

Psychologie de la **manipulation** et de la **soumission**



Psychologie de la manipulation et de la soumission

P S Y C H O S U P

Psychologie de la manipulation et de la soumission

Nicolas Guéguen

DUNOD

Série « Cours et exercices »
dirigée par Alain Lieury

G. Besançon et al., *Manuel de psychopathologie*

G. Besançon et al., *Exercices & QCM de psychopathologie*

A. Cerclé, A. Somat, *Psychologie sociale. Cours et exercices*, 2^e édition

N. Guéguen, *Statistique pour psychologues. Cours et exercices*, 3^e édition

M. Huteau, *Psychologie différentielle. Cours et exercices*, 3^e édition

J. Joly, D. Boujard, *Biologie pour psychologues. Cours et exercices*, 3^e édition

H. Lehalle, D. Mellier, *Psychologie du développement. Enfance et adolescence. Cours et exercices*, 2^e édition

A. Lieury, *Psychologie cognitive. Cours et exercices*, 4^e édition

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements



d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du

Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).

© Dunod, Paris, 2002
ISBN 2 10 048835 X

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	1
CHAPITRE 1 LA SOUMISSION À L'AUTORITÉ : L'OBÉISSANCE À MOINDRE COÛT	5
1 Le paradigme de Milgram : être contraint à la violence par simple obéissance	8
1.1 L'expérience princeps	9
1.2 Tout le monde à près de 300 volts, 65 % à 450 volts : tous des tortionnaires ?	14
1.3 Les répliques interculturelles et générationnelles : une universalité de l'obéissance ?	15
1.3.1 L'universalité de l'obéissance à l'autorité : analyse des facteurs culturels	15
1.3.2 L'obéissance à tout âge : si jeune et déjà si obéissant !	17
1.3.3 Variables démographiques et sociologiques : tous pareils ?	19
1.4 Des résultats attendus ?	22
1.5 L'analyse du comportement des sujets de l'expérience	27
2 Pourquoi obéit-on ? Analyse des déterminants de l'obéissance	29
2.1 Les effets situationnels sur la soumission à l'autorité	30
2.1.1 L'hypothèse de « l'état agentique »	30
2.1.2 La proximité de la victime : plus elle avance, plus on recule	35
2.1.3 La proximité de l'autorité	42
2.1.4 La légitimité de l'autorité	44
2.1.5 Autorité contradictoire	46

2.2	Les facteurs dispositionnels et la soumission	48
2.2.1	<i>Personnalité et soumission : des gens résistants et soumis par nature ?</i>	48
2.2.2	<i>Rôle des croyances dans l'obéissance</i>	50
2.2.3	<i>L'hypothèse d'un sujet inconscient de ses actes</i>	51
2.3	Comprendre l'obéissance par la désobéissance	56
2.4	La soumission à l'autorité : un acte de conformisme ?	59
2.4.1	<i>Le groupe comme modèle</i>	59
2.4.2	<i>Le groupe soumis et désobéissant : l'homme, un modèle pour l'homme</i>	63
3	La soumission quotidienne à l'autorité et l'effet des symboles de l'autorité sur notre comportement	67
3.1	La soumission à l'autorité en situation réelle : allô docteur !	67
3.2	Les formes modernes de soumission à l'autorité : l'autorité administrative	71
3.3	Les symboles de l'autorité et leur effet sur le comportement : méfiez-vous de l'habit et non du moine !	74
3.3.1	<i>L'effet de l'uniforme</i>	75
3.3.2	<i>L'influence du statut</i>	78
CHAPITRE 2	LA SOUMISSION LIBREMENT CONSENTIE : ACCEPTER DE FAIRE DES CHOSES QUE NOUS AURIONS REFUSÉES SPONTANÉMENT	83
1	Le Pied-dans-la-Porte : le doigt dans l'engrenage	86
1.1	L'expérience princeps	86
1.2	Les répliques du Pied-dans-la-Porte	89
1.2.1	<i>Des réussites...</i>	89
1.2.2	<i>... et des échecs</i>	99
1.3	Facteurs d'influence du Pied-dans-la-Porte	101
1.3.1	<i>Le caractère pro-social de la requête</i>	101
1.3.2	<i>Le délai entre les deux requêtes</i>	102
1.3.3	<i>Le coût des requêtes</i>	104
1.4	Les explications théoriques à l'effet du Pied-dans-la-Porte	108
1.4.1	<i>La théorie de l'auto-perception</i>	109
1.4.2	<i>La théorie de l'engagement</i>	113
1.4.3	<i>La théorie du contraste</i>	115
1.4.4	<i>La théorie de l'apprentissage social et du renforcement</i>	116
1.4.5	<i>La théorie de la promotion de soi</i>	116

