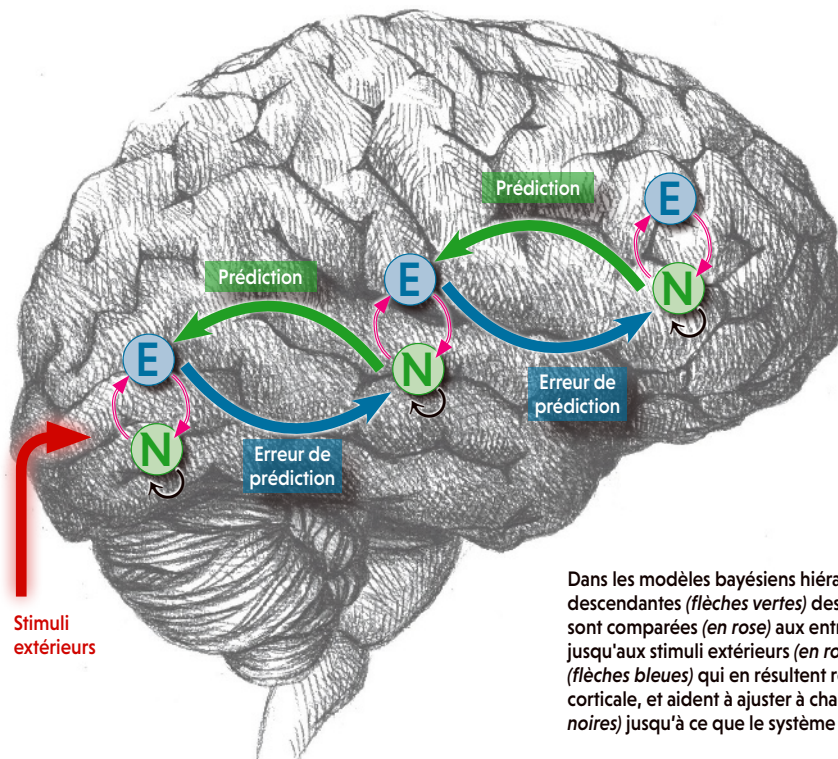




Dans les modèles bayésiens hiérarchiques, les prédictions descendantes (flèches vertes) des niveaux corticaux (N) supérieurs sont comparées (en rose) aux entrées des niveaux inférieurs (E) jusqu'aux stimuli extérieurs (en rouge). Les erreurs de prédiction (flèches bleues) qui en résultent remontent dans la hiérarchie corticale, et aident à ajuster à chaque niveau les prédictions (flèches noires) jusqu'à ce que le système parvienne à les réduire.

prédictions hiérarchiques simulant la structure causale, logique et temporelle du monde. Elles influent alors directement sur la perception et la prise de décision, sans que l'on soit nécessairement conscient de cette influence. En miroir avec l'inconscient freudien, ces représentations inconscientes peuvent devenir conscientes au cours de l'inférence perceptive, et les représentations conscientes peuvent devenir inconscientes au cours de la mise à jour hiérarchique des croyances.

L'INCERTITUDE DU MONDE

Mais alors, quel est l'impact de la conscience sur ces processus inconscients encodés dans l'anatomie fonctionnelle du cortex ? À mesure que nous évoluons dans notre environnement, notre cerveau inscrit la structure statistique du monde dans son anatomie fonctionnelle, afin de simuler ensuite la charpente causale de son environnement. Les modifications de la connectivité synaptique nous permettent d'encoder cette expérience en modifiant nos croyances. Plutôt que de voir la conscience comme une instance de contrôle régulant les phénomènes inconscients, on peut alors l'imaginer comme un catalyseur des attentes prédictives et des entrées sensorielles, définissant la structure phénoménologique de nouvelles associations à encoder. Grâce à elle, en capitalisant sur l'héritage de notre passé et sur une simulation à long terme de notre avenir, nous minimisons l'incertitude du monde. ■

BIBLIOGRAPHIE

- J. HOHWY, Priors in perception: Top-down modulation, Bayesian perceptual learning rate, and prediction error minimization, *Conscious Cogn.*, vol. 47, pp. 75-85, 2017.
- J. HOHWY, *The Predictive Mind*, Oxford University Press, Oxford, 2013.
- S. KIEBEL ET AL., A hierarchy of time-scales and the brain, *PLoS Comput. Biol.*, vol. 4(11), art. e1000209, 2008.
- T. SHULTZ, The Bayesian revolution approaches psychological development, *Developmental Science*, vol. 10, pp. 357-364, 2007.
- D. KNILL ET A. POUGET, The Bayesian brain: The role of uncertainty in neural coding and computation, *Trends in Neurosciences*, vol. 27(12), pp. 712-719, 2004.





