

L'art de la persuasion

David Colon, professeur agrégé d'histoire à l'IEP (david.colon@sciencespo.fr)
Année universitaire 2019/2020 : Semestre d'automne

DESCRIPTIF DU COURS

Ce cours vise à transmettre des techniques de persuasion en même temps que des outils d'autodéfense critique pour faire face aux techniques de manipulation les plus répandues à l'ère de la propagande numérique et de la post-vérité. S'appuyant sur les acquis de plusieurs disciplines (histoire, sociologie, science politique, économie et sciences cognitives), il expose les moyens employés par les spécialistes de l'influence pour persuader autrement que par des arguments rationnels. Il propose en même temps une méthode d'analyse reposant à la fois sur une approche théorique, qui conduit à étudier les principes de la persuasion à travers les principaux textes de référence, et une approche empirique, qui se traduit par une série d'étude de cas et le recours à une grande variété de supports (textes, images fixes, images animées, sons). Ce cours entend donc à la fois redonner ses lettres de noblesses à l'art de la persuasion et réhabiliter l'esprit critique comme valeur cardinale de la formation à la citoyenneté au XXI^e siècle.

Modalités d'évaluation

- *Étude de cas* : chaque élève réalise au cours du semestre une étude portant sur un cas en rapport avec la problématique générale du cours. Le choix du sujet, du support (texte, son, vidéo, blog, etc) et du format est laissé à l'appréciation des élèves.

Lectures recommandées

- Robert Cialdini, *Influence et manipulation. Comprendre et maîtriser les mécanismes de persuasion*, Paris, Pocket, 2014 (2001).
- Alex Mucchielli, *L'art d'influencer*, Paris, Armand Colin, 2011.
- M. Piattelli Palmarini, *L'art de persuader*, Paris, Éditions Odile Jacob, 1999 (1995)

Programme des séances

1. 2 septembre 2019 : De l'art de ne pas se persuader soi-même d'idées douteuses ou fausses

Cette séance est consacrée à l'étude des multiples biais cognitifs qui conduisent la pensée humaine à produire naturellement des croyances douteuses ou fausses, afin de s'en prémunir.

2. 9 septembre 2019 : De l'art de « fabriquer le consentement »

Il s'agit d'étudier la manière dont l'art de la persuasion a été mis, depuis la fin du XIX^e siècle, au service de l'« ingénierie du consentement » et de la « fabrique du conformisme ».

3. 16 septembre 2019 : De l'art de convaincre par la parole

On étudiera d'une part aux techniques de persuasion par la manipulation du langage - en particulier les paralogismes – et d'autre part l'usage du Storytelling à des fins de persuasion.

4. 23 septembre 2019 : De l'art de convaincre par les chiffres

Cette séance est consacrée à l'usage à des fins de persuasion des probabilités, des statistiques, des sondages et des représentations graphiques de données chiffrées.

5. 30 septembre 2019 : De l'art d'utiliser efficacement les médias

Il s'agit d'une part de retracer l'histoire des Public Relations et de la communication politique moderne, et d'autre part d'étudier les techniques employées par les communicants pour faire le meilleur usage des médias.

6. 7 octobre 2019 : De l'art de persuader par l'image

Cette séance est consacrée à l'étude critique de la « trahison des images », autrement dit du décalage entre l'image et la réalité, en vue d'identifier les techniques permettant de mettre « l'effet de réel » des images au service de la persuasion.

7. 14 octobre 2019 : De l'art de persuader l'inconscient

Il s'agit d'étudier comment les acquis de la biologie, de la psychanalyse, de la psychologie sociale, du comportementalisme et plus largement des sciences cognitives peuvent être mis au service d'une communication s'adressant à l'inconscient ou au subconscient.

8. 21 octobre 2019 : De l'art de gouverner les conduites

Cette séance est consacrée à l'art de la « gouvernementalité », de la « soumission librement consentie » et des Nudge, autrement dit aux techniques conduisant les individus à adopter d'eux-mêmes et librement une bonne conduite.

9. 4 novembre 2019 : De l'art de persuader par la télévision

Il s'agit d'une part de faire l'état des connaissances scientifiques relatives aux effets de la télévision (preuve sociale, effet de simple exposition, « amorçage cognitif etc.) et d'autre part d'en déduire les techniques de persuasion les plus efficaces.