2	La Porte-dans-le-Nez : qui ne peut le plus, peut le moins	119
2.1	L'expérience initiale et ses prolongements	119
2.2	La Porte-dans-le-Nez : un phénomène stable ? Analyse des répliques et des champs d'utilisation	121
2.2.1	<i>Importance de l'effet</i>	121
2.2.2	<i>Champs d'application</i>	122
2.2.3	<i>La Porte-dans-le-Nez électronique</i>	125
2.3	Facteurs favorisant une Porte-dans-le-Nez	127
2.3.1	<i>Le caractère pro-social de la requête</i>	128
2.3.2	<i>Le coût de la requête préparatoire</i>	129
2.3.3	<i>Deux portes valent mieux qu'une : le paradigme de la Double Porte-dans-le-Nez</i>	130
2.4	Les mécanismes psychologiques à l'effet de Porte-dans-le-Nez	131
2.4.1	<i>L'hypothèse des concessions réciproques</i>	132
2.4.2	<i>La théorie des contrastes perceptifs</i>	136
2.4.3	<i>La théorie de la culpabilité</i>	138
2.5	Porte-dans-le-Nez ou Pied-dans-la-Porte : analyse de l'efficacité comparée	140
3	L'engagement : « Si tu fais, tu referas »	141
3.1	Être engagé à faire, c'est... s'engager à faire	142
3.2	Responsabilité de l'engagement ou engagement à la responsabilité ?	144
3.2.1	<i>Être engagé, c'est être responsable</i>	145
3.2.2	<i>La persistance de l'engagement</i>	148
3.3	Avoir l'intention de faire suffit déjà même lorsque l'on n'avait pas d'intention : l'efficacité engageante des auto-prédictions extorquées	151
3.4	L'auto-engagement : le piège de nos décisions personnelles	153
3.4.1	<i>L'investissement à perte : l'Homo economicus n'existe pas lorsqu'il est engagé</i>	153
3.4.2	<i>Il est difficile de dire « stop » : le piège des automatismes</i>	158
3.5	Les techniques d'influence fondées sur l'engagement	159
3.5.1	<i>La technique du Low-Ball</i>	160
3.5.2	<i>La technique du leurre</i>	166
3.6	La théorie de l'engagement appliquée aux changements de comportements : quels principes pour quelles applications ?	168
3.6.1	<i>Les facteurs engageants</i>	168
3.6.2	<i>Les applications de l'engagement au changement de comportements</i>	170

CHAPITRE 3	LA SOUMISSION PAR INDUCTION SÉMANTIQUE ET NON VERBALE : CES MOTS ET CES COMPORTEMENTS QUI NOUS INFLUENCENT	181
1	La soumission par induction sémantique : le pouvoir des mots, des phrases et des promesses	183
1.1	Les petits ruisseaux font les grandes rivières : la technique du « même un sou nous suffira »	184
1.2	Évocation de la liberté et manipulation : la technique du « mais vous êtes libre de... »	186
1.2.1	« Vous êtes libre de... » : l'expérience princeps	186
1.2.2	Une efficacité même sans sollicitation en face-à-face	188
1.3	« Comment allez-vous ? » : la technique du Pied-dans-la-Bouche	192
1.4	Décomposition d'une offre et comparaison : la technique du « Et ce n'est pas tout ! »	197
1.5	Labellisation préalable et comportement ultérieur : la technique de l'étiquette personologique	202
1.5.1	L'étiquette positive : la technique de la flatterie	202
1.5.2	Susciter de la culpabilité ou de la honte : la technique de l'insulte	206
1.5.3	Culpabilité ou honte ?	207
1.6	La réciprocité : « Je te donne un sou pour que tu m'en donnes deux »	213
1.6.1	La réciprocité : on donne à ceux qui nous donnent...	214
1.6.2	... et on donne à ceux qui proposent de nous donner	216
2	L'influence non verbale	218
2.1	L'influence du toucher	218
2.1.1	Toucher et culture	219
2.1.2	L'influence du toucher sur la soumission	221
2.1.3	Toucher et comportement du consommateur	224
2.1.4	Toucher et motivation	231
2.1.5	Toucher et comportement dans une situation de médiation	238
2.1.6	Les mécanismes explicatifs à l'effet du toucher	242
2.2	L'influence du regard	259
2.2.1	L'effet d'influence du regard sur la soumission	259
2.2.2	Type de regard et soumission	264
2.2.3	Les mécanismes explicatifs à l'effet du regard	265
2.3	L'influence du sourire	269
2.3.1	Souriez et la moitié du monde sourira avec vous	269
2.3.2	Le sourire : un comportement féminin ?	270
2.3.3	L'effet d'influence du sourire sur des requêtes	272
2.3.4	Les mécanismes explicatifs à l'effet du sourire	275
	BIBLIOGRAPHIE	281

