

Zététique & autodéfense intellectuelle

Cours

Manipulation, engagement et dérives sectaires

R. Monvoisin



- ❑ Notions : jeu de Shubik et dilemme du prisonnier
- ❑ L'emprise sectaire et ses mythes
- ❑ 12 techniques de manipulation
- ❑ Théorie de la dissonance cognitive
- ❑ Théorie de l'engagement
- ❑ Soumission à l'autorité

Jeu de Shubik (1971)

Moyenne des enchères en laboratoire : 3,40 \$

3 phases critiques :

-Le début

-Les 50 centimes

-L'euro

Ref : *Les aléas de la raison*, de Laszlo Merö



Dilemme du prisonnier

2 prisonniers complices dans des cellules séparées, ne peuvent communiquer.

- si un des 2 dénonce l'autre → liberté / l'autre prend 10 ans
- si les 2 se dénoncent mutuellement, condamnés à une peine plus légère (5 ans) ;
- si les 2 refusent de dénoncer, la peine sera minimale (6 mois), faute d'éléments au dossier.

Pour qu'il y ait dilemme, la tentation T (je le dénonce, il se tait) doit payer plus que la coopération R (on se tait tous les deux) , qui doit rapporter plus que la punition pour égoïsme P (je le dénonce, il me dénonce), qui doit être plus valorisante que la duperie S (je me tais, il me dénonce).

$T > R > P > S$ (ici : $0 > -0,5 > -5 > -10$)

1 \ 2	Se tait	Dénonce
Se tait	$(-1/2; -1/2)$	$(-10; 0)$
Dénonce	$(0; -10)$	$(-5; -5)$

Exemples :

- **politique tarifaire** (exemple des stations essence)
- **couple** : chacun ayant eu une « aventure » secrète. Les 2 voudraient pouvoir avouer leur aventure et se réconcilier (coopération). Mais chacun craint le mépris de l'autre s'il est le seul à avoir fauté, et préfère l'état de conflit.
- **éthologie** : compétition et « altruisme » évolutionniste, l'optimisation de la survie peut passer par un comportement de compétition ou de coopération



Ref : *Les aléas de la raison*, de Laszlo Merö

De la manipulation des âmes

Comment peut-on amener un individu à agir ou à penser d'une manière qui ne serait pas la sienne spontanément ?



Documentaire Sectes tueuses OTS, Koresh, Aum, Jones

Idées reçues

Moins de sectes pyramidales

Pas besoin d'être spécialement vulnérable

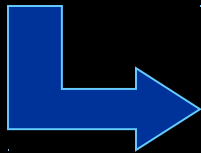
Pas de méthode connue pour s'en extraire

Accroches différentes

Les 12 techniques de base

1. Stratégie du ***pied dans la porte***

Principe : demander de réaliser un comportement préparatoire (facile et peu coûteux)

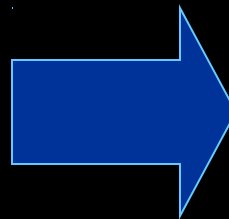


Puis demander de réaliser un comportement + coûteux

Tendre un tract à
quelqu'un



**Lui faire signer
une pétition**

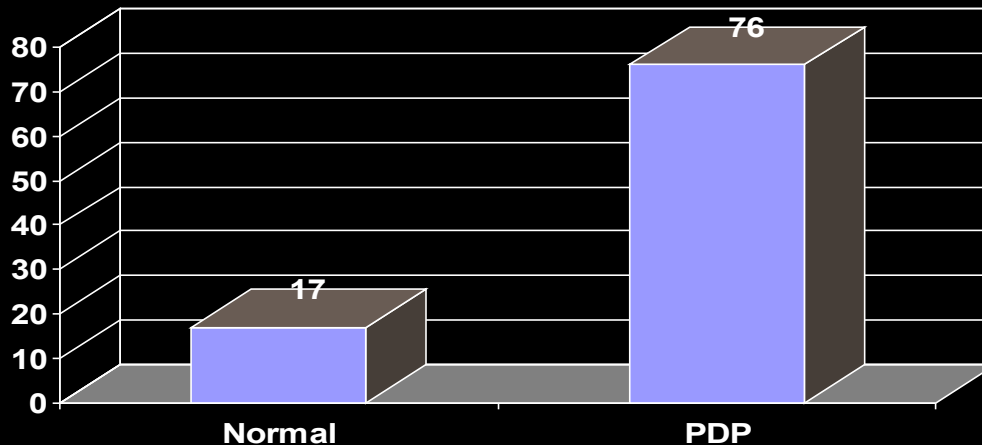


**Lui faire faire
un don**

1. Stratégie du ***pied dans la porte***

Mis en évidence par Freedman & Fraser (1966).