10. 18 novembre 2019 : De l'art de persuader sur Internet

Cette séance est consacrée à l'impact du numérique sur l'art de la persuasion, des techniques de propagande les plus classiques à la militarisation de l'information à l'âge de l'intelligence artificielle.

11. 25 novembre 2019 : De l'art de la persuasion publicitaire

Il s'agit d'une part de décrypter les techniques de persuasion à l'œuvre dans la publicité depuis les années 1920 (réflexes conditionnés, stéréotypes, mythes sociaux) et d'autre part de déterminer les conditions d'une publicité éthique.

12. 2 décembre 2019 : De l'art convaincre en politique à l'ère numérique

Cette ultime séance est consacrée très spécifiquement à l'impact de la révolution numérique sur l'art de la communication politique.

BIBLIOGRAPHIE

- Alberto Alemanno, *Lobbying for change. Find your Voice to Create a better Society*, Londres, Icon Books, 2017.
- Fabrice d'Almeida, *La manipulation*, Paris, PUF, « Que sais-je ? », 2017 (4^e édition)
- Jonathan Auerbach, *Weapons of Democracy. Propaganda, Progressivism, and American Public Opinion*, Johns Hopkins University Press, 2015
- Etienne F. Augé, *Petit traité de propagande à l'usage de ceux qui la subissent*, Bruxelles, De Boeck, 2007
- Romain Badouard, *Le désenchantement de l'internet. Désinformation, rumeur et propagande*, Paris, FYP éditions, 2017.
- Normand Baillargeon, *Petit cours d'autodéfense intellectuelle*, Montréal, Lux, 2006.
- Gregory Bateson, Jürgen Ruesch, *Communication et société*, Paris, Seuil, 1988 (1951)
- Lionel Bellenger, *La persuasion*, Paris, Presses universitaires de France, 1992 (1985)
- Edward Bernays, *Propaganda. Comment manipuler l'opinion en démocratie*, Paris, La Découverte, 2007 (1928)
- Loïc Blondiaux, *La fabrique de l'opinion. Une histoire sociale des sondages*, Paris, Seuil, 1998
- Jeff et Marie Blyskal, *PR : How the PR Industry Writes the News*, New York, William Morrow & Co., 1985.
- Sébastien Bohler, *La télé nuit-elle à votre santé ? 150 expériences de psychologie*, Paris, Dunod, 2010 (2008)
- Raymond Boudon, *L'art de se persuader des idées douteuses, fragiles ou fausses*, Paris, Fayard, 1990
- Philippe Breton, *La parole manipulée*, Paris La Découverte, 2010
- Gérald Bronner, *La démocratie des crédules*, Paris, PUF, 2013.
- James A. C. Brown, *Techniques of persuasion. From Propaganda to Brainwashing*, Londres, Penguin, 1963.
- Patrick Champagne, *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*, Paris, Les éditions de Minuit, 1990
- Monica Charlot, *La persuasion politique*, Paris, Armand Colin, « Dossiers U2 », 1970.
- Cicéron, *L'orateur idéal*, Paris, Payot, 2009 (46 av. J.-C.)
- Noam Chomsky, Herman Edward, *La fabrication du consentement. De la propagande médiatique en démocratie*, Marseille, Agone, 2008
- David Colon, *Propagande. La manipulation de masse dans le monde contemporain*, Paris, Belin, 2019.
- Evan Cornog, *The Power and the Story. How the Crafted Presidential Narrative Has Determined Political Success from George Washington to George W. Bush*, New York, Penguin Press, 2004.
- Scott M. Cutlip, *The Unseen Power. Public Relations: A History*, Londres, Routledge, 1994.
- Christian Delporte, *La France dans les yeux. Une histoire de la communication politique de 1930 à nos jours*, Paris, Flammarion, 2007.
- Sébastien Dieguez, *Total Bullshit. Au cœur de la post-vérité*, Paris, PUF, 2018.
- Jean-Marie Domenach, *La propagande politique*, Paris, PUF, « Que sais-je ? », 1979 (1950)
- Annie Duprat, *Images et histoire. Outils et méthodes d'analyse des documents iconographiques*, Paris, Belin, 2007
- Jacques Ellul, *Propagandes*, Paris, Economica, « Classiques des sciences sociales », 1990 (1962)
- Stewart Ewen, *Consciences sous influence. Publicité et genèse de la société de consommation*, Paris, Aubier, 1982 (1976)
- Stuart Ewen, *PR ! A Social History of Spin*, New York Basic Books, 1996
- Marc Ferro, *L'information en uniforme. Propagande, désinformation, censure et manipulation*, Paris, Ramsay, 1991.