INTRODUCTION

Voici huit questions tests :

1. Pensez-vous que vous accepteriez d'expédier des chocs électriques de 450 volts à une personne qui ne vous a rien fait, simplement parce qu'elle vient de commettre une erreur dans l'apprentissage d'une liste de mots ?
2. Pensez-vous que vous accepteriez de continuer une expérience d'écoute d'ultrasons au risque de perdre l'ouïe ?
3. Pensez-vous que des infirmières accepteraient d'administrer à des patients dont elles ont la responsabilité un médicament à un niveau de dosage réputé dangereux simplement parce qu'une personne qu'elles ne connaissent pas, se prétendant médecin, leur en donne l'ordre par téléphone ?
4. Pensez-vous que vous accepteriez facilement d'accompagner samedi prochain des jeunes délinquants au zoo parce qu'un inconnu vous en a fait la demande ?
5. Pensez-vous que de gros fumeurs accepteraient de se priver de tabac pendant dix-huit heures en contrepartie d'une rétribution ridicule ?
6. Pensez-vous que vous allez acheter plus favorablement un produit dans un magasin simplement parce qu'un démonstrateur posté à l'entrée vous a touché furtivement le bras ou l'épaule ?
7. Pensez-vous que vous accepterez d'autant plus facilement de répondre à un questionnaire que l'enquêteur porte une cravate ?
8. Pensez-vous que vous allez vous arrêter pour prendre cet auto-stoppeur qui vous regarde fixement dans les yeux ?

À toutes ces questions, vous allez, comme tout un chacun, vraisemblablement répondre « non », définitivement « non ». Ne croyez pas si bien dire. La recherche en psychologie sociale montre, aujourd'hui, à travers une incroyable densité et diversité d'expériences menées dans la rue, dans des magasins mais aussi dans des contextes organisationnels ordinaires que nos comportements ne sont pas toujours sous notre contrôle et que, à notre insu, nous sommes quotidiennement manipulés par des facteurs d'influence qui nous paraissent tellement anodins que nous n'envisageons pas, à aucun moment, qu'ils puissent nous conduire à faire quelque chose que nous n'aurions jamais fait spontanément. De plus, ces techniques de manipulation sont souvent tellement anodines et utilisées de manière tellement automatique, que nous n'imaginons absolument pas que nous les utilisons pour influencer autrui. Pourtant, une analyse critique de vos comportements sociaux confrontés aux procédures d'influence que vous découvrirez dans cet ouvrage vous permettra de voir que vous avez déjà utilisé certaines d'entre elles pour influencer autrui.

Cet ouvrage a pour objectif de faire le point sur ces techniques psychosociales de l'influence du comportement. Tout au long de ce travail, nous tenterons de présenter les expériences qui mettent en évidence la facilité avec laquelle nous pouvons être manipulés. Beaucoup de ces recherches ont été conduites dans des pays anglo-saxons mais nous verrons que le large recours à des travaux personnels atteste de leur caractère transculturel. Nous essaierons également, à travers les recherches conduites dans ce domaine, d'expliquer les mécanismes psychologiques qui font que nous nous laissons manipuler.

J'espère, pour ma part, que ce livre vous permettra de comprendre comment s'exercent, mentalement, l'influence et la manipulation dans notre vie quotidienne et que l'évocation de toutes ces méthodes et techniques vous permettra d'en déjouer la pernicieuse efficacité lorsqu'elles sont utilisées pour vous faire accomplir un acte non attendu de votre part. Nous verrons, en outre, que ces techniques ont un versant positif et négatif en ce sens qu'une même technique peut avoir un caractère amoral (faire perdre du temps à autrui, lui extorquer de l'argent, lui faire acheter des choses) mais peut également posséder un caractère plus moral, plus utile pour la société ou un individu (faire prendre confiance à un élève, conduire des personnes à trier leurs ordures, à économiser de l'énergie, etc.). Dans la mesure du possible, l'ensemble de ces aspects sera évoqué pour faire prendre conscience de la force de ces techniques et de la variété des registres comportementaux qu'elles sont susceptibles d'affecter. Si vous veniez à les utiliser (et vous verrez que vous en avez déjà utilisé certaines), vous verriez que le caractère moral *versus* non moral de cette technique ne réside pas dans la technique elle-même mais bien dans la nature du comportement que l'on entend extorquer à la personne à laquelle on applique cette technique. Pour faire de bons citoyens de nos enfants, pour préserver la nature, favoriser l'insertion de

