

# PSYCHOLOGIE DE LA MANIPULATION

SOUS LA DIRECTION DE BENOÎT HEILBRUNN



**Maquette couverture et intérieur:** Isabelle Mouton.

**Crédit photo couverture:** ©Oskar/Adobe

**Crédits photos intérieur:** p.8 ©Svetazi/Adobe ; p.14 ©Ian Dagnall/Alamy (Attention fumer nuit gravement à la santé) ; p.30 ©Catherine Julia ; p.34 ©DR ; p.48 ©Godong/Getty ; p.56 ©Heritage Images/Hulton/Getty ; p.70 ©Independent Photo Agency Srl/Alamy ; p.80 ©José Miguel Hernández Hernández/Getty ; p.86 ©Thomas Barwick/Getty ; p.100 ©Fanatic Studio/Gary Waters/Getty ; p.116 ©Tim Robberts/Getty ; p.132 ©Heritage Images/Getty ; p.140 ©Catherine Julia ; p.144 ©Louis Monier/Gamma-Rapho/Getty ; p.156 ©Cemile Bingol ; p.174 ©Andrew Howe/Getty ; p.182 ©Duncan1890/Getty ; p.200 ©Ozkan Ozmen/Getty ; p.208 ©Peter Bajohr ; p.216 ©Stockbyte/Getty ; p.224 ©Daily Mirror Gulf Coverage/Getty ; p.235 ©Sturtti/Istockphoto ; p.246 ©Catherine Julia ; p.250 ©Gëzim Fazliu/Eyeem/Getty ; p.262 ©Eric Fougère/Corbis/Getty ; p.272 ©Dadophotos/Adobe ; p.282 ©Stéphane Grangier/Corbis/Getty ; p.292 MHJ ; p.312 Cemile Bingol ; p.320 Lmpc/Getty.

Retrouvez nos ouvrages sur

[www.scienceshumaines.com](http://www.scienceshumaines.com)

[www.editions.scienceshumaines.com](http://www.editions.scienceshumaines.com)

## **Diffusion/Distribution: Interforum**

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement, par photocopie ou tout autre moyen, le présent ouvrage sans autorisation de l'éditeur ou du Centre français du droit de copie.

© **Sciences Humaines Éditions, 2023**

38, rue Rantheaume

BP 256, 89004 Auxerre Cedex

Tel.: 03 86 72 07 00/Fax: 03 86 52 53 26

ISBN = 9782361067212

# PSYCHOLOGIE DE LA MANIPULATION

Sous la direction de Benoît HEILBRUNN





# Sommaire

---

<u>La main du diable ? <i>Benoît Heilbrunn</i></u>	<u>9</u>
<u>Manipulation, influence, consentement : de quoi parle-t-on ? <i>Benoît Heilbrunn</i></u>	<u>13</u>

## PREMIÈRE PARTIE

### Champs de la manipulation

<u>La manipulation est une science appliquée Entretien avec <i>David Colon</i></u>	<u>33</u>
<u>Le jeu de mains du marché, <i>Benoît Heilbrunn</i></u>	<u>47</u>
<u>Séduction, persuasion, manipulation : le pouvoir de la rhétorique, <i>Benoît Heilbrunn</i></u>	<u>55</u>
<u><i>Nudge</i>, la manipulation bienveillante <i>Rémy Sussan</i></u>	<u>69</u>
<u>Le <i>soft power</i> ou la manipulation par la séduction <i>Benoît Heilbrunn</i></u>	<u>79</u>
<u>L'entreprise et la manipulation du désir <i>Eugène Enriquez</i></u>	<u>85</u>
<u>Le monde de l'entreprise : un despotisme <i>soft</i> ? <i>Xavier De La Vega</i></u>	<u>99</u>
<u>Internet : maître des marionettes ? <i>Benoît Heilbrunn</i></u>	<u>115</u>
<u>La manipulation mentale, deux siècles de fantasmes <i>Jean-François Marmion</i></u>	<u>131</u>

## DEUXIÈME PARTIE

### Comment opère la manipulation ?

<u>« Pourquoi la manipulation n'existe pas » Entretien avec <i>Serge Moscovici</i></u>	<u>143</u>
<u>Comment opère la propagande ? <i>Benoît Heilbrunn</i></u>	<u>155</u>
<u>Quand la parole nous trompe, <i>Benoît Heilbrunn</i></u>	<u>173</u>