PLAN DE COURS

- François Géré, *Dictionnaire de la désinformation*, Paris, Armand Colin, 2011
- Laurent Gervereau, *Terroriser, manipuler, convaincre ! Histoire mondiale de l'affiche politique*, Paris, Somogy éditions d'art, 1996
- Raoul Girardet, *Mythes et mythologies politiques*, Paris, Seuil, 1986
- Brooke Gladstone, Josh Neufeld, *La machine à influencer. Une histoire des médias*, Paris, Éditions ça et là, 2014 (2012)
- Serge Halimi, Dominique Vidal, Henri Maler, Mathias Reymond, *L'opinion, ça se travaille... Les médias et les « guerres justes »*, Paris, Agone, 2014.
- Kathleen Hall Jamieson, *Packaging the Presidency: History and Criticism of Presidential Campaign Advertising*, Oxford University Press, 1996
- Eric Hazan, *LQR. La propagande du quotidien*, Paris, Raisons d'Agir éditions, 2006
- François-Bernard Huyghe, *La désinformation. Les armes du faux*, Paris, Armand Colin, 2016.
- Don J. Jackson, Janet Helmick Beavin, Paul Watzlawick, *Une logique de la communication*, Paris, Seuil, 1972 (1967)
- Robert-Vincent Joule, Jean-Léon Beauvois, *La soumission librement consentie. Comment amener les gens à faire librement ce qu'ils doivent faire ?* Paris, PUF, 2017 (1998).
- Robert-Vincent Joule, Jean-Léon Beauvois, *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2014
- Garth S. Jowett, Victoria O'Donnell, *Propaganda & Persuasion*, Londres, Sage Éditions, 2014 (6^e édition)
- Jean-Noël Kapferer, *Les chemins de la persuasion. Le mode d'influence des médias et de la publicité sur les comportements*, Paris, Dunod, 1986 (1978)
- Viktor Klemperer, *LTI, la langue du Troisième Reich*, Paris, Pocket, 2003 (1947).
- Geneviève Laborde, *Influencer avec intégrité*, Paris, Interéditions, 2012 (1987).
- Robert Lenglet, *Lobbying & santé. Ou comment certains industriels font pression contre l'intérêt général*, Paris, Éditions Pascal, 2009.
- Sophie Mazet, *Manuel d'autodéfense intellectuelle*, Paris, Robert Laffont, 2017 (2015)
- Anne Morelli, *Principes élémentaires de propagande de guerre*, Bruxelles, Labor, 2010
- Vance Packard, *La persuasion clandestine*, Paris, Calmann-Lévy, 1984 (1958)
- Pascal, *L'art de persuader*, Paris, Payot & Rivages, 2017 (1658)
- Sheldon Rampton, John Stauber, *Une arme de persuasion massive. De la propagande dans la guerre de Bush en Irak*, Paris, Le Pré au clerc, 2004 (2003).
- Christian Salmon, *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, Paris, La Découverte, 2007
- Tali Sharot, *Comment on nous influence. Les méthodes de persuasion qui impactent notre cerveau*, Paris, Marabout, 2017.
- Jason Stanley, *How Propaganda Works*, Princeton University Press, 2015
- Fredrik Strömberg, *La propagande dans la BD. Un siècle de manipulations en images*, Paris, Eyrolles, 2010
- Larry Tye, *The Father of Spin. Edward L. Bernays and the Birth of Public Relations*, Victoria, Crown Publications, 1998.
- Vladimir Volkoff, *Petite histoire de la désinformation. Du cheval de Troie à Internet*, Paris, Éditions du Rocher, 1999
- Alain Woodrow, *Information Manipulation*, Paris, Éditions du Félin, 1990