

MANIPULAREA PRIN ARGUMENTARE PATOLOGICĂ ÎN COMUNICAREA POLITICĂ

MANIPULATION THROUGH PATHOLOGICAL ARGUMENTATION IN POLITICAL COMMUNICATION

Eleonora MIHAILA, ORCID: 0000-0001-9926-4767
Universitatea de Stat din Moldova

CZU: 159.922.27:[659.3:32]

e-mail: darii_e@yahoo.com

O situație de argumentare poate fi deseori alterată de intenția subiectului argumentator de a-l determina prin înșelăciune pe subiectul opozant să-și schimbe opinia/comportamentul. Înainte de a aborda conceptele de *înșelăciune* și *minciună*, este important de precizat nuanțele conceptului de *adevăr* în practica discursivă. Deși gândirea logică este axată pe demonstrarea adevărului, iar argumentarea cotidiană – pe veracitate, conceptul de *adevăr* este prezent și în practica argumentativă, dar cu o accepțiune diferită de cea consacrată în știința logicii. Or, în situațiile argumentative, adevărul nu este un *datum* absolut și imuabil, ci, dimpotrivă: „Adevărul este o construcție socială, o relație între diverse variabile care evoluează în funcție de cunoștințele acumulate în mod colectiv prin schimburi de opinie libere și raționale care le pun la încercare. Adevărul se naște dintr-un efort susținut în vederea stabilirii faptelor cu o rigoare metodologică și, *in fine*, din sensul și valoarea atribuită acestor fapte” [4, p. 17] [trad. aut.].

Înșelăciunea, trăsătura definitorie a manipulării, este ocultarea adevărului-construcție socială prin inducerea unor opinii particulare pe post de noi adevăruri în curs de legitimare socială, cu încălcarea intenționată a principiilor argumentării. Această patologie a argumentării este o *situație de manipulare*. Subiectul manipulator recurge la exploatarea unor argumente false în cadrul strategiilor de negare a adevărului (minciuna, denegația, rea-credința și impostura). Manipularea presupune și o relație afectiv-personală între participanții la situația de manipulare, care face dificilă perceperea obiectivă a mesajelor vehiculate. Eventualul succes al subiectului manipulator este obținut în mod ilicit din punct de vedere logic, fără adeziunea liberă și conștientă a receptorului. În acest sens, Ph. Breton insistă că o abordare etică și umanistă a actului de convingere presupune o disjuncție netă între argumentare, pe de o parte, și manipulare, pe de altă parte [2, p. 13].

De la persuasiune până la manipulare nu este decât un pas, acesta fiind intenția de a înșela cu scopul de a obține adeziunea celui alt participant la situația de manipulare, fără ca acesta din urmă să conștientizeze înșelăciunea. Demersul comunicațional este viciat în mod intenționat, „asumarea acestei intenționalități este însă prin excelență o decizie morală” [7, p. 207]. Această intenție se realizează cu ajutorul *sofismelor* – rezultatele unei îmbinări ingenioase între ethos, pathos și pseudo-/anti-logos, care sfidează prin-

cipiile etice. Un moment important în studiul sofismelor a constituit disputa *tratament standard versus tratament nonstandard*, conceptualizată în 1970 de Ch.L. Hamblin în lucrarea sa *Fallacies*, din care vom reține necesitatea unei actualizări permanente a studiului sofismelor, a racordării lui atât la rezultatele cercetărilor actuale din domeniu cât și la realitatea socială, pentru a-i asigura coerența și utilitatea. Din numeroasele clasificări ale acestor erori de argumentare (Aristotel, C.L. Hamblin, J.S. Mill, I.M. Copi, D.J. Sullivan, J. Woods și D.N. Walton, F. Van Eemeren și R. Grootendorst, C. Plantin, C. Sălăvăștru), susținem clasificarea pe criteriul argumentativ-structural efectuată de prof. C. Sălăvăștru. Această clasificare pornește de la definiția sofismului ca „eroare intenționată de argumentare, determinată de aparența adevărului unui argument, de aparența corectitudinii unei tehnici de argumentare sau de aparența respectării condițiilor de argumentare prin care se obține convingerea interlocutorului” [5, p. 326-327]. Astfel, C. Sălăvăștru distinge trei categorii de sofisme: sofisme de argument, sofisme de tehnică argumentativă și sofisme de condiții ale argumentării, aceste sofisme fiind induse fie prin acte de limbaj, fie prin acte de gândire.

Sfântul Agustin afirma în sec. IV în lucrarea sa *Despre minciună* că „un enunț fals, însoțit de voința e a înșela, e o minciună” [6, p. 24]. *Minciuna* este un act de enunțare voluntară care stă la baza manipulării, act pe care P. Charaudeau îl plasează printre „figurile de negație”. Din perspectiva semiolingvisticii, esența minciunii constă în întrunirea cumulativă a următoarelor condiții [3, p. 59]:

- Subiectul manipulator (SMr) crede că ceea ce crede/știe este adevărat (=adevăr-categorie discursivă).
- SMr nu vrea ca SMt să știe ce crede/știe SMr (=adevăr-categorie discursivă).
- SMr spune altceva decât ceea ce crede/știe (=adevăr-categorie discursivă).
- SMr știe că ceea ce îi spune SMt este diferit/contrar în raport cu ceea ce crede/știe (=adevăr-categorie discursivă).
- SMr transmite către SMt semne care îl fac pe cel din urmă să creadă că ceea ce spune SMr este ceea ce SMr crede/știe (=adevăr-categorie discursivă).