<u>Nous sommes tous des rhétoriciens</u> <u><i>Michel Meyer</i></u>	<u>181</u>
<u>Dominant-dominé, anatomie d'une relation</u> <u><i>Achille Weinberg</i></u>	<u>199</u>
<u>L'art de se manipuler tout seul, <i>Romina Rinaldi</i></u>	<u>207</u>
<u>Comment vendre un frigo à un Inuit, <i>Héloïse Junier</i></u>	<u>215</u>
<u>Quand les images fabriquent l'opinion</u> <u><i>Pascale Molinier</i></u>	<u>223</u>
<u>Manipulez qui vous aimez !</u> <u><i>Jean-François Marmion</i></u>	<u>233</u>

### **TROISIÈME PARTIE**

#### **Comment se protéger**

<u>La servitude volontaire et les illusions du libre arbitre</u> <u><i>Benoît Heilbrunn</i></u>	<u>249</u>
<u>Les pièges de l'empathie</u> <u>Entretien avec <i>Serge Tisseron</i></u>	<u>261</u>
<u>Démasquer les menteurs, <i>Claudie Bert</i></u>	<u>271</u>
<u>Aiguiser le sens critique, <i>Gérald Bronner</i></u>	<u>281</u>
<u>Pervers narcissiques : de purs manipulateurs ?</u> <u><i>Marc Olano</i></u>	<u>291</u>
<u>Un « jeu » pour sortir des impasses</u> <u><i>Stephen Karpman</i></u>	<u>305</u>
<u>Se soumettre... en toute liberté</u> <u><i>Robert-Vincent Joule</i> et <i>Jean-Léon Beauvois</i></u>	<u>311</u>
<u>Petit panorama des grandes techniques</u> <u>de manipulation, <i>Benoît Heilbrunn</i></u>	<u>319</u>

<u>Bibliographie</u>	<u>339</u>
----------------------	------------







# LA MAIN DU DIABLE

---

La manipulation a mauvaise presse. Elle nous choque parce qu'elle insinue le sentiment que nous ne serions plus maîtres aux commandes de nos pensées, de nos comportements, de nos vies. Comme le dit si justement Philippe Breton, « la manipulation consiste à “entrer par effraction” dans l'esprit de quelqu'un pour y déposer une opinion ou provoquer un comportement sans que ce quelqu'un sache qu'il y a eu effraction. »

Étymologiquement pourtant, cette notion n'a rien de péjoratif. Elle renvoie à une histoire de main. C'est le geste du kinésithérapeute qui soulage ou prévient la douleur. C'est la technique du chimiste qui manipule des substances dans son laboratoire et fait progresser la science. C'est encore la dextérité du prestidigitateur qui soustrait un objet au regard du spectateur, avant de le faire réapparaître. Cette part magique entre d'ailleurs dans nos représentations métaphoriques du terme : la manipulation mentale nous transformerait,

comme une force occulte, en pions qu'une main invisible pourrait déplacer à loisir.

L'espèce humaine a l'esprit crédule : elle aime croire aux promesses, comme on croit aux prouesses du magicien. C'est la raison pour laquelle la manipulation prospère. Elle modèle les relations humaines et sociales, au même titre que la séduction, la persuasion ou l'argumentation. Elle se substitue parfois à la violence pour nous inciter en douceur à acheter une crème, travailler davantage, voter pour tel ou tel candidat... De la bienveillance affichée du *nudge* au lavage de cerveaux qui a toujours été l'arme favorite des systèmes totalitaires, le spectre est large. Le chantage d'un enfant qui refuse d'aller se coucher est-il de la manipulation au même titre que la propagande politique ou que le traçage marketing ? Où commence la manipulation ? À qui profite-t-elle ? Est-elle nécessairement immorale ? Forcément diabolique ? Telles sont les interrogations auxquelles des spécialistes sont, dans ce livre, invités à répondre.

