

ETC
Zététique
& autodéfense intellectuelle

2017

Cours N°6



Richard Monvoisin
Contact : Monvoisin+Z@cortecs.org

Cours

Mardi 14 mars Z&ADI N°7 – ***Médecines dites alternatives***

Mardi 21 mars Z&ADI N°8 – ***Sexes, genres & autodéfense intellectuelle***

Mardi 28 mars ***pas cours***

Mardi 4 avril Z&ADI N°9 – ***Théorie de l'évolution & autodéfense intellectuelle***

Mardi 11 avril Z&ADI N°10 – ***Critique des médias***

Mardi 18 avril ***vacances***

Mardi 25 avril Z&ADI N°11 – ***Histoire, pseudo-histoire***

Mardi 2 mai Z&ADI N°12 – ***Philo morale + rendu des dossiers***

Ce cours est dédié à



George R. Price (1922-1975)

Influence, manipulation mentale, dérives sectaires, soumissions à l'autorité

- ❑ Un peu de théorie des jeux
- ❑ L'emprise sectaire, aspects et mythes
- ❑ Soumission librement consentie : quelques techniques de manipulation
- ❑ Quelques éléments théoriques
 - ✓ Théorie de la dissonance cognitive
 - ✓ Théorie de l'engagement
 - ✓ Soumissions à l'autorité

Jeu de Shubik (1971)

5 règles

- ☐ Je commence à 10 centimes
- ☐ On ne peut pas monter de + de 10c à la fois
- ☐ La plus haute enchère remporte l'euro
- ☐ L'avant-dernière enchère me paye quand même
- ☐ Vous me payez à la fin !

Jeu de Shubik (1971)

Moyenne des enchères en laboratoire : pour 1 \$ → **3,40 \$**

3 phases critiques :

- le début
- les 50 centimes
- l'euro

J'ai provoqué un ***piège abscons***

Ref : *Les aléas de la raison*, de Laszlo Merö (2000)

Martin Shubik, 1971, « The dollar auction game: A paradox in non-cooperative behavior and escalation », *Journal of Conflict Resolution*, 15 (109-111)

Théorie des jeux

Années 1920, Ernst Zermelo, Émile Borel et John von Neumann

Puis *Theory of Games and Economic Behavior*, d'Oskar Morgenstern et John von Neumann (1944)

Exemple : dilemme du prisonnier, de Tucker

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

- si un des 2 dénonce l'autre → liberté / l'autre prend « cher » (par ex. 5 ans)
- si les 2 avouent, condamnés à une peine plus légère (ex. 3 ans) ;
- si les 2 refusent de dénoncer, la peine sera minimale (ex. 1 an), faute d'éléments au dossier.

Dilemme du prisonnier			
		Avoue	Nie
	Avoue	3 ans de prison chacun	1er individu : 5 ans 2ème individu : libre
	Nie	1er individu : libre 2ème individu : 5 ans	1 an de prison chacun

Lorsque chacun poursuit son intérêt individuel, le résultat obtenu n'est pas optimal

Autres exemples :

- **politique tarifaire** (exemple des stations essence)
- **Armement** : Considérons deux pays rivaux. Chacun peut choisir de maintenir ou non une armée.

Si tous deux ont une armée (de force à peu près équivalente), la guerre est moins « tentante », car très coûteuse (bon exemple : la guerre froide). Les dépenses militaires sont alors une perte nette pour les 2 pays.

Si un seul a une armée, il peut évidemment conquérir sans coup férir l'autre, ce qui est pire.

Enfin, si aucun n'a d'armée, la paix règne et les pays n'ont pas de dépense militaire.

La situation de coopération permettant à chacun de ne pas avoir d'armée est évidemment préférable à la situation où les deux pays entretiennent une, mais elle est instable : chacun des deux pays a une forte incitation à se doter unilatéralement d'une armée pour dominer l'autre

Autres exemples :

- **Biens publics / Wikipedia** : tout le monde veut en bénéficier, tout en voulant les faire financer par les autres

Pb du « passager clandestin » ou *free rider problem* de Olson (Olson, *Logique de l'action collective*, 1965)

Exemple du syndicalisme : si vous êtes tous bénéficiaires des avantages obtenus par le syndicat, certains d'entre vous peuvent estimer qu'il n'y a pas d'intérêt apparent à s'affilier et à cotiser, puisqu'il suffit - sans s'engager ni payer - d'attendre les bénéfices résultant des actions que pourra mener le syndicat

Autres exemples :

- **éthologie** : compétition et coopération intra/inter-espèces



Héron garde-bœufs (*Bubulcus ibis*), oiseaux échassiers, de la famille des ardéidés

- **couple** : chaque partie a eu une histoire extra-conjugale. Faut-il le raconter ?