Între persuasiune și manipulare există o zonă limitrofă prin care se realizează tranziția de la (i) intenția de a persuadea cu respectarea libertății de decizie a subiectului persuadabil la (ii) intenția de a persuadea cu simularea respectării acestei libertăți (=înșelăciune la nivel de libertate de alegere). Este cazul *manipulării pozitive*, în care subiectul manipulator își asumă de la sine putere dreptul de a-i impune subiectului manipulat opțiunea dorită, deoarece cel din urmă nu este capabil să facă alegerea corectă, „lăsând în același timp impresia că receptorul are posibilitatea alegerii” [7, p. 199]. Deși bineintenționată, înșelăciunea este indicele lipsei de autoritate a subiectului manipulator (autoritatea este elementul definitoriu al persuasiunii), această lipsă fiind compensată cu un control disimulat.

Să analizăm următorul fragment din interviul oferit de președintele Macron jurnaliștilor de la „Le Parisien” la 4 ianuarie 2022: «D’ailleurs, la quasi-totalité des gens, plus de 90 %, y ont adhéré. C’est une toute petite minorité qui est réfractaire. Celle-là,

comment on la réduit ? On la réduit, pardon de le dire, comme ça, en l'emmerdant encore davantage. Moi, je ne suis pas pour emmerder les Français. Je peste toute la journée contre l'administration quand elle les bloque. Eh bien, là, les non-vaccinés, j'ai très envie de les emmerder. Et donc, on va continuer de le faire, jusqu'au bout. C'est ça, la stratégie. Je ne vais pas les mettre en prison, je ne vais pas les vacciner de force. Et donc, il faut leur dire : à partir du 15 janvier, vous ne pourrez plus aller au restau, vous ne pourrez plus prendre un canon, vous ne pourrez plus aller boire un café, vous ne pourrez plus aller au théâtre, vous ne pourrez plus aller au ciné...» [1, online].

Președintele Macron își realizează intenția de a convinge minoritatea nevaccinată spre beneficiul general, camuflând amenințări la adresa acesteia și acceptând libertatea iluzorie a celor 10% de a alege să rămână nevaccinați. Președintele Macron nu atentează la dreptul de a alege să rămână nevaccinați, dar în același timp amenință cu *argumentum ad baculum* (argumentul forței), impunându-i astfel pe refractari să cedeze. Apare o astfel de întrebare tangențială: câți din cele 10% încă mai consideră că au libertatea de a alege sau a refuza vaccinarea? Or, chiar și cu intenție pozitivă, această atitudine discursivă a președintelui Macron oricum rămâne a fi o manipulare.

În forma sa clasică, manipularea (denumită și *manipulare negativă*) are următoarele elemente:

- intenția subiectului manipulator de a induce în eroare subiectul manipulat;
- subiectul manipulator înaintează în mod conștient argumente neadevărate și aplică tehnici de argumentare incorecte;
- subiectul manipulat sesizează nu erorile la nivelul argumentelor și tehnicilor argumentative, ci frica de ostracizare în caz de nesupunere ideilor impuse;
- subiectul manipulat este forțat să accepte o opinie nedorită.

Exemplele cel mai elocvente de manipulare negativă sunt discursul propagandistic și discursul ideologic din regimurile totalitare. Cu aceste manifestări discursive, violența mentală atinge cote maxime, subiectul manipulat fiind privat de libertatea de opinie și amenințat cu ostracizare în caz de neacceptare a gândirii în cor.

Este important de reținut că manipularea nu se manifestă într-un mod evident în argumentarea cotidiană. Am cădea în derizoriu dacă am încerca să convingem cu niște erori elementare de raționament sau cu argumente pe care toată lumea le consideră false. Manipularea este o practică discursivă mult mai subtilă, având finalitatea de a înșela prin camuflarea erorilor. Sunt puse în joc zvonuri, selecții subiective de fapte, accente plasate în funcție de interesele urmărite, jumătăți de adevăr, mistificări, exerciții de impostură și de victimizare, fenomenul *fake news*, apeluri la toată gama de emoții și sentimente. Toate aceste tertipururi contribuie la înscăunarea unei ere „post-adevăr” în care interpretările realității, deci subiectivitatea, contează mai mult decât faptele și realitatea însăși. Discursul politic tot mai mult servește nu ca instrument pentru argumentarea veracității tezilor susținute, ci ca prilej de a acapara spațiul public dător de legitimitate și audiență.

Referințe:

1. BEAUMONT, O. et al. «Europe, vaccination, présidentielle... Emmanuel Macron se livre à nos lecteurs», *Le Parisien*. 2002. [Accesat 28.08.2022]. Disponibil: <https://www.leparisien.fr/politique/europe-vaccination-presidentielle-emmanuel-macron-se-livre-a-nos-lecteurs-04-01-2022-2KVQ3ESNSREABMT-DWR25OMGWEA.php>
2. BRETON, Ph. *Convaincre sans manipuler*. Paris: La Découverte, 2008. 151 p. ISBN: 978-2707152305.
3. CHARAUDEAU, P. *La manipulation de la vérité. Du triomphe de la négation aux brouillages de la post-vérité*. Limoges: Lambert-Lucas, 2020. 172 p. ISBN 978-2-35935-316-7.
4. ROBERT, A.-C. *Dernières nouvelles du mensonge*. Montréal: Lux Éditeur, 2021. 224 p. ISBN: 9782895963714.
5. SĂLĂVĂSTRU, C. *Teoria și practica argumentării*. Iași: Polirom, 2003. 413 p. ISBN 973-681-087-9.
6. SFÂNTUL AUGUSTIN. *Despre minciună*. Traducere de Lucia WALD. București: Humanitas, 2016. 174 p. ISBN: 978-973-50-5193-8.
7. STĂNCIUGELU, I. *Măștile comunicării: de la etică la comunicare și înapoi*. București: Tritonic, 2009. 304 p. ISBN: 978-973-733-349-0.