Benoît Heilbrunn



# MANIPULATION, INFLUENCE, CONSENTEMENT : DE QUOI PARLE-T-ON ?

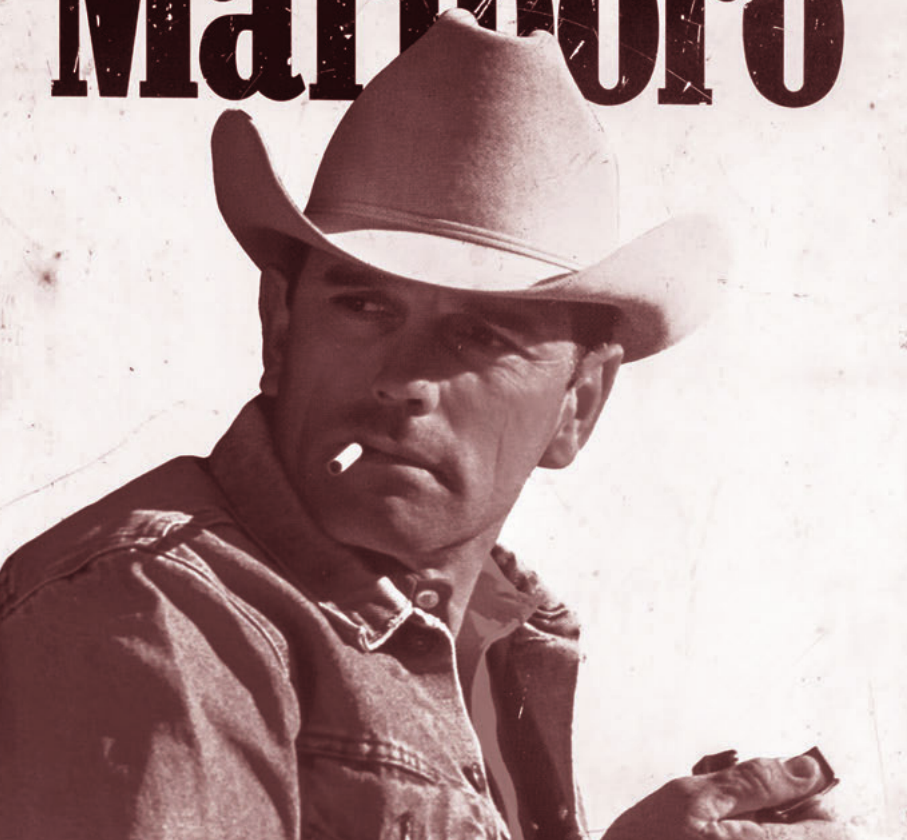
---

Benoît Heilbrunn

---

Professeur de marketing  
à l'ESCP Business School.

**Marlboro**



**Q**u'il s'agisse d'un ado qui prétend un coup de blues pour ne pas débarrasser la table, de votre patron qui vous couvre d'éloge tout en vous octroyant une charge de travail supplémentaire ou du candidat politique qui travestit l'histoire de France pour mieux pimenter son discours, la manipulation est omniprésente dans notre vie quotidienne. En politique, au travail, dans la pub, en famille, son champ semble s'étendre à l'infini, et la frontière semble bien poreuse entre la manipulation – qui a mauvaise presse – et la persuasion – parée de toutes les vertus. Si un chirurgien dit par exemple à un patient que l'opération médicale qu'il lui propose a 90 % de chances de réussir, cela n'a évidemment pas le même impact que s'il lui dit qu'on recense 10 % d'échecs. Cet effet de cadrage qui permet d'influencer autrui de manière non coercitive ressort-il de la manipulation ou bien s'agit-il de l'influencer pour qu'il prenne la meilleure décision ? On utilise le terme à tout bout de champ mais comment le circonscrire, sachant que toute forme d'influence n'est pas forcément de la manipulation ?

## D'où vient cette idée ?

Le terme de manipulation apparaît assez tardivement, si bien qu'on n'en trouve pas d'équivalent avant le 18<sup>e</sup> siècle, les termes avoisinants n'ayant d'ailleurs pas de connotation péjorative. Quand Ulysse se joue du cyclope dans le mythe de *L'Odyssée* (8<sup>e</sup> siècle av. J.-C.), on parle de ruse et non de manipulation, c'est-à-dire d'une forme d'habileté et d'intelligence technique, de sagacité, d'ingéniosité permettant de trouver une solution en toute épreuve. Dans l'Antiquité, les Grecs parlent d'ailleurs de métis pour évoquer la vivacité de jugement, la capacité d'anticiper et de saisir les opportunités d'agir. Dans les traités politiques et militaires du 17<sup>e</sup> siècle, la notion de manipulation n'est guère évoquée en tant que telle. Elle fait donc partie de ces notions culturelles comme l'identité, le bonheur ou la démocratie qui ont une histoire. Le mot le plus proche est à l'époque celui de « manœuvre » ; terme issu du monde de la navigation qui a progressivement migré vers le domaine de l'art militaire. La manœuvre s'entend alors comme un ensemble de moyens mis en œuvre pour atteindre un objectif précis. Quant à la manipulation, il s'agit d'abord d'une histoire de mains comme l'indique son étymologie (« mani » dérive du latin « manus » qui désigne la « main »). Le terme vient de la chimie ; il évoque le fait d'utiliser un objet en le déplaçant<sup>1</sup>. Mais le passage d'un sens physique à un sens métaphorique s'opère assez vite dans la langue