Compléments :

Dilemme itératif du prisonnier, répété plusieurs fois : le jeu se répète, et les participants gardent en mémoire les précédentes rencontres.

2 personnes échangent des sacs, censés contenir respectivement de l'argent et un bien. Chacun a un intérêt immédiat à passer un sac vide, mais il est plus avantageux pour les 2 que la transaction ait lieu.

Quand on répète ce jeu durablement dans une population, les joueurs qui adoptent une stratégie intéressée y perdent au long terme, alors que les joueurs apparemment plus désintéressés voient leur « altruisme » finalement récompensé.

→ explication de l'apparition d'un comportement altruiste dans un contexte d'évolution darwinienne par sélection naturelle

(Robert Axelrod, *L'Évolution de la coopération*, 1984)

Stratégie donnant/donnant (*Tit for tat*) de Rapoport
Exemple : stratégie *Vivre et laisser vivre*, dans les tranchées de 14 (voir l'historien Tony Ashworth, et Axelrod, *Comment réussir dans un monde égoïste*)

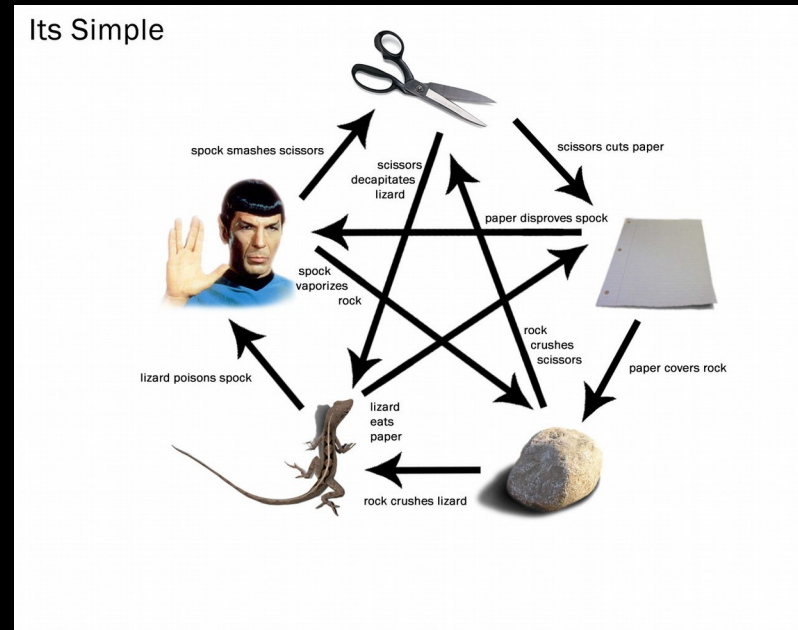
Mieux encore : donnant/donnant avec pardon

Autres matrices de jeu

Chifoumi (1ère mention : *Wuzazu*, de Xiè Zhàozhì, vers 1630)