personnes en difficulté, nous utilisons les mêmes méthodes que pour fabriquer des soldats zélés, nous faire réaliser des achats non anticipés ou nous faire perdre notre temps. Vous verrez, en outre, que ces techniques d'influence sont certainement fortement liées à l'avancée des sociétés démocratiques car elles possèdent toutes un point commun : la personne auprès de laquelle on applique l'une ou l'autre de ces techniques est entièrement libre de faire ce qu'elle veut.

Chapitre 1

LA SOUMISSION À L'AUTORITÉ : L'OBÉISSANCE À MOINDRE COÛT

J'observai un homme d'affaires équilibré et sûr de lui entrer dans le laboratoire, souriant et confiant. En moins de vingt minutes il fut réduit à l'état de loque parcourue de tics, au bord de la crise de nerfs. Il tirait sans arrêt sur le lobe de ses oreilles et se tordait les mains. À un moment il posa sa tête sur son poing et murmura : « Oh mon Dieu, faites qu'on arrête ! » Et pourtant il continua à exécuter toutes les instructions de l'expérimentateur et obéit jusqu'à la fin.

(Milgram, 1963, p. 377).

Jusqu'où l'obéissance de l'homme peut-elle le conduire ? Les récits des exactions commises par des soldats au demeurant bons fils, bons pères de famille, maris doux et prévenants peuvent surprendre le genre humain par leur sauvagerie apparente. Il en va de même de l'absence totale de sentiment exhibée par des jeunes soldats, qui avant de vivre une situation de conflit, n'avaient commis aucune exaction, aucun acte violent à l'égard d'autrui. Alors, y a-t-il une sauvagerie, une perversion latente chez l'homme ou alors sont-ce les circonstances qui expliquent nos actes ?

La question de l'obéissance et des mécanismes psychologiques qui l'expliquent interroge depuis longtemps les chercheurs en psychologie sociale. Déjà en 1924, Landis, dans le cadre de recherches sur les réactions émotionnelles, parvint à faire décapiter des rats vivants par 71 % de ses sujets ou à laisser les moins obéissants assister à la scène alors que la décapitation était faite par l'expérimentateur. Cela montrait bien que l'autorité de l'expérimentateur était suffisante pour vaincre la résistance des sujets.

Toutefois, malgré l'intérêt de ce type de recherches, le registre des comportements étudiés était loin d'être hautement problématique pour les sujets. Dans cette perspective, les travaux les plus importants sont, sans conteste, ceux qui ont tenté de voir jusqu'où une autorité purement symbolique pouvait nous conduire. Les travaux que nous présentons dans ce chapitre portent uniquement sur des actes problématiques, contraires à la plupart des intérêts moraux que possèdent les gens. Leur portée heuristique est incontestable dans le champ des sciences humaines et sociales dans la mesure où ces

recherches ont permis de mettre en évidence le poids écrasant du contexte dans lequel un individu est amené à agir. Bien entendu, nous ne contestons pas que des facteurs individuels interviennent dans la production de comportements problématiques commis par des êtres humains. Néanmoins, quand il s'agit d'actes conduisant à faire souffrir physiquement ou psychologiquement quelqu'un d'autre et que ceux-ci sont commis par des gens ordinaires, d'apparence paisible, travailleurs, pères de familles et conjoints sans reproches, on est obligé d'admettre que nos fonctionnements éducatifs, institutionnels et organisationnels portent en eux des caractéristiques qui permettent d'obtenir d'autrui des actes que, pourtant, cette éducation et ces structures réprouvent.

