

FICHE DE LECTURE

Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens

REFERENCES DE L'OUVRAGE

Forme : Livre

Titre: Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens

Auteur(s) : Robert-Vincent JOULE et Jean-Léon BEAUVOIS

Editeurs: PUG (Presses universitaires de Grenoble), mars 2014

LES AUTEURS ET L'OUVRAGE

Robert-Vincent Joule (né en 1948), professeur des Universités et chercheur en Psychologie Sociale (il dirige le laboratoire de l'Université de Provence). Ses recherches portent principalement sur le changement des comportements et des mentalités. Auteurs de plusieurs ouvrages dont *La soumission librement consentie* et *Perspectives cognitives et conduites sociales*.

Jean-Léon Beauvois (né en 1943) a d'abord été chercheur en psychologie clinique puis s'est orienté vers la psychologie sociale à partir de 1994. Le 17 mars 2010, France 2 diffuse *Le jeu de la mort*, documentaire pour lequel J-L Beauvois a assuré la direction scientifique. Auteur de plusieurs ouvrages dont *Les influences sournoises. Précis de manipulations ordinaires* et *La soumission librement consentie*, avec R-V. Joule.

SOMMAIRE

Chapitre 1- Les pièges de la décision

Arrêtez le voleur-L'effet de gel, Un cas de management absurde-Il faut savoir dire stop, De l'enlèvement militaire au Viêt Nam à la facture du garagiste, De l'auto-manipulation à la manipulation.

Chapitre 2- L'amorçage

Une bonne affaire-Il faut savoir revenir sur une décision, L'avenir appartient à ceux qui se lèvent tôt, Un dimanche à la campagne, Le leurre

Chapitre 3- Un peu de théorie

La théorie de l'engagement, A propos du sentiment de liberté, Les effets de l'engagement, Des actes aux attitudes

Chapitre 4- Le pied-dans-la-porte

Les bonnes actions de Madame O., Ne tombez pas dans le panneau, Le pied-dans-la-porte classique (A votre bon coeur ; un bon pied-dans-la-porte), Le pied-dans-la-porte avec demande implicite

Chapitre 5- La porte-au-nez

De gentils accompagnateurs, Une bonne porte-au-nez, Un phénomène difficile à comprendre, Une bonne porte-au-nez ou un bon pied-dans-la-porte ?

Chapitre 6- Du pied-dans-la-bouche au pied-dans-la-mémoire : autres techniques de manipulation

Une matinée en ville, Le contexte de la requête (la technique du toucher, la technique du pied-dans-la-bouche, la technique de la crainte-puis-soulagement, la technique de l'étiquetage, Autres techniques de la mise en condition), La formulation de la requête (la technique du mais-vous-êtes-libre-de, la technique du un-peu-c'est-mieux-que-rien, la technique du ce-n'est-pas-tout, la technique du pied-dans-la-mémoire)

Chapitre 7- Vers des manipulations de plus en plus complexes

Les petits plats dans les grands : optimiser les grandes techniques de manipulation (Un toucher dans le pied-dans-la-porte, Un étiquetage dans le pied-dans-la-porte), Les grands plats dans les grands : articuler les grandes techniques de manipulation (il est facile d'arrêter de fumer : ne l'ai-je point déjà fait 5 ou 6 fois?)

Chapitre 8- La manipulation au quotidien- 1. Amis et marchands

Grandes et petites causes, De la science comme s'il en pleuvait (Portes-au-nez, Amorçages, Pied-dans-la-porte), La manipulation de la morale

Chapitre 9- La manipulation au quotidien- 2. Chefs et pédagogues

L'argent ne fait pas le bonheur (structures et cultures dans l'organisation, Chefs et animateurs bien entraînés, Mais qui sont ces enfants de chœurs?), Qui aime bien châtie bien (Des enfants librement consentants, Se soumettre ou se démettre, Ces enfants bien qui nous ressemblent)

Chapitre 10- De la manipulation interindividuelle à la manipulation de masse : le cas de marketing

Un dimanche soir ordinaire, Les influences inconscientes (le placement de marque ou de produit), L'inconscient cognitif (Le conditionnement évaluatif, La simple exposition, Des vessies pour des lanternes?)

SYNTHÈSE ANALYTIQUE

Formidable ouvrage basé sur de nombreux résultats de recherches scientifiques en psychologie sociale et traité sur un ton humoristique. Il est difficile de ne pas se retrouver dans les propos de cet ouvrage, tant du côté des « victimes » que des « manipulateurs ». Ainsi, au-delà d'une connaissance empirique des techniques exposées ici, ce livre permet de conscientiser les principales techniques de manipulation usées (usitées) dans nos sociétés. L'idée étant que dès lors qu'il y a une conscience de ces procédés alors, l'esprit critique nourrit, nous sommes moins à même d'en être victime et...plus à même de les utiliser de façon stratégique. Rassurons-nous, ce petit traité est à l'usage des honnêtes gens uniquement, donc à notre usage! La bienveillance collective aidant, ce livre devient un indispensable !

Un régal, qui fait partie des incontournables qui nourrissent mes pratiques d'enseignement et d'hypno-praticienne au service du développement de l'esprit critique...des gens que j'accompagne bien sûr. Vous avez fait l'effort de lire cette fiche, la lecture de ce livre s'impose donc sûrement. Mais bien-sûr, vous êtes libres de le lire ou pas;)

CITATIONS/EXTRAITS

- « Tout se passe comme si l'engagement dans un type de conduites identifiées (par exemple : des conduites militantes, des conduites de solidarité, mais aussi, hélas, des conduites de délinquances) débouchait sur un phénomène de persévération décisionnelle qui n'est pas sans rappeler les phénomènes de persévération observés dans les situations d'escalade d'engagement. » (Chapitre IV-Le pied-dans-la-porte ; Le pied-dans-la-porte classique. P102)

- « Nous avons dit précédemment que le pied-dans-la-porte était l'enfant chéri des manipulateurs, tant cette stratégie semble prendre le pas sur les autres dans la vie ordinaire. » (Chapitre VII- La manipulation au quotidien 1. Amis et marchandes. P217)

- « Epoustouflante, cette recherche de Courbet, Vanhuele et Lavigne (2008) qui montre que des effets avantageux pour des marques peuvent être observés même lorsque ces marques n'ont pas été clairement perçues et, *a fortiori*, mémorisées. » (Chapitre X- De la manipulation interindividuelle à la manipulation de masse : le cas du marketing. P268).

- « On peut donc comprendre que les publicistes tablent volontiers sur le phénomène de simple exposition : à force de voir un objet, on finit par le trouver plus beau ou plus utile, plus désirable. » (Chapitre X- De la manipulation interindividuelle à la manipulation de masse : le cas du marketing. P276).