Chifoumi amélioré de Sam Kass et Karen Bryla

Extrait *The big bang theory*





Autres matrices de jeu

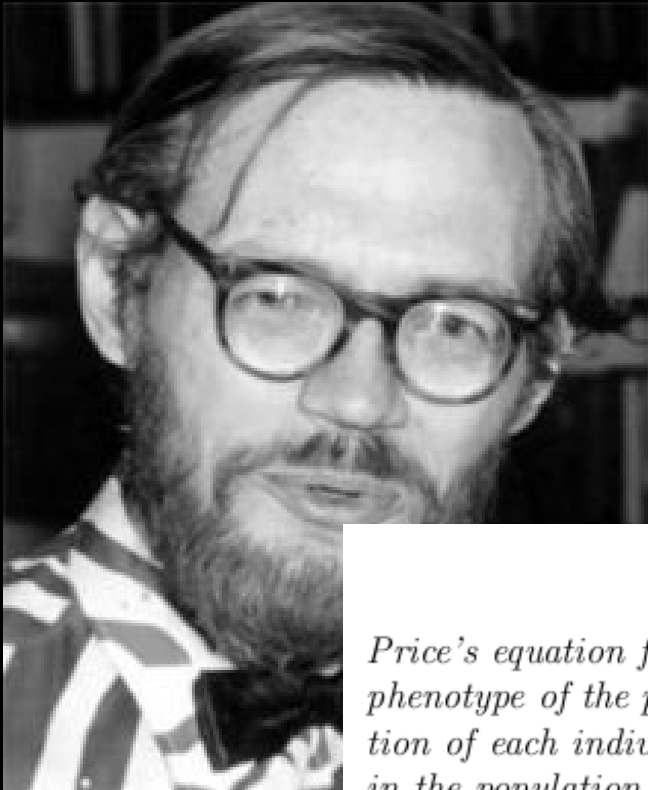
jeu de la poule mouillée, dans *La fureur de vivre* (Rebel Without a Cause) de Nicholas Ray (1955)



Deux voitures se lancent l'une vers l'autre, prêtes à se rentrer dedans. Chaque joueur peut dévier et éviter la catastrophe (coopération) ou garder le cap au risque de la collision (défection)

Comme dans dilemme prisonnier : est avantageux de trahir lorsque l'autre coopère. Mais différence : il est avantageux de coopérer si l'autre trahit (la défection double est la pire des solutions - collision)

Application de la théorie des jeux à la génétique évolutive : Lewontin (1961) et surtout Maynard-Smith et Price autour du concept de *stratégie évolutivement stable*



George R. Price (1922-1975)

$$\Delta \bar{\phi} = \frac{1}{\bar{w}} [\text{cov}(\phi, w) + \bar{\delta} \bar{w}]$$

Price's equation for evolutionary change. The change, over a generation, in the average phenotype of the population ($\Delta \bar{\phi}$, where Δ indicates change over a generation) is a function of each individual's phenotype (ϕ), each individual's fitness (w), the average fitness in the population ($\bar{w}$), and the difference between an individual's own phenotype and the average phenotype of its offspring (δ).

Équation de Price : permet de prédire la sélection de mécanismes de reconnaissance des membres d'un groupe

L'emprise sectaire, aspects et mythes

**En collaboration avec
Canal Vie**

L'emprise sectaire, aspects et mythes

Pas de définition juridique

A. Palisson : « *personne morale à but philosophique, spirituel ou religieux dont les organes ou les représentants commettent, pour son compte, des infractions pénales en tant qu'auteur ou complice* ».

Thèse de droit pénal, 2002 (en ligne)



L'emprise sectaire, aspects et mythes

À savoir

Critères de définition

- la déstabilisation mentale
- le caractère exorbitant des exigences financières
- la rupture avec l'environnement d'origine
- l'existence d'atteintes à l'intégrité physique
- l'embrigadement des enfants
- le discours antisocial
- les troubles à l'ordre public
- l'importance des démêlés judiciaires
- l'éventuel détournement des circuits économiques traditionnels
- les tentatives d'infiltration des pouvoirs publics

Un seul critère ne suffit pas pour établir l'existence d'une dérive sectaire et tous les critères n'ont pas la même valeur. Le premier critère (déstabilisation mentale) est toutefois toujours présent dans les cas de dérives sectaires.

L'emprise sectaire, aspects et mythes

À savoir

Différences dérives sectaires et religions ?

Pas de méthode infaillible pour s'en extraire ou en extraire quelqu'un

L'emprise sectaire, aspects et mythes

Idées reçues

Pas besoin d'être stupide pour tomber dedans

Pas besoin d'être spécialement suggestible

Portes d'entrée principales

Techniques « énergétiques » (Yoga, Qi qong, arts martiaux...)