Ex : on propose à des femmes au foyer



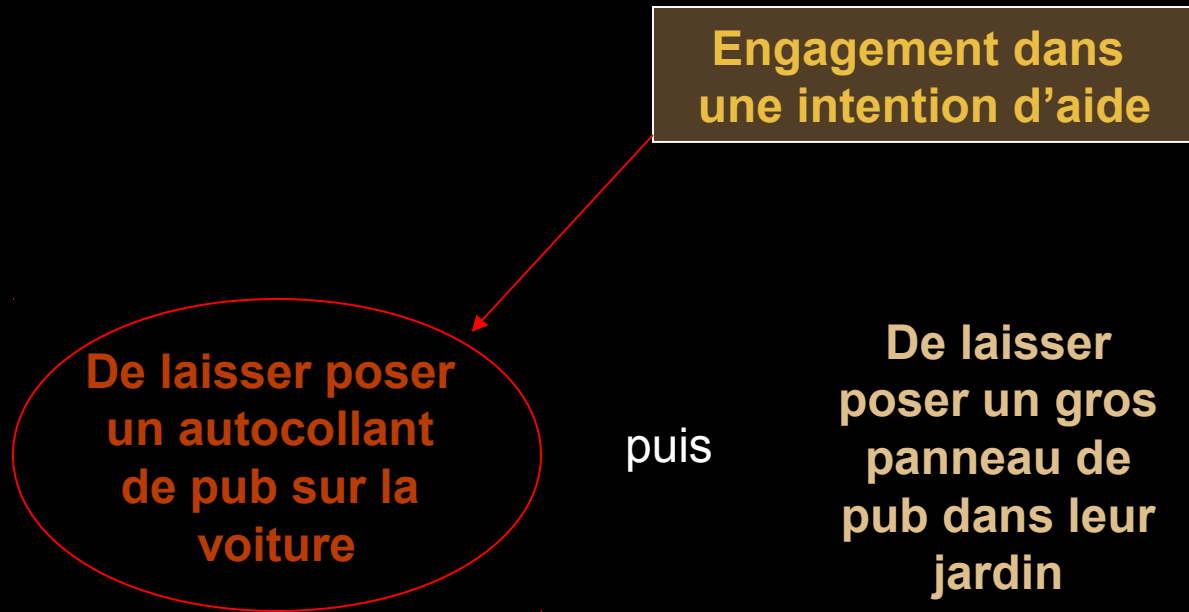
De laisser poser
un gros panneau
de pub dans leur
jardin

De laisser poser
un autocollant
de pub sur la
voiture

puis

De laisser
poser un gros
panneau de
pub dans leur
jardin

1. Stratégie du ***pied dans la porte***



2 - Technique du *MVELD* mais vous êtes libre de...

Guéguen & Pascual (2000) : un inconnu, vingt ans, vous aborde dans la rue

« Excusez-moi,
auriez-vous un peu
de monnaie pour
prendre le bus ? »

50

Excusez-moi, auriez-vous un peu de monnaie pour prendre le bus ? »

puis

« mais vous
êtes libre
d'accepter
ou de
refuser »



Sentiment de liberté = élément
de manipulation principal !

Voir conf de J-L.Beauvois, sur
zetetique.fr

3 - Technique d'**amorçage**...

Principe : obtenir une décision en cachant des éléments

→ plupart des gens n'osent pas revenir sur leur décision

Déroulement-type :

Amener la personne à décider de réaliser un comportement dont le coût réel est caché

Décision prise → compléter l'information
(qui rend la décision moins attrayante)

Option : dire qu'elle peut revenir sur sa décision
(*Mais vous êtes libre de..*)

Amorçage : la personne tend à maintenir sa décision en dépit des dernières informations.