CET INCONSCIENT QUI NOUS GOUVERNE

L'inconscient, en traitant une multitude d'informations sans que nous nous en apercevions, nous rend manipulables. Des stimuli présentés très brièvement orientent nos décisions en de multiples domaines comme nos choix politiques, nos amitiés, nos goûts... Qui plus est, nombre de comportements inconscients ont été façonnés par la sélection naturelle. Mais ce qui présentait un avantage évolutif pour nos ancêtres nous joue souvent des tours aujourd'hui. Certains ont bien compris ces failles et s'en servent pour orienter nos actes d'achat. Une seule parade : comprendre les mécanismes en jeu pour reprendre la main.

L'ESSENTIEL

● Notre cerveau prend une foule de décisions chaque jour, sans même que nous nous en apercevions.

● Ces choix inconscients nous font souvent gagner du temps, mais ont parfois des conséquences néfastes.

● Dans certains cas, les mettre en lumière suffit à les neutraliser.

L'AUTEUR



JOHN BARGH
est professeur de
psychologie à l'université
Yale, aux États-Unis.

Empêcher l'inconscient de dicter sa loi

Choix politiques, amitiés, comportements d'achat, altruisme... tout cela serait dicté par des mécanismes cérébraux qui nous échappent en grande partie. Comment reprendre la main ?

L

orsque les psychologues essaient de comprendre comment fonctionne notre esprit, ils parviennent souvent à une conclusion surprenante : nous prenons régulièrement des décisions sans y avoir réfléchi – ou, plus précisément, sans y avoir réfléchi consciemment. Lorsque nous décidons pour qui voter, ce que nous allons acheter, où partir en vacances, par

exemple, nous ne mesurons pas que c'est notre inconscient qui est aux commandes, ou du moins qu'il joue un rôle essentiel. De plus en plus de résultats de recherche confirment à quel point il dicte sa loi.

QUAND L'INCONSCIENT VOTE

L'une des études les plus connues sur le pouvoir de l'inconscient concerne la façon dont nous décidons des candidats que nous souhaitons voir élus. Dans une expérience réalisée aux États-Unis, les participants disposaient d'un temps très court (quelques dixièmes de seconde) pour observer des photographies. Il s'agissait de candidats à des postes de gouverneur ou de sénateur dans des États différents de ceux où les sujets de l'expérience votaient réellement. Ensuite, on leur demandait de prédire si ces candidats seraient ou non élus. De façon tout à fait surprenante, ce petit sondage se révéla cohérent avec le choix que les électeurs des États concernés firent au moment des ➤



➤ élections réelles. Dans deux élections sur trois, les sujets avaient réussi à prévoir quels seraient les résultats, simplement en regardant une photographie des candidats en moins de temps qu'il n'en faut pour cligner des yeux. Les électeurs réels avaient sans doute arrêté leur choix de la même façon, inconsciemment.

Depuis plus de cent ans, les scientifiques qui étudient comment fonctionne le cerveau s'intéressent au rôle des influences non conscientes sur nos pensées et nos actes. Tout au long de ses écrits, Sigmund Freud présentait la conscience comme le lieu des pensées et émotions rationnelles, et l'inconscient comme celui de l'irrationnel. Mais les psychologues cognitifs contemporains ont repensé l'approche freudienne. Ils montrent que les deux types de processus coopèrent pour répondre aux défis auxquels nous sommes confrontés depuis l'âge de pierre – qu'il s'agisse de chasser le mammouth, d'exécuter des joutes équestres ou de voter dans une démocratie.

LE ÇA ET LE MOI RELÉGUÉS AUX OUBLIETTES

La psychologie postfreudienne a relégué le ça et le moi aux oubliettes de la psychanalyse, et adopté une vision plus pragmatique de ce qui définit le soi non conscient. Les deux systèmes de pensée (implicite et explicite) décrits par le Prix Nobel Daniel Kahneman présentent les processus de pensée automatiques (le système implicite) comme rapides, efficaces et hors du domaine de la pensée consciente (explicite), autrement dit dépourvus de délibération ou de planification. Ils ne requièrent qu'un simple stimulus : les mots sur cette page, par exemple, se connectent sans effort à leur sens dans votre tête. Au contraire, les processus contrôlés exigent un engagement déterminé et relativement lent de la pensée consciente ; c'est le cas, par exemple, des efforts que l'on doit fournir pour remplir sa déclaration de revenus.