Discours *New Age* (écologisme, syncrétisme religieux, *etc.*)

Thérapies alternatives et développement personnel

Soumission librement consentie : quelques techniques de manipulation

Différence entre influence et manipulation

Influencer : obtenir de qq'un un comportement qu'il aurait quand même consenti à faire volontiers

Manipuler : obtenir de qq'un un comportement qu'il n'aurait pas consenti à faire volontiers

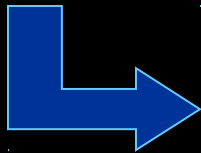
(Cialdini, *Influence et manipulation*)

Soumission librement consentie : quelques techniques de manipulation

Les méthodes à l'œuvre dans les dérives sectaires sont les mêmes que les techniques de tous les jours → apprenons à les détecter

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

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

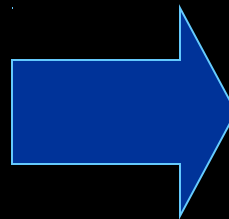


Puis demander de réaliser un comportement + coûteux

Tendre un tract à
quelqu'un



**Lui faire signer
une pétition**

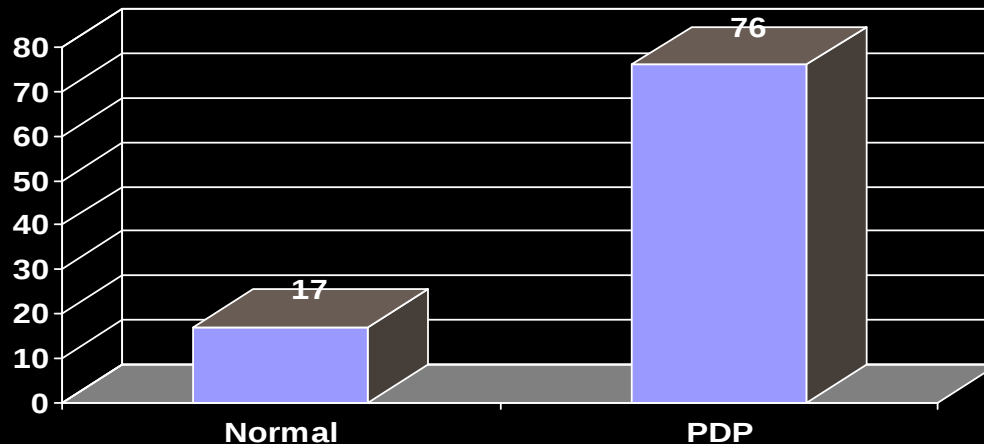


**Lui faire faire
un don**

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

Mis en évidence par Freedman & Fraser (1966).

