

Les fiches de conférence du CID

Titre de la conférence	L'art de convaincre dans un monde pluriel de tensions et de désinformation
Date	13/09/2005
Intervenant	MM. Capet et Michel
Rédacteur	CES DUFOUR

Problématique et idée maîtresse

L'art de convaincre repose sur un processus complexe visant à construire un argumentaire suffisamment solide et pertinent pour emporter à coup sûr l'adhésion de son auditoire.

Cet art subtil suppose un choix judicieux d'arguments, la bonne appréhension des valeurs partagées par l'auditoire, et l'utilisation de techniques particulières. Cela représente un équilibre sans doute difficile à saisir et une méthode s'appuyant notamment sur les travaux d'Aristote peut apporter une aide substantielle à celui qui s'est fixé pour tâche de convaincre.

C'est cette méthode, reposant sur des modèles mathématiques élaborés par les conférenciers, que ces derniers ont tenté de nous présenter.

Synthèse de la conférence

1- Les quarante arguments types de Chaïm Perelman

Les travaux de Chaïm Perelman représentent l'avantage, tout en s'appuyant sur la réflexion initiée en son temps par Aristote, de présenter une bibliothèque formidable d'arguments types dans laquelle il est possible de puiser à loisir afin de construire une argumentation idéale. Perelman distingue quarante arguments types dont, par exemple, *l'argument implicite* qui a l'avantage de placer naturellement l'orateur en accord avec son auditoire et de permettre à ce dernier de tirer lui-même la bonne conclusion, ou encore *l'argument par les conséquences* dont l'accumulation des « donc » apporte au discours une logique qui semble imparable.

2- Connaître son auditoire

Une argumentation déconnectée de la connaissance précise de l'auditoire à laquelle elle s'adresse ne saurait atteindre son objectif. Les notions de valeurs partagées par le groupe d'individus à qui l'orateur s'adresse sont ici essentielles. Les 10 valeurs élaborées par S. Schartz peuvent être intégrées avec profit dans le processus d'élaboration d'une argumentation efficace. Ces valeurs comme le pouvoir, la bienveillance ou la tradition, sont des notions abstraites mais qui prises ensembles, permettent de caractériser précisément le système de culture et de pensée du groupe considéré.

3- Quel processus méthodologique ?

Types d'arguments et valeurs de l'auditoire permettent de construire un processus méthodologique modélisé mathématiquement. L'intérêt du modèle mathématique va être de produire une quantité importante d'arguments, dont certains auxquels l'opérateur n'aurait sans doute même pas pensé, et de leur appliquer automatiquement un double filtrage. Ce filtrage a pour but, dans un premier temps, d'éliminer les arguments susceptibles de choquer l'auditoire, puis d'écartier ceux qui ne concourent pas à la réalisation de l'objectif fixé. A partir de cette liste finale, la construction de l'argumentaire s'impose d'elle même.

Commentaire du rédacteur

Le titre de la conférence peut surprendre : à aucun moment, en effet, les conférenciers ne reviennent sur la difficulté de convaincre dans ce « monde pluriel de tensions et de désinformation » ainsi nommé. Il a été plutôt question pour les conférenciers de présenter l'état de leurs travaux concernant la mise au point d'un modèle mathématique d'aide à la construction d'argumentaire.

Ce travail, considérable, ne pouvait en aucun cas être présenté intégralement au cours d'une conférence d'une heure trente. C'est pourtant ce que se sont ingéniés à faire les conférenciers à grands renforts de diapositives PowerPoint, de tableaux complexes et de liens hypertextes. Il est tout de même savoureux de réaliser un exposé sur l'art de convaincre tout en s'affranchissant de son auditoire comme du temps dont on dispose, et en laissant au final, un sentiment de confusion et d'incompréhension.

Cette conférence, en l'état, n'apporte rien à l'étude si ce n'est qu'elle donne envie de lire les 37 stratagèmes de Schopenhauer pour avoir enfin une vision claire sur un sujet qui s'annonçait pourtant passionnant.