Tout comme le ça et le moi de Freud, le système implicite automatique et le système explicite contrôlé se complètent, mais s'opposent aussi parfois. Il faut réagir instinctivement pour éviter une voiture, mais il faut aussi que nous nous contrôlions pour ne pas donner un coup de poing au chauffard qui a failli nous renverser.

De façon générale, plus l'influence de l'inconscient est forte, plus le contrôle cognitif conscient doit être important pour la surmonter. C'est particulièrement vrai de certains comportements : celui du sujet alcoolique qui, à peine rentré chez lui le soir, se verse un verre ; celui de la personne en surpoids qui ouvre un paquet de chips...

Pour ne pas se laisser submerger par des pulsions difficiles à maîtriser, il faut comprendre



le rôle de l'inconscient. La capacité à réguler son comportement – qu'il s'agisse de se faire des amis, de s'adapter à un nouvel emploi ou de réduire une consommation excessive d'alcool – ne dépend pas seulement des gènes, du tempérament et du soutien de l'entourage. Elle découle aussi de la capacité à identifier ses pulsions ou émotions automatiques, et à les surmonter. Pour avancer dans la vie, nous devons apprendre à composer avec notre inconscient.

LA PREMIÈRE IMPRESSION

Les jugements que nous émettons sur les autres, notamment, sont en grande partie automatiques. Nous interagissons souvent avec des inconnus, que nous ne voyons qu'une seule fois. C'est le cas, par exemple, des personnes croisées dans la queue au cinéma, des caissiers de supermarchés, des chauffeurs de taxi, des serveurs de restaurant, etc. Dès que nous apercevons quelqu'un, une première impression se dessine avant même que nous n'ayons commencé à lui parler. Nous lui associons inconsciemment un comportement et une personnalité, même si nous ne disposons que d'informations très limitées. Nous nous attendons à ce que les serveurs se comportent d'une certaine façon, différente de celle des bibliothécaires ou des chauffeurs de poids lourds.

Ces *a priori* nous viennent à l'esprit sans que nous y pensions, simplement d'après la position sociale d'une personne. Et les stéréotypes qui nous influencent sont loin de se limiter à cet aspect. Dès que nous rencontrons un inconnu, nous notons la couleur de sa peau, son sexe, son âge – caractéristiques qui, une fois perçues, se connectent automatiquement à des stéréotypes sur la façon dont les membres de ce groupe sont

Les expériences de psychologie révèlent que nous sommes en permanence influencés par des stéréotypes inconscients, qui portent par exemple sur les minorités ethniques, les femmes ou la position sociale.

supposés se comporter. Ces croyances relatives à un groupe social – hostile, paresseux, agréable, plein de ressources, etc. – sont souvent incorrectes pour l'individu qui se tient face à nous; en général, il n'a rien fait pour les justifier, qu'elles soient bonnes ou mauvaises.

DES PRÉJUGÉS TENACES

Mais elles sont difficiles à contrôler, car il s'agit de réactions réflexes; nous devons exercer un effort volontaire et conscient pour nous défaire de nos préjugés. Ces réactions réflexes persistent souvent, même si elles sont contraires à nos pensées conscientes. Nombre de personnes qui affirment avoir une attitude positive à l'égard des minorités sont étonnées lorsque les scientifiques leur montrent par des tests simples qu'elles sont loin de réagir comme elles le croient.

Dans un de ces tests, par exemple, on demande aux sujets d'indiquer les qualités d'animaux présentés sur un écran d'ordinateur – un chiot peut être gentil, une araignée méchante. Ensuite, on présente une série de visages de personnes appartenant à différentes ethnies, et le sujet doit les classer en «Noir», «Blanc», etc. À l'insu du sujet, on utilise alors une astuce: les mêmes boutons servent pour les deux expériences. Le bouton de gauche peut par exemple correspondre à «gentil» dans la première expérience et «Blanc» dans la seconde, et celui de droite à «méchante» et «Noir».