1 LE PARADIGME DE MILGRAM : ÊTRE CONTRAINT À LA VIOLENCE PAR SIMPLE OBÉISSANCE

En psychologie en particulier et en sciences humaines en général, la recherche sur la soumission à une autorité est indissociablement liée aux travaux d'un chercheur américain : Stanley Milgram. L'importance des travaux de ce chercheur est telle que ses premières expériences, qui ont été publiées il y a près de quarante ans, ont, encore et toujours, une portée scientifique comme peu de travaux dans ces disciplines peuvent en avoir. Les résultats obtenus et le caractère profondément dramatique et extrême du comportement étudié par ce chercheur ne sont pas étrangers à cette notoriété. Ces travaux restent d'actualité et certainement pour de nombreuses décennies. Chez les chercheurs en psychologie sociale, ces recherches restent encore fécondes et donnent lieu à de nombreux travaux. En 1995, un numéro spécial de la célèbre revue *Journal of Social Issues* (1995, vol. 51, n° 3) a été consacré aux expériences de Milgram en en faisant la synthèse, en mesurant ses apports et en présentant des travaux nouveaux destinés à accroître la connaissance scientifique sur un tel phénomène. Un ouvrage récent de Blass (1999a) montre que de nombreux chercheurs se préoccupent de cette question et que la riche contribution scientifique de Milgram suscite encore des travaux féconds. Ces travaux sont toujours référencés et publiés dans des ouvrages ou des revues autres que celles de psychologie. La médecine, l'histoire, l'économie, la sociologie et la philosophie font très souvent référence aux travaux de Milgram (Blass, 1999b). Enfin, notons que ces résultats continuent à fasciner les médias et l'opinion publique puisque des articles citant ces travaux sont régulièrement publiés (French, 1997) tout comme les fictions ou documentaires qui en font référence ou qui présentent des extraits des enregistrements vidéos que Milgram a réalisés dans son laboratoire. Il

convenait donc que le premier chapitre de cet ouvrage consacré à la manipulation et à la soumission commence par la présentation de ces travaux et par la synthèse et les apports les plus importants des chercheurs en psychologie ayant travaillé sur la soumission à l'autorité. En effet, si on peut obtenir un tel comportement de la part de tant de personnes aux caractéristiques sociales aussi ordinaires que celles que possèdent tous les sujets qui ont participé aux expériences relatées ci-dessous, alors cela veut dire qu'il y a certainement peu de comportements de l'être humain qui ne puissent être contrôlés, activés ou engendrés par l'influence d'autrui.

1.1 L'expérience princeps

La première recherche de Stanley Milgram conduite à l'université de Yale et publiée en 1963 dans le *Journal of Abnormal and Social Psychology* illustre le point de départ des travaux expérimentaux sur la soumission à l'autorité. La plupart des recherches qui seront conduites par la suite par Stanley Milgram, mais également par d'autres chercheurs en psychologie sociale, s'inspireront très fortement de la méthodologie employée dans cette première expérience. Aussi, afin de la restituer le plus fidèlement possible, nous l'avons détaillée. Si certains lecteurs souhaitent une description plus réaliste de cette expérience, ils pourront la trouver dans un film français (*I comme Icare* d'Henri Verneuil) qui, bien qu'étant une fiction, restitue parfaitement l'esprit théorique et méthodologique des expériences de Milgram.

En ce qui concerne la première recherche publiée par Stanley Milgram, la procédure utilisée était la suivante.

■ Les sujets de l'expérience

L'échantillon de sujets était constitué de quarante hommes (20 % âgés entre 20-29 ans, 40 % entre 30-39 ans et 40 % entre 40-50 ans) de niveaux scolaires très contrastés (école élémentaire jusqu'au doctorat), de professions également très contrastées (vendeurs, enseignants du secondaire, employés de poste, ingénieurs, ouvriers) et répondant à une annonce parue dans la presse locale invitant à participer à une recherche sur la mémoire à l'université de Yale pour laquelle une rétribution de 4,50 dollars était proposée. Dans cet article, il n'était pas fait mention, en aucune façon, qu'il s'agirait d'envoyer des décharges électriques à autrui pour tester l'effet de cette forme de punition sur la mémoire.

■ L'accueil des sujets

L'expérience se déroulait dans un élégant laboratoire de l'université de Yale afin de rendre légitime l'expérience. Deux personnages jouaient un rôle bien