Exemple 1 :

remplacer un camarade dans une séance le lundi suivant.
Une fois que vous avez accepté, il vous révèle que la
séance a lieu à 6 heures du matin dans des locaux qui se
trouvent à 80 km



Exemple 2 : l'auto-stoppeuse qui a 3
potes et un chien cachés

Remarque :

Plus on laisse le sujet libre de son choix, plus la technique est efficace.

4 - Technique de ***pied dans la bouche...***

Principe : introduction d'un élément empathique placé avant la formulation de la requête

Technique pour faire acheter des cookies (D. Howard)

Contrôle : par téléphone.

« Bonjour Madame, je me permets de vous téléphoner car je travaille pour le Comité contre la faim et pour aider l'association, ... ».

→ **18%** s'engagent à recevoir la visite et acheter

Pied-dans-la-bouche :

*« Bonjour Madame, **comment allez-vous aujourd'hui ? (...)**
Je suis heureux que vous alliez bien, je me permets de vous téléphoner ».*

→ **32%** s'engagent à recevoir la visite et acheter

Pied-dans-la-bouche :

→ 108/120 déclarent aller bien

→ **32%** des personnes acceptent d'acheter

+ **souci de cohérence** : le jour de la venue du vendeur, 99%
achètent les gâteaux

Théorie tactique : quelqu'un qui vient de dire qu'il va bien,
(même par convenance) ose difficilement se montrer avare,
compte tenu du privilège dont il bénéficie selon son propre aveu



cette méthode ne doit rien à la simple politesse

« *j'espère que vous allez bien* » 15%

« *comment allez-vous ?* » 32%

5 - Technique du **leurre**

comment faire acheter à quelqu'un ce qu'il ne veut pas ?

1) Offrir un avantage en vitrine

2) Une fois entré, l'offre n'existe plus, mais le vendeur vous propose autre chose

-> l'acheteur se satisfait d'un mauvais choix !

Exemple : chaussures en promo.

L'acheteur va préférer prendre cet article plus onéreux que de rentrer frustré chez lui les mains vides.

Remarque : la technique du leurre est très utilisée dans le secteur commercial. La loi l'interdit en France.

6 - Technique de ***Crainte puis soulagement...***

Principe : faire peur à sa cible, puis la rassurer

Peur induite

→ effet de soulagement

→ favorise l'acceptation de requêtes ultérieures

Application : Dolinsky et Newrat (1990).

Automobilistes stationnant sur parking non autorisé :
placer sur le pare-brise une feuille taille / couleur d'un
P.V.

Cas 1 : il s'agissait bien d'un P.V.

Cas 2 : d'une publicité

L'expé caché non loin de là attendait que la
personne prenne connaissance du papier puis lui
demandait :

*« Bonjour, je suis étudiante à l'université, voudriez-
vous remplir un questionnaire pour moi ? Cela ne
prendra que 15 minutes ».*

Résultats :

Contrôle:

pas de papier sur le pare-brise / demande de participer à l'enquête

-> **32%** des personnes participent

Condition peur :

P.V. sur le pare-brise / demandait de participer à l'enquête

-> **8%** des personnes participent

Condition crainte-puis-soulagement :

non pas PV mais pub / demande de participer à l'enquête.

-> **62%** des personnes participent à l'enquête.

***Note : cette technique particulièrement efficace
est très souvent utilisée en politique.***

6 - Technique de ***Crainte puis soulagement...***

Exemples persos :

- le logo de François B
- le week-end dans la belle-famille
- les politiques sécuritaires

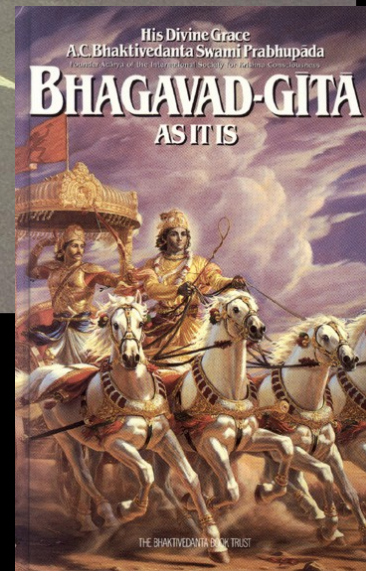
7 - Technique de **don / contre-don, ou réciprocité**

Règle de réciprocité : tendance naturelle à s'efforcer de payer les avantages reçus d'autrui.

