

Article sélectionné dans

La Matinale du 26/11/2017 [Découvrir l'application](http://ad.apsalar.com/api/v1/ad?re=0&st=359392885034&h=5bf9bea2436da250146b6e585542f4e74c75620e) (<http://ad.apsalar.com/api/v1/ad?re=0&st=359392885034&h=5bf9bea2436da250146b6e585542f4e74c75620e>)

« A quand une éducation sérieuse en sciences cognitives en France ? »

Dans une tribune au « Monde », deux spécialistes soulignent le développement des sciences comportementales, utilisées par les acteurs privés et les gouvernements pour élaborer leurs stratégies d'influence. Aider les citoyens à en prendre conscience est un enjeu majeur.

LE MONDE | 27.11.2017 à 06h00 • Mis à jour le 27.11.2017 à 09h48 | Par Joachim Son-Forget (Diplômé du CogMaster, le master de sciences cognitives de l'Ecole normale supérieure) et Vincent Berthet (Maître de conférences...)

Tribune. La récente polémique sur la présence ou non du tabac dans les films l'a rappelé : les citoyens sont la cible de multiples stratégies d'influence des acteurs privés et publics. Ceux-ci utilisent les leviers des sciences du comportement pour créer ou encourager la poursuite de comportements addictifs. Or ceux-ci menacent la santé physique et mentale des usagers et compliquent les politiques de santé publique, comme celles basées sur la prévention.

Si la connaissance des fondamentaux de la cognition humaine présente un intérêt collectif positif mais inquiétant éthiquement, elle présente également un intérêt individuel, en permettant au citoyen initié de se prémunir contre les influences dont il est la cible et de mieux maîtriser sa vie.

LES SCIENCES DU
COMPORTEMENT
OFFRENT
AUJOURD'HUI LES
VÉRITABLES CLÉS
DE L'INFLUENCE

Tout le monde cherche à influencer le comportement d'autrui : un parent qui apprend la politesse à son enfant, une entreprise qui souhaite inciter à consommer son produit, un gouvernement qui veut inciter à l'épargne. Les individus disposent partout dans le monde de connaissances empiriques et partielles des stratégies d'influence du comportement, du simple magicien de rue aux plus grands stratèges. Dans *L'Art de la guerre*, partant du principe que « *ce qui est familier n'attire pas l'attention* », Sun Tzu établit que « *provoquer insensiblement le changement est préférable à l'annoncer* ». Il suggérait qu'il était préférable de « *cacher dans la lumière* », car il est plus facile de dissimuler là où on s'y attend le moins.

Mais les sciences du comportement, en théorisant ces phénomènes, offrent aujourd'hui les véritables clés de l'influence. Par exemple, les sciences cognitives ont largement étudié le phénomène de cécité attentionnelle, cette faille cognitive qui peut être exploitée lorsqu'on agence des produits en rayon ou lorsqu'on formate un choix entre plusieurs options.

Le « nudge », influence non contraignante

Ces leviers sont utilisés pour servir des intérêts privés mais aussi, désormais, pour servir l'intérêt général. L'illustration la plus frappante est la méthode du « nudge » proposée par le juriste Cass Sunstein et l'économiste Richard Thaler, pionnier de l'économie comportementale et lauréat du prix Nobel d'économie 2017.

LES « NUDGES »
ONT AINSI
L'AVANTAGE
D'ÊTRE
EFFICACES À
MOINDRE COÛT
PAR RAPPORT
AUX OUTILS
CLASSIQUES DES
POLITIQUES
PUBLIQUES

Le « nudge » (une sorte de « coup de pouce ») consiste à influencer de façon non contraignante en arrangeant l'environnement de façon à biaiser le choix en faveur d'un comportement particulier. Le prototype de cette approche est la technique du choix par défaut, par exemple utilisée dans des formulaires d'achat de billets de vol low cost proposant des options précochées qu'on ne décochera pas par paresse ou inattention.