Ex : on propose à des femmes au foyer

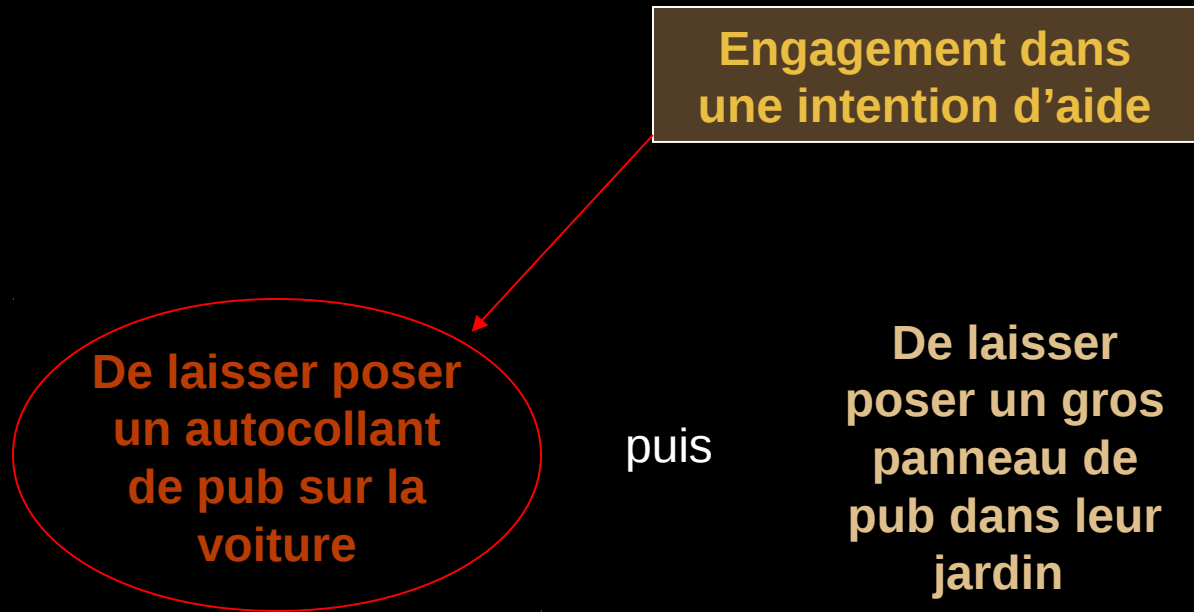


De laisser poser
un gros panneau
de pub dans leur
jardin

De laisser poser
un autocollant
de pub sur la
voiture puis

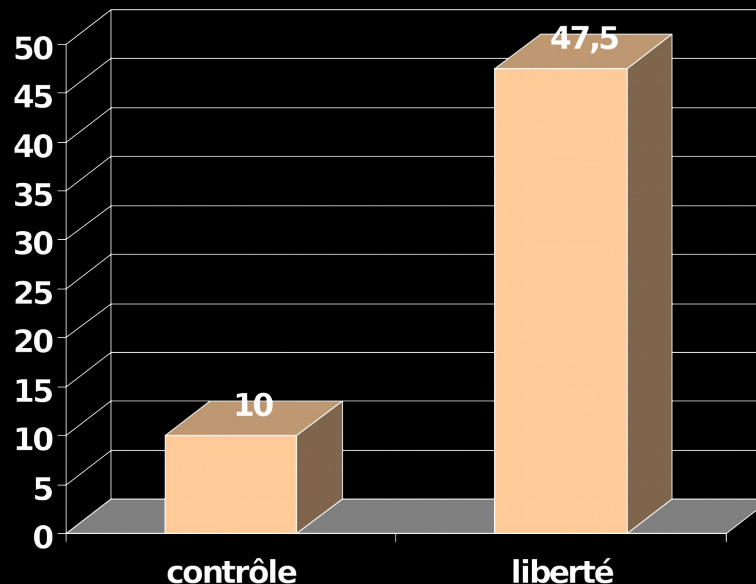
De laisser
poser un gros
panneau de
pub dans leur
jardin

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 ? »

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

puis

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



« Jouer sur le sentiment de liberté est l'élément de manipulation principal ». J-L. Beauvois

Voir J-L.Beauvois dans le cours, en 2007 ([lien](#))

3 - Technique d'**amorçage**...

Principe : obtenir une décision en cachant des éléments,
Puis miser sur le fait que la plupart des gens n'oseront
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..*)

Hey mon pote, tu me remplaces pour le TP de la semaine prochaine steup ?

- euh, ok si tu veux

- merci t'es un frère (*étiquetage*). Ah, j'ai oublié de te dire : c'est à Pont-de Chéruy, et le TP commence à 7 du mat...

...mais franchement vas-y, t'es libre de me dire non, te sens pas gêné hein je comprendrais...

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

Exemple vécu : l'auto-stoppeuse



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

108/120 répondent « bien »

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

+ **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 ?

Gueguen & Jacob (2006)*

- 1) Offrir un avantage en vitrine (-30%)
- 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 : Dolinski et Nawrat (1998).

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.***

7 - Technique de **Porte au nez**

Principe : formuler une requête trop importante pour qu'elle soit acceptée, puis au cours du même échange formuler une demande de moindre importance, qui porte sur un comportement attendu.

Exemples persos :

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

Le sentiment de culpabilité fonctionne d'autant mieux que la personne à manipuler se sent proche du locuteur et en conséquence ne veut pas perdre son amitié.

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

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

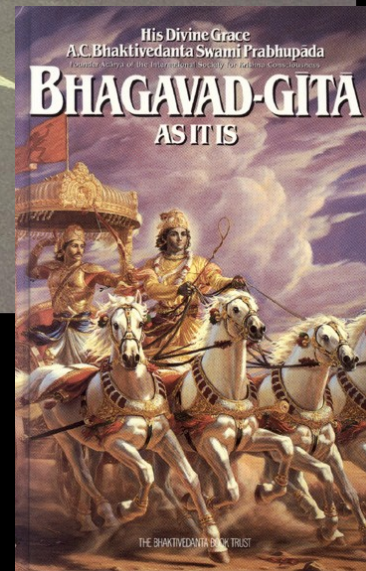
→ Si on nous rend service, nous nous sentons *plus ou moins obligés*

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)