→ Si on nous rend service, nous nous sentons *plus ou moins obligés*

Exemples : cadeaux d'anniv, carte de vœux, café, etc.

Technique : vous voulez vendre des tickets de tombola à quelqu'un ?
Offrez-lui d'abord un « petit » cadeau, une « mouche »



Stratégie des adeptes de Krishna : avant de solliciter quelqu'un (si possible dans un lieu à fort passage), lui offrir une « mouche » (un livre, en général, la Bhagavad Gita)

SOLDES

Dernière démarque

expédition
48H

SOLDES

DERNIERS JOURS, DERNIÈRES REMISES
UN MILLIER D'ARTICLES
À MOINS DE 30 EUROS

EXPÉDITION EN 48H*

> accédez aux soldes

* La mise en expédition sous 48 heures ouvrées est garantie pour les commandes comprenant exclusivement des articles avec la mention "Expédié en 48h".

Technique de vente de Cialdini

9. ***Le geste faussement gratuit***

Technique du pourboire

Technique porte-à-porte

10. *Le toucher*

Goldman, Kiyohara et Pfannensteil (1985)

Kansas City : étudiants qui bossent à la BU

1ère phase : un xp les arrête dans le hall : « *Où est le bâtiment des sciences ?* ». 1 fois sur 2, l'xp touchait les étudiants. 100% donnent l'info

2ème phase : 2ème xp entre. « *Bonjour, je suis en train d'établir une liste de personnes qui serait d'accord pour donner 2h de leur temps le mois prochain pour une permanence téléphonique auprès d'enfants handicapés. Seriez-vous d'accord ?* »

Pour éviter de biaiser les résultats : le 2ème xp n'a aucune idée de qui a été préalablement soumis à la technique de manipulation par le toucher ; il se contente de formuler sa requête et de noter qui accepte et qui refuse sa demande.)

Résultats :

5 % des personnes *non touchées de façon préalable* acceptent la requête très coûteuse

40 % des personnes *préalablement touchées* acceptent la requête très coûteuse

11. *L'élitisme / étiquetage*



**Extrait Ordre du
Temple Solaire**

12. *Le love bombing*

Extrait « Sectes tueuses »

Cadre théorique

Théorie de la *dissonance cognitive* (DC)

Escalade d'engagement

État agentique et soumissions à l'autorité

Théorie de la *dissonance cognitive* (DC)

Léon Festinger (1957)

DC = "*un état de tension désagréable du à la présence simultanée de deux cognitions (idées, opinions, comportements) psychologiquement inconsistantes*".

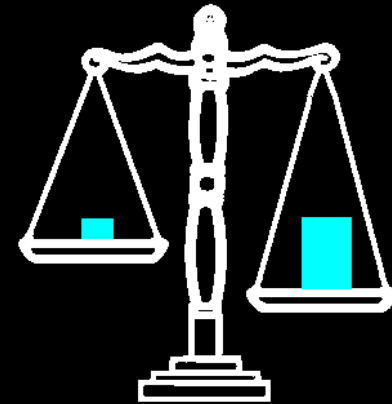
-> dissonance = désaccord entre 2 éléments de connaissance, 2 opinions ou 2 croyances

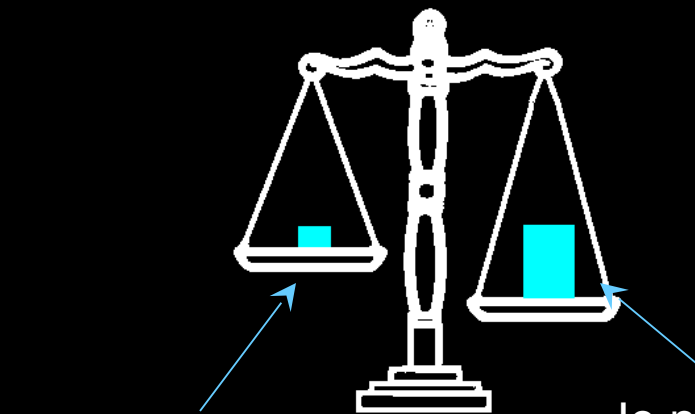
Cognition = « *toute connaissance, opinion, croyance, relatives au milieu, à soi-même ou à sa propre conduite* »

