

5.

Du piège abscons à la soumission librement consentie¹¹

Si quelqu'un vous trahit une fois, c'est sa faute,
S'il vous trahit deux fois c'est votre faute.

Eleanor Roosevelt

Les démarches et techniques de manipulation sont très variées. A la base, on trouve le plus souvent plusieurs "briques" élémentaires comme la diversion, le leurre ou l'amalgame. On trouve aussi quelques conditions sans lesquelles ces procédés ne fonctionneraient pas. La première est une réalité qu'on a du mal à admettre : si l'on se laisse aussi facilement leurrer ou égarer par d'autres, c'est avant tout parce qu'on passe son temps à se leurrer ou égarer soi-même. Une autre condition est qu'on considère spontanément comme évidentes des "évidences" qui n'ont rien d'évident.

Dans la Société de l'information, l'homme d'action consacre une grande part de son énergie à tenter de convaincre, à négocier, à discuter... bref, à communiquer avec pour intention ou objectif d'agir sur les idées ou les actes d'autrui (voir chap. 6). On veut influencer l'achat du client, l'opinion du lecteur, le vote de l'électeur, le verdict du tribunal, la décision du chef, le comportement du bambin, le choix des rideaux du salon, le regard que portera sur vous l'être cher, etc. Laissons de côté ce dernier exemple, car contrairement aux autres - et malgré une idée reçue qui voudrait que l'amour induise des comportements irrationnels ou déraisonnables - c'est à peu près le seul cas où, spontanément, une majorité d'individus adopte une approche efficace pour influencer autrui (en l'occurrence, la séduction).

Dans tous les autres cas, la pente "naturelle" conduit à la persuasion, qui est en général une des méthodes les moins opérantes, mais - au moins dans la France contemporaine - c'est celle qui résulte d'une vingtaine d'années de formatage scolaire... Comme s'il suffisait de prescrire un comportement pour qu'il soit reproduit, d'énoncer une vérité, une règle ou une information pour qu'elle soit admise, apprise ou acquise - et, plus généralement, de présenter un modèle pour qu'il soit adopté. D'où la faible performance de bien des démarches. D'où, aussi, la redoutable efficacité de ceux qui s'y prennent autrement, souvent à l'insu de la population cible. Ce n'est pas la séduction, ou toute autre brique, qui est en cause, mais l'usage qu'en font certains.

¹¹ Voir *Technologies internationales* n° 101, février 2004, <http://www.algoric.com/ti/101.htm>

Des évidences pas évidentes

Les fausses évidences étant monnaie très courante dans les processus de pouvoir et de communication, il est normal qu'elles occupent une place de choix en matière de manipulation. La première est que plus on est libre, moins on serait susceptible d'être manipulé. Au contraire : c'est parce que vous avez choisi librement que vous persévérerez dans un engagement contraire à vos goûts, à vos idées ou à vos intérêts, alors que vous renoncerez à la première occasion si votre choix avait été contraint ; de plus, non seulement vous assumerez ce choix, mais vous le justifierez sincèrement : vaincu et content ! Il va de soi que les sectes de tout poil connaissent bien ce ressort, de même que certains commerçants peu scrupuleux. Inversement, il trouve des applications plus "positives" quand on l'utilise pour stimuler l'ardeur de chercheurs d'emploi, inciter à la prudence au volant ou sur le lieu de travail, combattre le tabagisme ou promouvoir les économies d'énergie.

Plus un individu peut être assimilé à son acte, plus son "engagement" est fort, avec les conséquences qu'on peut en attendre dans une démarche d'influence. Certes, le degré d'engagement du retraité qui va promener son chien pour tuer le temps intéresse peu de monde, mais celui d'un kamikaze n'est anodin ni pour ses mandants ni pour ses cibles potentielles - et les situations intermédiaires entre ces deux situations extrêmes ne manquent pas, notamment dans la vie économique et sociale. D'où la tentation de manipuler cet engagement, qui repose sur diverses variables comme le coût de l'acte, son caractère irrévocable, sa répétition ou son caractère public, mais avant tout sur le sentiment de liberté associé à l'acte : déclarée libre de faire ou de ne pas faire, une personne qui choisit de faire ne se contentera pas de rationaliser son choix ; elle se reconnaîtra dans son acte et en assumera la signification. Dans nos exemples (voir encadré 1), on invoque explicitement la liberté des sujets pour obtenir les effets voulus, qu'il s'agisse de modifier leurs idées par le processus de rationalisation (copier l'annuaire) ou de modifier leurs comportements par le processus d'engagement (arrêter de fumer).