9 - *La rareté / l'urgence*

The collage consists of four distinct promotional posters for 'Soldes' (Sales), each employing techniques of scarcity and urgency:

- Top Left:** A vibrant, comic-book style poster with the word 'SOLDES' in large, bold, white letters on a red and yellow background. Below it, the text 'LES SEULS, LES VRAIS !' is written. Various circular callouts list specific discounts: '-90% SUR LES GRANDES MARQUES PRÊT À PORTER', '-80% SUR LE SPORT D'HIVER', '-80% SUR LA SAISON FOC', '-60% SUR LES CHAUSURES', '-50% SUR LES BIJOUX', and '-60% SUR LES ACCESSOIRES'. The bottom of the poster features the 'Cdisco' logo and the name 'Frawee'.
- Top Right:** A poster with a repeating pattern of the word 'SOLDES' in the background. A prominent red diagonal banner reads 'dernière démarque'. Below this, the text 'jusqu'à Nouveaux produits' is visible. The bottom right corner features the text 'expédition 48H'.
- Bottom Left:** A poster for 'UP FACTORY' featuring a woman in a red dress holding a megaphone. The text 'Soldes' is at the top, followed by 'Vêtements & Accessoires en Pièces Uniques et Séries Limitées'. A large discount of '-75%' is prominently displayed, with 'JUSQU'À' above it and 'sur la Mode des Créateurs !' below it. An upward-pointing arrow is also present. At the bottom, icons represent 'Vêtements', 'Chaussures', 'Bijoux', and 'Accessoires'. The phrase 'Viite j'en profite !' is written in a stylized font.
- Bottom Right:** A poster with a collage of fashion items. The text 'SOLDES' is at the top, followed by 'DERNIERS JOURS, DERNIÈRES REMISES' and 'UN MILLIER D'ARTICLES À MOINS DE 30 EUROS'. Below this, it says 'EXPÉDITION EN 48H*'. A small link '> accéder aux soldes' is at the bottom. A fine print note at the very bottom states: '* 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

10. *L'élitisme / étiquetage*



Exemple dans *Les portes de la gloire*, de Christian Merret-Palmair (2001)



Autres techniques

Le geste faussement gratuit

La porte au nez

Le toucher

Le *Love bombing*

Le recours au « paranormal »

...



Quelques éléments théoriques primordiaux

1. Théorie de la *dissonance cognitive* (DC)
2. *Escalade d'engagement*
3. *État agentique et soumissions à l'autorité*

1. 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*".

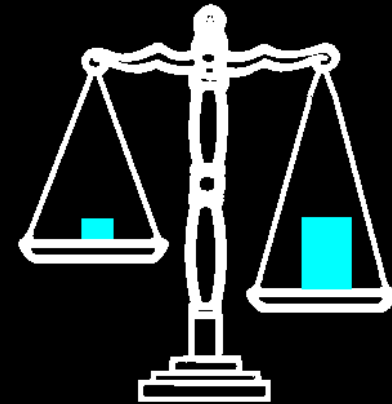
-> dissonance = désaccord entre 2 éléments de connaissance, 2 opinions ou 2 croyances

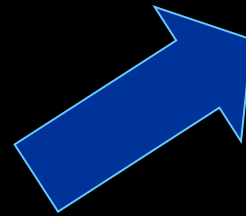
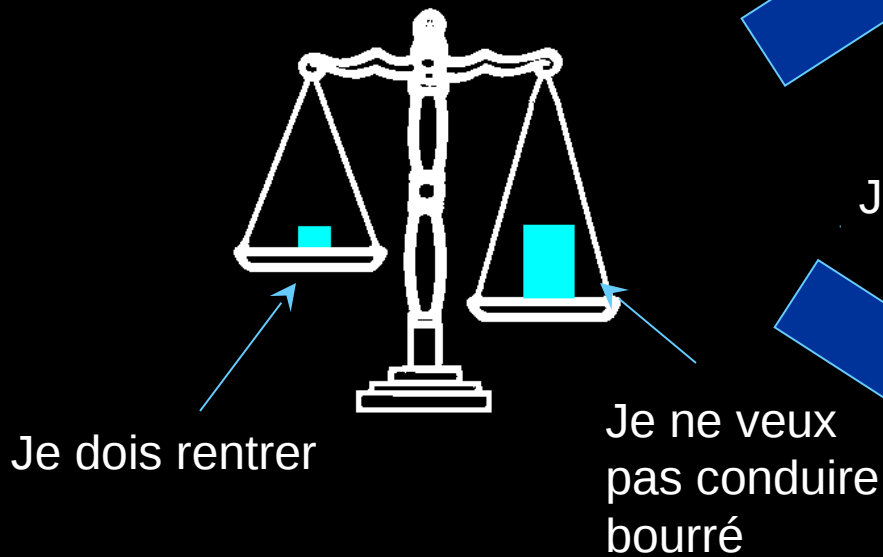
Cognition = « *toute connaissance, opinion, croyance, relatives au milieu, à soi-même ou à sa propre conduite* »