---

1- *Le Grand Robert de la langue française*, notice « manipulation ».

et la culture. Pour autant, on ne considère pas au 18<sup>e</sup> siècle qu'il s'agisse d'une pratique nouvelle, si bien que le terme va s'appliquer rétrospectivement à une série de pratiques dont on pense qu'elles ont en fait toujours existé. Le terme ne vient donc pas en 1767 désigner une nouvelle question ou une nouvelle idée; il résulte de la sédimentation dans le monde de la matière, de la science puis des relations humaines d'une idée ancestrale.

## Façonner les désirs

Aujourd'hui, la manipulation passe pour une forme d'influence qui vise à programmer ou reprogrammer le système de croyances, les désirs et les états mentaux d'autrui. On dira par exemple que la publicité est manipulatoire, parce qu'elle façonne nos désirs et nous aimante vers des formes de vie et des modes de consommation qui ne sont généralement pas du ressort de nos besoins. En nous faisant choisir telle marque plutôt que telle autre, elle renverrait inexorablement à une forme de manipulation de nos décisions marchandes. Pour autant, de nombreuses formes d'influence non rationnelles ne sont pas à proprement parler manipulatrices. Par exemple, les représentations explicites des dangers que représente le tabagisme ou le fait d'envoyer des SMS lorsqu'on est au volant ne sont pas spécifiquement manipulatrices, même si elles ne procurent à proprement parler aucune information nouvelle à la cible. Comment alors distinguer une



forme d'influence manipulatoire d'une autre qui ne le serait pas? Doit-on par exemple considérer l'hypnose et toute forme de conditionnement du comportement (comme la publicité subliminale) comme des formes de manipulation sachant que l'efficacité réelle de ces techniques est très largement exagérée dans l'imaginaire collectif? On peut en fait distinguer trois approches de la manipulation, selon que l'on considère que c'est une forme de contournement de la délibération rationnelle, un moyen de pression ou une duperie.

## Orienter la façon de penser

Dans le premier cas, on peut définir la manipulation comme toute forme d'influence qui ne relève ni de la persuasion rationnelle ni de la coercition, et qui se manifeste justement par le fait de contourner ou de subvertir le processus de délibération rationnelle de la cible. Contrairement à la coercition, la manipulation affecte la façon dont une personne prend des décisions, forme des préférences ou se fixe des objectifs. Sa caractéristique principale est de priver autrui de libre arbitre pour mieux orienter sa façon de penser ou sa façon de faire. C'est donc est une forme d'influence non coercitive, comme l'illustre fort bien le *nudge* (voir chapitre p. 69). Qu'elle prenne la forme d'armes à feux ou d'amendes, la coercition repose sur le danger, la peur ou la sanction. On peut donc considérer la

---

2- On n'a par exemple jamais vraiment montré l'efficacité réelle de la publicité subliminale sur la consommation de sodas ou de popcorn dans les cinémas.

manipulation comme une forme de pression informelle exercée sur une cible pour lui faire faire ce que l'influenceur souhaite.

C'est la deuxième définition possible. Des tactiques telles que le chantage émotionnel et la pression des pairs sont des cas paradigmatiques de manipulation, car ils exercent une pression sur la cible en impliquant des coûts psychologiques et émotionnels liés au fait de ne pas faire ce que souhaite le manipulateur. C'est pourquoi le principal reproche adressé à l'encontre de la manipulation est d'attenter à l'autonomie. D'ailleurs les liens entre la coercition et la persuasion sont ténus, il arrive fréquemment que des actes coercitifs soient précédés de messages persuasifs. Ainsi, avant de punir un enfant parce qu'il ne travaille pas assez à l'école, les parents ont souvent recours, en amont, à des arguments persuasifs du type « Cela t'aidera pour faire le travail dont tu as envie », ou « Nous serons si fiers de toi ». Cela signifie donc que tout message persuasif est en fait indirectement coercitif en ce sens que l'efficacité persuasive des messages dépend souvent de la crédibilité des menaces et des promesses proférées par l'agent qui essaie de persuader<sup>3</sup>.