1. La soumission par la liberté

Accepteriez-vous de recopier pendant vingt minutes l'annuaire téléphonique, de défendre des idées contraires aux vôtres, de manger des plats répugnants, d'administrer des chocs électriques à des victimes innocentes ? Ainsi formulée, la requête a peu de chances d'être satisfaite - s'agissant de vous, la probabilité statistique est de 5 %. Et pourtant, moyennant une manipulation élémentaire, on inverse la probabilité : vous le ferez ! Et il ne s'agit là que de quelques-unes des expériences classiques dans l'étude de ces phénomènes d'influence. Par exemple, un chercheur demande à des fumeurs invétérés rencontrés par hasard dans un lieu public de participer à une étude ; il précise qu'il faudra arrêter de fumer pendant 24 heures. 95 % refusent. Dans les mêmes conditions, il demande s'ils accepteraient de participer à une étude sur la concentration des fumeurs, en insistant sur le fait qu'ils sont totalement libres d'accepter ou de refuser ; la plupart acceptent et prennent rendez-vous au laboratoire quelques jours plus tard pour passer deux séries de tests à 24 heures d'intervalle. Au premier rendez-vous on précise qu'il faudra s'abstenir de fumer jusqu'au lendemain, en insistant à nouveau sur l'entière liberté d'accepter ou refuser. 95 % acceptent. Étonnant ? Pas si sûr : combien de fois vous êtes-

vous fait piéger avec des *je comprendrais très bien que tu refuses, à toi de voir* et autres *ne vous sentez surtout pas obligé* ? Il suffit de systématiser un peu le procédé...

Mieux : si j'ai agi "contre nature" parce que j'ai "choisi librement" de le faire, j'assumerai et je justifierai l'intérêt de mon acte, ce qui ne sera pas le cas si j'ai agi contre mon gré ou si j'ai refusé d'agir. Invités à noter sur 10 l'intérêt de recopier l'annuaire, ceux qui l'ont fait "librement" (ayant le choix de ne pas le faire) attribueront une note moyenne de 9, contre 2 pour ceux qui l'ont fait sans être invités à exprimer leur choix. En d'autres termes, **la liberté est paradoxalement un des principaux ressorts de la manipulation** - d'ailleurs ceux qui ne se reconnaissent pas libres, s'ils peuvent être soumis, sont peu manipulables - mais de plus **elle favorise les comportements ultérieurs de dépendance**, par le biais de processus comme la persévération.

Une expérience à la portée de tous éclaire le mécanisme manipulateur de base de ces exemples (**amorçage**) : dans le métro ou dans la rue, demandez 10 centimes à un inconnu. Neuf sur dix refuseront. Répétez l'expérience, mais en commençant par demander l'heure : le taux de succès est multiplié par quatre. Vous avez réalisé un détour (demander l'heure) sans lequel votre interlocuteur n'aurait pas adopté le comportement voulu (donner 10 cts), qui relève d'une décision "libre". Techniquement, ce détour équivaut au recours à un marchepied pour atteindre un livre au dernier étage de la bibliothèque ; pourtant, sa portée n'est pas nécessairement la même... Vous seriez-vous arrêté si vous aviez vu les deux malabars hirsutes qui accompagnaient la jolie auto-stoppeuse ? Non, mais maintenant, bien qu'ayant la possibilité de redémarrer, vous prenez tout le monde, vous vous sentez "engagé" par votre choix "libre" : on vous a amorcé et vous persévérez. Même chose chez le marchand de chaussures qui n'a plus la paire soldée, du moins à votre pointure, mais qui vous propose l'équivalent pour plus cher : ça ne marchera que dans 10 % des cas... mais 100 % de ces 10 % ne seraient pas entrés dans la boutique sans ce détour par l'amorçage "soldes" !¹²

On me leurre parce que je me leurre

Bien d'autres fausses évidences sont ébranlées par la théorie aussi bien que par l'expérience. Ainsi, dans le prolongement de ce qui précède, il est très fréquent qu'on n'agisse pas en fonction de ses idées, mais qu'au contraire on accorde ses idées à ses actes. Plus généralement, c'est avant tout parce qu'on passe son temps à se leurrer ou égarer soi-même qu'on se laisse aussi facilement leurrer ou égarer par d'autres. Cette règle s'applique à la façon d'analyser une situation (voir chap. 3) aussi bien qu'à la façon de prendre ou justifier une décision. Une illustration flagrante en est donnée par le mécanisme du piège abscons, que nous connaissons tous pour le rencontrer quotidiennement... mais qui continue à prospérer allègrement (voir encadré 2).

2. Dépense gâchée et piège abscons

L'illustration expérimentale du phénomène de la dépense gâchée a été faite en 1985 par Arkes et Blumer : 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

¹² Certains de ces exemples sont empruntés à Robert-Vincent Joule et Jean-Léon Beauvois, chercheurs en psychologie sociale, qui ont approfondi le sujet dans des ouvrages aux titres explicites, notamment : *La soumission librement consentie ; comment amener les gens à faire librement ce qu'ils doivent faire ?* (1998), *Traité de la servitude libérale* (1994), *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens* (1988 et 2002).