**Cognitions
consonantes**

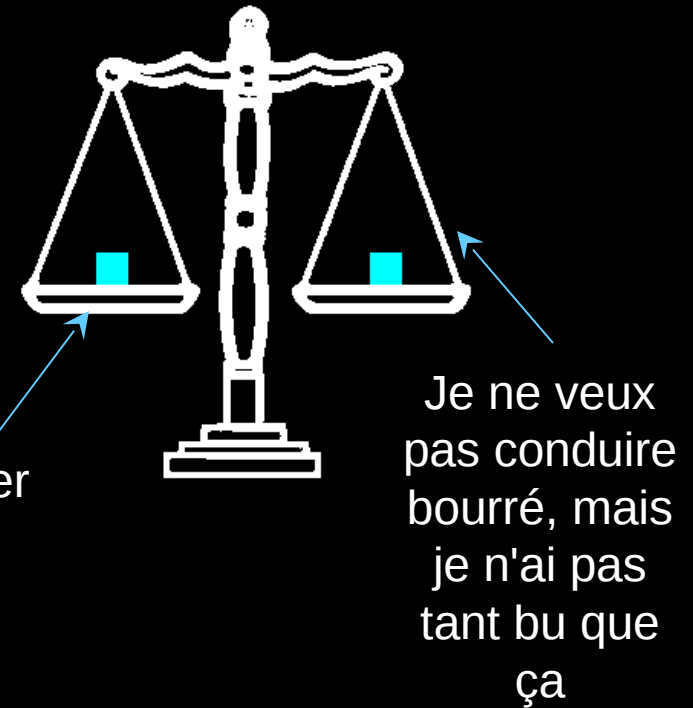


**Cognitions
dissonantes**



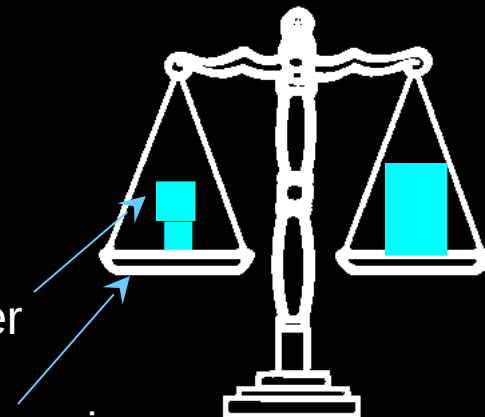


Je dois rentrer



Je dois rentrer

De toute façon je connais bien la route



Fable d'Esope, adaptée par Lafontaine (1668)



Certain Renard Gascon, d'autres disent Normand,
Mourant presque de faim, vit au haut d'une treille
Des raisins mûrs apparemment,
Et couverts d'une peau vermeille.
Le galant en eût fait volontiers un repas ;
Mais comme il n'y pouvait atteindre :
"Ils sont trop verts, dit-il, et bons pour des goujats. "
Fit-il pas mieux que de se plaindre ?

2. Escalade d'engagement...

Forme radicale de dissonance cognitive

C'est la situation qui va déterminer le comportement, et non pas les attitudes ou la personnalité des participants.

Les participants peuvent cependant rationaliser ou justifier ce comportement en l'attribuant à leurs opinions ou à leur volonté !

2. Escalade d'engagement...

Des étudiants devaient imaginer que, ayant dépensé 100 dollars pour un week-end de ski dans le Michigan et 50 dollars pour un autre, a priori plus prometteur, dans le Wisconsin, ils réalisaient avec stupeur que les deux réservations portaient sur la même date. Aucune possibilité de remboursement ou de report : les 150 dollars sont dépensés et un seul week-end peut être pris.