## Induire de fausses croyances

Le lien intime que la manipulation entretient avec la persuasion nous mène enfin sur le chemin de la

---

3- Voir à ce sujet J. Pride Dillard et M. Pfau, *The Persuasion Handbook. Developments in Theory and Practice*, Sage, 2002.

tromperie et de l'illusion. La manipulation peut être considérée comme une manœuvre occulte visant à fausser la réalité, une forme de supercherie. Elle peut consister à fabriquer un système de représentation fondée sur la construction de croyances : qu'il s'agisse de l'utilité des crèmes antirides ou de l'association publicitaire trompeuse entre la vitalité d'un cowboy avec des cigarettes (Marlboro) pourtant à l'origine du cancer du poumon. En ce sens la manipulation serait une duperie visant à induire de fausses croyances et à créer des attentes illusives. Les campagnes de paris sportifs en ligne auprès des jeunes illustrent une telle duperie, parce qu'on héroïse des jeunes joueurs à qui l'on fait miroiter la promesse de gains qui sont en fait très hypothétiques. C'est la principale critique morale que l'on peut adresser à la manipulation : en influençant directement les croyances, les désirs ou les émotions de la cible, la manipulation ne respecte pas forcément les idéaux et l'intérêt personnel des personnes ciblées. On en revient donc à l'idée originelle d'une main qui guide et déplace un objet : manipuler autrui serait, d'une certaine façon, le considérer comme un objet. Cette conception de la manipulation entre en contradiction avec notre idée d'une morale fondée sur le libre arbitre. Faut-il pour autant considérer que toute forme de manipulation est forcément immorale ? Cela sera à vous d'en juger à la lecture des différentes contributions de cet ouvrage qui mettent en évidence le large spectre des pratiques manipulatoires

qui s'étage de la science aux interactions de notre vie quotidienne.

## La fabrique du consentement

L'avènement des masses et notamment des foules est un phénomène qui attise très tôt la curiosité des sociologues qui comprennent l'importance que requiert dans un système démocratique la compréhension de leur psychologie et de leur comportement. Souvent perçue comme incontrôlable, la foule est alors considérée comme un obstacle à la conversation quand il ne s'agit pas de se méfier, comme le fait Gustave Le Bon du fait de leur caractère incontrôlable. C'est ici qu'intervient la notion de public, que Gabriel Tarde définit comme « une foule dispersée où l'influence des esprits les uns sur les autres est devenue une action à distance, à des distances de plus en plus grandes<sup>4</sup> ». Il s'agit alors de comprendre, pour mieux pouvoir les endiguer, de nouvelles formes de sociabilité engendrées par la presse. L'essor des publics est consécutif à celui des publicistes, ceux qui, journalistes ou agents de publicité visent à porter à l'attention du grand public les sujets de discussion politique qui leur semblent importants et qui, d'une certaine façon, contribuent à fabriquer l'opinion<sup>5</sup>.

---

4- G. Tarde, *L'Opinion et la Foule* (1901), Éditions du Sandre, 2007.

5- Voir, à ce sujet, D. Colon, « La fabrique de l'opinion », premier chapitre de *Propagande*, Champs Flammarion, 2021.

# Contributeurs

## Claudie Bert

Journaliste scientifique.

## Gérald Bronner

Professeur en Sorbonne, membre de l'Académie de Médecine et de l'Académie des technologies, auteur notamment de *Apocalypse cognitive* (PUF, 2021), et de *La démocratie des crédules* (PUF, 2013).

## Dominique Cardon

Sociologue, spécialisé dans les questions du numérique, directeur du laboratoire de recherche médiaLab de Sciences Po. Il est notamment l'auteur de *À quoi rêvent les algorithmes : nos vies à l'heure des big data* (Seuil, 2015) et *Culture numérique* (Presses de Sciences Po, 2019).