- URANOWITZ S. (1975). « Helping and self-attributions : A field experiment », *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 852-854.
- VALENTINE M. (1980). « The attenuating influence of gaze upon the bystander intervention effect », *The Journal of Social Psychology*, 11, 197-203.
- WALSH D. et HEWITT J. (1985). « Giving men the come-on : Effect of eye contact and smiling in a bar environment », *Perceptual and Motor Skills*, 61, 873-874.
- WANG T. et KATZEV R. (1990). « Group commitment and resources conservation : Two field experiments on promoting recycling », *Journal of Applied Social Psychology*, 20, 265-275.
- WANG T., BROWNSTEIN R. et KATZEV R. (1989). « Promoting charitable behaviour with compliance techniques », *Applied Psychology : An International Review*, 38, 165-183.
- WEGNER D. et CRANO W. (1975). « Racial factors in helping behavior : An unobtrusive field experiment », *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 901-905.
- WEINER B. (1980). « A cognitive (attribution)-emotion-action model of motivated behavior : An analysis of judgements of help-giving », *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 186-200.
- WEISS S. (1990). « Effects of differential touch on nervous system arousal of patients recovering from cardiac disease », *Heart et Lung*, 19, 474-480.
- WEYANT J. (1978). « Effects of mood states, costs, and benefits of helping », *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 1169-1176.
- WEYANT J. (1996). « Application of compliance techniques to direct-mail requests for charitable donations », *Psychology et Marketing*, 13, 157-170.
- WHELDALL K., BEVAN K. et SHORTALL K. (1986). « A touch of reinforcement : The effects of contingent teacher touch on the classroom behaviour of young children », *Educational Review*, 38, 207-216.
- WHITCHER S. et FISHER J. (1979). « Multidimensional reaction to therapeutic touch in a hospital setting », *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 87-96.
- WILLIS F. et DODDS R. (1998). « Age, relationship, and touch initiation », *The Journal of Social Psychology*, 138, 115-123.
- WYCOFF E. et HOLLEY J. (1990). « Effects of flight attendants "touch upon airline passengers" perceptions of the attendant and the airline », *Perceptual and Motor Skills*, 71, 932-934.
- ZARTMAN W. et TOUVAL S. (1985). « International mediation : Conflict resolution and power politics », *Journal of Social Issues*, 41, 27-46.
- ZIMBARDO P. (1974). « On "obedience to authority" », *American-Psychologist*, 29, 566-567.
- ZUCKERMAN M., LAZZARO M. et WALDGEIR D. (1979). « Undermining effects of the foot-in-the-door technique with extrinsic rewards », *Journal of Applied Social Psychology*, 9, 292-296.

48835 – (III) – (1) – OSB 80° – STY – ABS

Achevé d'imprimer sur les presses de
SNEL Grafics sa
Z.I. des Hauts-Sarts - Zone 3
Rue Fond des Fourches 21 – B-4041 Vottem (Herstal)
Tél +32(0)4 344 65 60 - Fax +32(0)4 289 99 61
février 2007 – 41179

Dépôt légal : janvier 2006, suite du tirage : mars 2007
Dépôt légal 1^{re} édition : novembre 2002

Imprimé en Belgique

Nicolas Guéguen

PSYCHOLOGIE DE LA MANIPULATION ET DE LA SOUMISSION

Il existe un nombre important de facteurs qui nous environnent, de situations qui nous influencent et de techniques de manipulation qui peuvent nous conduire à nous inciter à faire ce que nous ne ferions pas spontanément. Parfois utilisés consciemment ou inconsciemment par les autres mais aussi par nous-mêmes, ces facteurs d'influence peuvent nous mener très loin dans l'horreur comme dans le don de soi.

Cet ouvrage se propose de recenser la littérature sur les procédures de manipulation et de soumission qui ont fait l'objet de travaux scientifiques en psychologie sociale depuis près de 80 ans. Il explique également par quels mécanismes psychologiques nous pouvons être amenés à nous soumettre à autrui : sont étudiés l'effet d'une autorité non coercitive puis les mécanismes de soumission sans pression qui nous conduisent, en toute liberté, à nous soumettre à la requête de quelqu'un que nous ne connaissons pas. Enfin, dans une dernière partie, est évoqué le pouvoir d'influence que peuvent posséder de simples mots ou des comportements anodins.

Cet ouvrage, principalement destiné aux étudiants de psychologie, les aidera à comprendre comment nous sommes amenés, parfois, à agir contre notre gré et comment nous pouvons, sans le vouloir, manipuler autrui. Il devrait également éclairer les étudiants des filières commerciales, marketing et ressources humaines sur la façon dont les institutions, les parents et même des personnes qui nous sont inconnues parviennent à nous influencer.

NICOLAS GUÉGUEN

Professeur de psychologie sociale et cognitive à l'université de Bretagne-Sud, il dirige le laboratoire GRESICO de cette même université. Il est l'auteur de *Statistique pour Psychologues. Cours et exercices* publié chez le même éditeur.