Ce simple paramètre de présentation de l'information peut significativement influencer les décisions individuelles telles que le consentement au don d'organes. Lorsqu'ils fonctionnent, les « nudges » ont ainsi l'avantage d'être efficaces à moindre coût par rapport aux outils classiques des politiques publiques (réglementations, incitations fiscales...).

Lire aussi : [Michel Desmurget : « La cigarette dans les films, un débat plus narquois qu'étayé »](http://idees/article/2017/11/26/michel-desmurget-la-cigarette-dans-les-films-un-debat-plus-narquois-qu-etaye) (idees/article/2017/11/26/michel-desmurget-la-cigarette-dans-les-films-un-debat-plus-narquois-qu-etaye_5220518_3232.html)

De nombreux gouvernements à travers le monde se sont dotés d'une « nudge squad » (administrations Obama, Cameron et Merkel notamment), dont l'objectif est d'orienter une multitude de comportements des citoyens : épargner davantage, manger plus sainement, rouler moins vite, etc. L'approche par le « nudge » constitue également une piste prometteuse pour appréhender la radicalisation et y trouver des solutions. Elle peut par exemple enrichir les méthodes de renseignement par la mise en place de « pièges cognitifs » sur le Net, ou diriger les individus radicalisés vers un nouveau modèle substitutif de rébellion sociale ou de convictions, plus anodin que celui malheureusement célèbre aujourd'hui.

Pour l'individu, une manière de se prémunir

En dépit d'un contexte international favorable et d'une richesse nationale en sciences cognitives, la France accuse un retard sérieux en matière d'application des sciences du comportement aux politiques publiques. Ce retard français résulte de la question majeure soulevée par les « nudges », celle de l'éthique de l'influence. Est-il acceptable que les pouvoirs publics usent ouvertement de stratégies qui reposent sur l'exploitation des biais cognitifs des citoyens ? Au-dessus de ce « paternalisme libertarien » plane l'ombre de la manipulation à l'heure où les théories du complot fleurissent à droite comme à gauche. A quand une « nudge squad » à la tête de l'Etat français auprès du président de la République ?

UN CITOYEN
SOUS INFLUENCE
EST-IL VRAIMENT
CE QUE
SOUHAITE UN
ETAT
RESPONSABLE ?

Un citoyen sous influence est-il vraiment ce que souhaite un Etat responsable ? Le temps n'est-il pas venu d'informer et d'éduquer dès le plus jeune âge les citoyens aux fondamentaux du fonctionnement cognitif au lieu d'exploiter leurs failles cognitives ? Dans un monde où les comportements sont au cœur de stratégies d'influence multiples dont la portée est décuplée par les outils numériques, il est probablement plus crucial d'enseigner aux jeunes élèves les principes de base du fonctionnement du cerveau que les figures de rhétorique du passé. Point besoin pour cela d'utiliser le préfixe « neuro » à tout-va, motif fallacieux pour cacher la vacuité des concepts, du « neuromarketing » à la « neuro-ergonomie ».

A quand une éducation sérieuse en sciences cognitives au collège ou au lycée en France ? Connaître les fondamentaux de la cognition humaine présente un intérêt à la fois collectif et individuel. Pour la société, ces connaissances permettent d'orienter les comportements dans le sens de l'intérêt général à l'issue d'une réflexion qui doit être dirigée par une certaine conception de l'éthique, de l'altruisme et du bien commun. Pour l'individu, elles lui offrent la possibilité de se prémunir des multiples influences dont il est la cible et de prendre le contrôle de sa propre vie. Au-delà, cette connaissance arme tout un chacun pour comprendre la société technologique de demain.

Vincent Berthet est aussi chercheur associé au Centre d'économie de la Sorbonne et chargé de mission au ministère de l'enseignement supérieur, de la recherche et de l'innovation.

Joachim Son-Forget est également député La République en marche (LRM) de la 6e circonscription des Français de l'étranger, et docteur en neurosciences de l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne. Il co-dirige le think-tank Global Variations, qui étudie les effets de l'innovation sur la gouvernance globale.