## David Colon

Enseignant et chercheur en histoire à Sciences Po, spécialiste de l'histoire de la communication. Il est l'auteur de *Les maîtres de la manipulation* (Tallandier, 2021) et *Rupert Murdoch. L'empereur des médias manipule le monde* (Tallandier, 2022). Il a reçu les prix Akropolis et Jacques Ellul pour son livre *Propagande* (Flammarion, 2021).

## Eugène Enriquez

Professeur honoraire de psychologie de l'université Paris VII. Il participe à la création de la *Revue internationale de psychosociologie* en 1994, puis de la *Nouvelle revue de psychosociologie* en 2006. Il est notamment l'auteur de

*De la horde à l'état. Essai de psychanalyse du lien social* (Gallimard, 1983, réédité en Folio), *L'Organisation en analyse* (PUF, 1992) et *Jeux du pouvoir et du désir dans l'entreprise* (Desclée de Brouwer, 1997).

## Nicolas Guégn

Professeur de psychologie sociale et chercheur en sciences du comportement à l'université Bretagne-Sud.

## Benoît Heilbrunn

Professeur de marketing à l'ESCP Business School. Il est notamment l'auteur de *La tyrannie du bien-être* (Pocket, 2021), *La marque* (PUF, Que sais-je, 5<sup>e</sup> édition, 2022), *La consommation et ses sociologies* (Armand Colin, 4<sup>e</sup> édition, 2020), *Peut-on consommer mieux?*, (éditions First, 2021) et co-auteur de *La performance, une nouvelle idéologie?* (La Découverte, 2004).

## Robert-Vincent Joule et

## Jean-Léon Beauvois

Robert-Vincent Joule est directeur du Laboratoire de psychologie sociale à l'université de Provence. Jean-Léon Beauvois était professeur de psychologie sociale, il est décédé en 2020.

## Héloïse Junier

Psychologue et journaliste scientifique.

## Stephen Karpman

Grande figure de l'analyse transactionnelle et de la psychologie contem-

poraine, il a enseigné la psychiatrie à l'université de Californie.

### Jean-François Marmion

Psychologue et ex-rédacteur en chef de la revue *Le Cercle Psy*. Il a dirigé de nombreux livres dont la trilogie de « connologie » : *Psychologie de la connerie*, *Histoire universelle de la connerie* et *Psychologie de la connerie en politique*, tous parus aux éditions Sciences Humaines.

### Jacques Lecomte

Docteur en psychologie, il s'inscrit dans le courant de la psychologie positive. Ses travaux portent notamment sur la résilience et le sens de la vie. Il est notamment l'auteur de *La Bonté humaine* (Odile Jacob, 2012) et *Les Entreprises humanistes, comment elles vont changer le monde* (Les Arènes, 2016).

### Michel Meyer

Philosophe belge. Il fut professeur à l'Université libre de Bruxelles et à l'université de Mons. Ses travaux portaient sur la rhétorique. Il est décédé en 2022.

### Pascale Molinier

Psychologue et professeure de psychologie sociale à l'université Sorbonne-Paris-Nord.

### Serge Moscovici

Psychologue, historien des sciences. Il fut l'un des fondateurs de la psychologie sociale. Il est l'auteur de nombreux

livres dont *L'Âge des foules : un traité historique de psychologie des masses* (Fayard, 1981) ou bien encore *La Machine à faire les dieux* (Fayard, 1988). Il fut l'un des fondateurs de *Génération écologie*. Il est décédé en 2014.

### Marc Olano

Journaliste scientifique, collabore régulièrement aux magazines *Sciences Humaines* et *Lien Social*.

### Romina Rinaldi

Docteur en Sciences Psychologiques et de l'Éducation, spécialisée dans le domaine de la psychopathologie cognitive.

### Rémy Sussan

Journaliste spécialisé dans les nouvelles technologies.

### Serge Tisseron

Psychiatre, docteur en psychologie HDR, membre de l'Académie des technologies, du Conseil national du numérique (CNNum) et du Conseil scientifique du CRPMS (Université de Paris Cité), co-responsable du DU de Cyberpsychologie (Université de Paris Cité). Il est notamment l'auteur de *Empathie et manipulations* (Albin Michel, 2017) et *Le Déni, ou la fabrique de l'aveuglement* (Albin Michel, 2022).

### Xavier de la Vega

Journaliste scientifique.

### Achille Weinberg

Journaliste scientifique.