**Cognitions
consonantes**



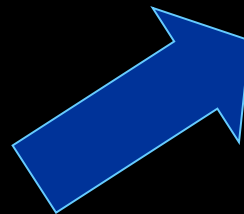
**Cognitions
dissonantes**





Je dois rentrer

Je ne veux
pas conduire
bourré



Je dois rentrer

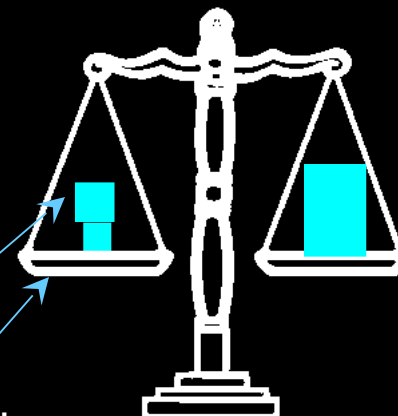


Je ne veux
pas conduire
bourré, mais
je n'ai pas
tant bu que
ça



Je dois rentrer

De toute façon je connais
bien la route



Théorie de l'engagement...

Besoin de paraître cohérents dans notre comportement

Tendance à réagir de façon à justifier nos décisions antérieures

- Cinéma / Bus / Stop
- Choix thérapeutiques
- Choix d'études

Engagement par :

- le temps
- l'argent
- la parole donnée
- les rituels
- l'envie de paraître / l'image



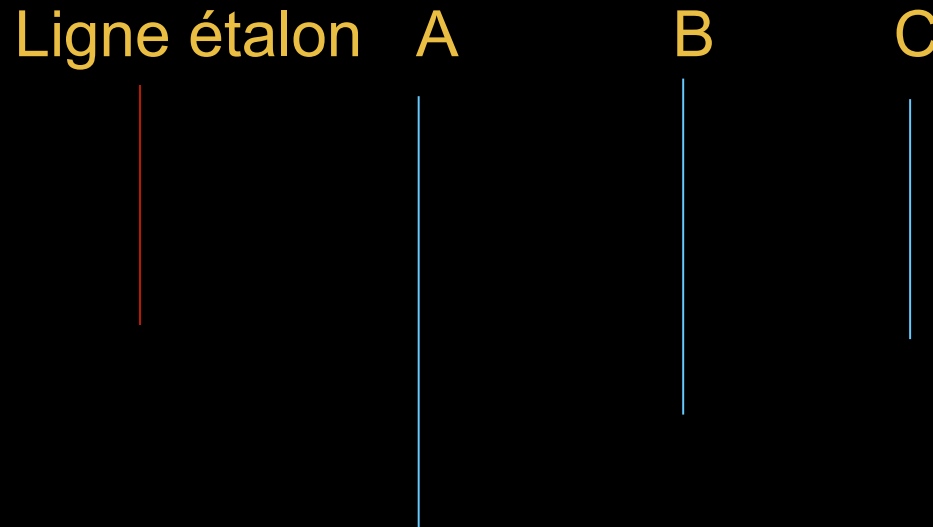
ATTENTION : piège abscons, et décisions absurdes

Soumissions à l'autorité

L'expérience de Asch
L'expérience de Stanford
L'expérience de Milgram

Asch et le *conformisme*

S. Asch
(1951)



Test de vision pour 17-25 ans - Chacun des 7 sujets répond à tour de rôle à haute voix. Sujet « naïf » placé en avant-dernière position.

-> « tyrannie de la majorité » **33% des sujets « naïfs » donnent une réponse conforme à celle de la majorité.**

Vidéo Josselin Bombardier, Robin Pichon, Yann Sousseau, déc 2012

Le conformisme : 2 types d'influence

- le groupe a raison contre l'individu
- + coûteux de subir la désapprobation du groupe que de se conformer

Note : en général, le testé incrimine sa « piètre vue »

→ DC.

L'expérience de Stanford (1971)



P. Zimbardo



Das Experiment, O.
Hirschbiegel (2001)



L'expérience de Milgram (1963)

Extrait de *I comme Icare* – Henri Verneuil (1979)



Conclusion

- ❑ **Pas besoin d'être bête pour être manipulé**
- ❑ **Le plus grand danger est de se croire libre**
- ❑ **Selon la situation de soumission, nous pourrions potentiellement commettre des actes odieux**



- Faisons bon usage de ces connaissances -