question posée. Méfions-nous de ceux qui parlent trop vite, sur un mode hystérique !

Pour les politiques les méthodes suivantes relèvent plus de la stratégie publicitaire

1. Les promesses intenables. Il s'agit de faire rêver. Le prospect attend la lune, soit on lui promet la lune. Nous sommes tous des êtres qui vivent d'espoir et qui préfèrent vivre dans l'utopie que dans la réalité. C'est cette faiblesse que nos politiques utilisent pour nous entrainer derrière eux. Qu'importent les désillusions ultérieures après qu'ils aient été choisis, si nécessaires ils nous berceront d'autres promesses.
2. La création d'une image. Nous choisissons des hommes politiques que nous ne connaissons absolument pas et nous les élisons simplement sur la base de l'image que nous avons d'eux. Ils doivent donc nous présenter la meilleure image d'eux, celle qui entrainera l'adhésion du plus grand nombre. Il y a toutes sortes d'images disponibles pour fabriquer un personnage : paternel, maternelle affectueux (se), paternel, maternelle fort(e) et protectrice, érudit spécialiste ou brillant économiste, près du peuple et populiste, enthousiaste et entraînant, ... chacun d'eux doit choisir le personnage qui, incarné, lui donnera le plus de chance de séduire les électeurs. Un homme politique ne doit pas être sincère, mais jouer un rôle ... cela s'appelle de la manipulation. Récemment, pour mieux nous séduire nos politiques ont pris le parti de participer à des émissions populaires de télévision pour jouer leur personnage

devant un vaste public. Ils choisissent alors le personnage « bonhomme » et près de nous.

Nous avons examiné des types de manipulation de mode offensives ; Elles ont pour but de nous faire agir et de nous entraîner dans le sens choisi par le manipulateur. Il existe également des manipulations de mode défensives, destinées à nous faire réagir devant un danger potentiel.

Les thèses complotistes

On est dans ce cas typiquement sur une manipulation qui veut nous inciter à réagir devant un danger, une injustice, une manipulation. Faire réagir contre un danger n'est pas forcément du domaine de la manipulation, cela le devient lorsqu'il s'agit d'un danger imaginaire ou fabriqué de toutes pièces, et que sous-jacent se cache l'intention de nous entraîner dans une direction choisie par nos manipulateurs.

Les théories complotistes sont légion.

Personne n'a jamais marché sur la lune

Les attentats sont planifiés par d'autres que les islamistes

Le sida est un virus créé en laboratoire

La terre est plate

JFK a été assassiné par la CIA

Lady DI a été assassinée par la famille royale

Michael Jackson et Hitler ne sont pas mort

Le monde est gouverné par des reptiliens (dont Sarkozy, le Reine d'Angleterre, Obama, ...)

J'en passe et des meilleurs ...

Autant de choses, évidemment choquantes, qui nous heurtent, qui nous poussent à réagir (du moins les plus crédules) et à passer du mode raisonné au mode émotionnel. A partir de ce moment-là nous ne sommes plus en contrôle de nous-même et des événements, mais prêt à sauter sur n'importe quelle solution qui nous est proposée. Un fois revenu en arrière il nous est difficile de nous dédire vu que notre raison a du mal à réfuter notre vécu émotif.

D'autres jouent sur les deux tableaux

Les religions et les idéologies

Il est toujours difficile de différencier les informations, du prosélytisme, de la propagande ou de la manipulation. La frontière entre elles est ténue. Les religions ou les idéologies ont surfés sur l'espoir et la peur. D'un côté on nous annonce l'enfer (spirituel ou socio-économique) et de l'autre on nous promet le paradis (spirituel ou socio-économique). La peur nous éloigne de notre conditions actuelle et l'espoir nous fait rêver à des jours idylliques. De quoi oublier toute raison pour plonger dans l'émotion.

Conclusion

Toutes les méthodes de manipulation s'appuient sur le même principe nous faire sortir de la raison pour nous embarquer dans l'émotion, de faire taire notre objectivité pour faire appel à notre subjectivité. Pensons au prestidigitateur, manipulateur dans tous les sens du terme qui nous fait voir ce qu'il veut nous faire voir en nous montrant ce que nous avons envie de voir !

Plus on est jeune, moins on est cultivé, et moins notre conscience cognitive est formée, et plus notre émotionnel est prêt à prendre le dessus. C'est pourquoi les jeunes et les classes populaire sont les cibles privilégiées des manipulateurs et notamment des populistes.

Ce n'est pas aux vieux singes qu'on apprend à faire des grimaces !