Table des matières

Avant-Propos 9

Introduction 11

Manipulation et persuasion : tous manipulateurs ? 13

Manipulation, vérité et négation 14

I. Vérité, langage et savoir

1. Vérité et langage 19

Vérité et transaction 21

Vérité et véracité 22

2. Des savoirs aux imaginaires sociaux 23

Du savoir comme représentation sociale 25

Des imaginaires sociaux 26

3. « Savoirs de connaissance » et « savoirs de croyance » 27

Les savoirs de connaissance 28

Les savoirs de croyance 30

Le jeu entre savoirs 33

4. De quelques « figures de vérité » 36

La « vérité factuelle » 37

La « vérité scientifique » 38

La « vérité doctrinale » 39

La « vérité-conviction » 41

La « vérité-sincérité » 42

La « vérité-consensus » 43

5. Les domaines de vérité 45

La vérité en politique 46

II. La négation de la vérité

1. La négation de langue, un acte de présupposition 51
2. La négation de discours, un acte de « négativité » 54
La négation s'appliquant à des faits (« *ne pas voir* ») 55
La négation s'appliquant à un savoir (« *ne pas croire* ») 56
L'incitation à ne pas faire 56
La disqualification de l'autre 57
La neutralisation de l'autre 58
3. Le « mensonge » : nier la vérité-sincérité 59
Les effets du mensonge 59
Mensonge privé, mensonge public 60
4. La « dénégation » : le refoulement du savoir 62
La dénégation comme tabou 63
L'humour comme fausse justification 64
5. La « mauvaise foi » : le faux-semblant du savoir 65
La mauvaise foi comme mauvaise conscience 67
Mauvaise foi n'est pas mensonge 69
6. L'« imposture » : une usurpation de place 70
La substitution de personnes 73
La substitution de qualités 74
La substitution de contrats de communication 76
L'imposteur pris à son propre piège 77
7. Des stratégies de « faire croire » 79
Le cas du jeu théâtral 79
Le cas de l'écriture fictionnelle 79

III. Le discours manipulatoire

1. Stratégies et procédés du discours manipulatoire 85
2. La manipulation volontaire à effet de « consentement » 88
Par séduction pour faire rêver : le« discours publicitaire » 88
Par devoir moral pour faire agir : le « discours promotionnel » 90

3. La manipulation volontaire à effet de « mystification » : la propagande 91

La propagande tactique 91

La propagande prophétique 94

4. La manipulation volontaire à effet de « tromperie » : le mensonge en politique 95

La stratégie du « flou » 97

La stratégie du« déni » 97

La stratégie du « secret » 98

La stratégie de l'« ignorance » 100

5. La manipulation par la « peur » 101

Les peurs apocalyptiques: le discours de l'incontrôlable 102

Les peurs sociales : le discours de victimisation 104

6. La manipulation involontaire à effet d'« inquiétude » ou de « suspicion » 107

La rumeur 107

Les médias 109

Les sondages 112

7. Manipulation et manipulation 115

Les paradoxes de la manipulation 115

IV. La post-vérité

1. La « post-vérité », un mélange de *contre-vérités* 121

Qu'est-ce que des « faits objectifs » ? 123

2. La nature des « contre-vérités » 125

La négation d'un savoir établi 126

Le cas du révisionnisme historique 128

Du négationnisme au complotisme : le retournement de la charge de la preuve 130

L'invention de faits et d'explications 131

3. Des « motifs » à géométrie variable 133

La croyance absolue 134

L'intention de nuire, de capter, d'exister 134
L'amusement délétère 136
4. De l'« incrédulité » à la « crédulité » 137
Nous sommes des êtres « crédules » 137
Une vérité de « l'entre-soi » 139
5. Le relais des médias : le piège de la « saillance » 140
Un contrat citoyen et une déontologie 141
Des effets pervers 142
6. Le triomphe de la négation : « On nous ment » 146
Ne pas être dupe 147
Croire ce que l'on veut croire 148

Conclusion. Le temps des crises

Une crise de la communication 151
Une crise de la vérité 154
Une crise du savoir 155
Une crise de confiance 157