Le seul choix est donc :

- soit le « plus intéressant »
- soit le « plus cher »

54 % choisissent ce dernier. Pourtant il s'agissait bien de 2 solutions ayant le même coût (150 dollars)

Arkes et Blumer (1985)

On appelle ça le « rejet de la dépense gâchée »

2. Escalade d'engagement...

Besoin de paraître cohérent dans notre comportement

Tendance à réagir de façon à justifier nos décisions antérieures

Rejet de la « **dépense gâchée** »

Exemples : bus / stop / cinéma

2. Escalade d'engagement...

Contours d'un bon *piège abscons* :

- 1) j'ai décidé de m'engager dans un processus de dépense (en argent, en temps ou en énergie) pour atteindre un but donné.
- 2) Que j'en sois conscient ou non, l'atteinte du but n'est pas certaine.
- 3) La situation est telle que je peux avoir l'impression que chaque dépense me rapproche davantage du but.
- 4) Le processus se poursuit sauf si je décide activement de l'interrompre.
- 5) je n'a pas fixé au départ de limite à mes investissements.

2. Escalade d'engagement...

TOP 3 des pièges abscons
(selon moi)

Choix thérapeutiques

Relations amoureuses

Choix d'études

Engagement par :

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



3. État agentique et soumissions à l'autorité

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

Asch et le conformisme

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.

S. Asch
(1951)



Ligne étalon A



B



C



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

Josselin Bombardier, Robin Pichon, Yann Sousseau ont reproduit l'expé en zététique, 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

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

→ il résout sa dissonance

L'expérience de Stanford (1971)

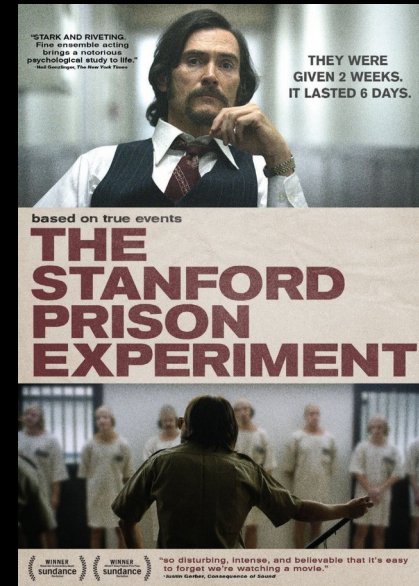


P. Zimbardo



Das Experiment, O. Hirschbiegel
(2001)

The Stanford prison experiment,
de K. Alvarez (2015)



Prisons d'Abou Grahیب, Irak, mars 2004



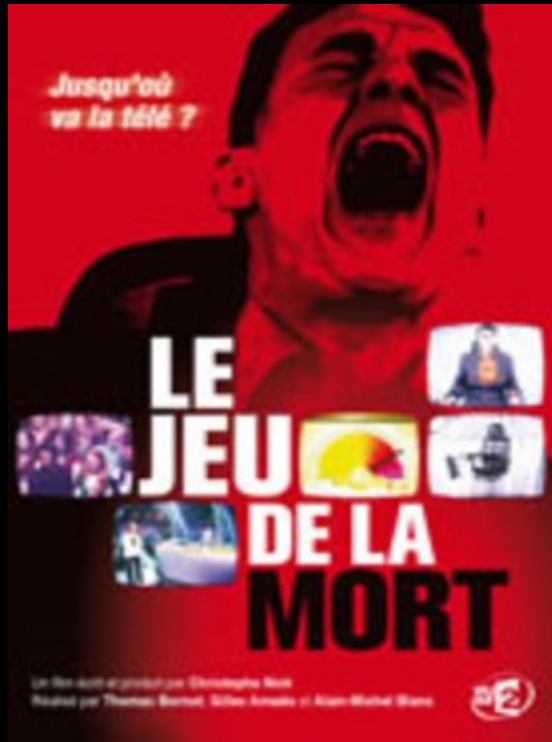
L'expérience de S. Milgram (1963)



L'expérience de Milgram (1963)



Experimenter - Michael Almereyda (2016)



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
- ❑ Ne nous soumettons pas à des autorités non négociées !!