Dans une autre série d'expériences, on inverse ces associations. On montre alors que les participants blancs mettent plus de temps à appuyer sur le bouton «Noir» quand ce dernier a été associé précédemment à «gentil» que lorsqu'il a été associé à «méchante». De nombreuses personnes qui se croient dénuées de préjugés envers les minorités sont surprises par l'allongement du temps de réaction nécessaire pour appuyer sur le bouton «gentil»/«Noir». Il n'est jamais facile de se débarrasser des stéréotypes.

Ces réactions compliquent les relations entre les personnes et menacent l'équité dans les cours de justice, à l'école ou au bureau, précisément parce qu'elles sont inconscientes et influent sur nos pensées et nos actes. Au lieu de reconnaître que nous sommes victimes d'un biais raciste, nous prêtons parfois une attention exagérée à une caractéristique négative de notre interlocuteur. Ainsi, sans s'en rendre compte, un examinateur à un concours risque de se focaliser sur une note médiocre figurant dans le dossier de candidature, bon par ailleurs, d'un étudiant appartenant à une

minorité. Alors qu'il l'aurait relativisée pour un autre candidat.

Bien que les chercheurs qui étudient la perception sociale inconsciente se soient souvent limités aux stéréotypes et aux préjugés, ce domaine est beaucoup plus vaste. En général, les gens ont du mal à démêler la cause de leurs sentiments négatifs ou positifs, et se trompent souvent. Dans une expérience classique, des psychologues ont montré que la météo exerce une influence notable sur nos jugements et nos choix. Les expérimentateurs demandaient à des personnes interrogées par téléphone de donner une appréciation sur leur existence: et leur vie tout entière semblait d'autant plus ensoleillée qu'il faisait beau! Mais dès qu'on attirait leur attention sur le temps qu'il faisait dehors, leurs sentiments cessaient d'être influencés par le soleil ou la pluie. Comme si la prise de conscience de cet effet suffisait à le faire disparaître.

COMME DES RATS?

Les pensées et les sentiments inconscients ne pèsent pas seulement sur la façon dont nous nous percevons et dont nous percevons le monde. Ils influencent aussi nos actes. Un phénomène qui alimente les débats depuis des décennies. Pendant une bonne partie du xx^e siècle, Burrhus Frederic Skinner et l'école behavioriste de psychologie ont soutenu que nos actions étaient entièrement sous le contrôle de nos sens, et que l'intention consciente ne jouait aucun rôle.

Cette idée reposait sur une expérience dans laquelle un rat apprend petit à petit, au fil de ses tentatives réussies et de ses échecs, qu'en appuyant sur une barre avec son museau, il obtiendra systématiquement une boulette de nourriture. Selon Skinner, nous agissons toujours comme le rat, il nous suffit de trouver le bon levier à actionner: c'est ce que nous faisons quand nous glissons une pièce de un euro dans un distributeur pour obtenir une boisson.

Au cours des années 1960, le behaviorisme a été discrédité par divers résultats de recherche. Néanmoins, la thèse opposée, d'après laquelle notre comportement serait toujours sous le contrôle de la conscience et jamais déclenché par un stimulus extérieur, est tout aussi fautive.

Le simple fait de regarder ou d'écouter quelqu'un nous influence à notre insu. Nous avons tous une tendance naturelle à imiter le comportement d'autrui – les expressions faciales, les mouvements des bras et des mains, les postures... Cette tendance est fréquente dans le monde animal, qu'il s'agisse ➤

LES RÉACTIONS INCONSCIENTES COMPLIQUENT LES RELATIONS ENTRE LES GENS ET MENACENT L'ÉQUITÉ DANS LES COURS DE JUSTICE, À L'ÉCOLE OU AU BUREAU

- des bancs de poissons, des troupes d'antilopes ou des nuées d'oiseaux, qui coordonnent leur comportement de façon telle qu'ils semblent se déplacer comme un seul organisme. Chez l'être humain, on observe cette propension à imiter spontanément autrui chez les tout-petits et même chez les nourrissons. Selon les psychologues, cette capacité nous aide à apprendre le langage et divers comportements des parents.

L'EFFET CAMÉLÉON

La tendance à imiter les autres ne disparaît cependant pas avec l'enfance. Dans ce que l'on nomme l'«effet caméléon», on identifie le fait d'adopter inconsciemment les postures et divers comportements de ses interlocuteurs, comme la façon de croiser les jambes et les bras, ou de se gratter la tête. Dans une soirée, ce mimétisme persiste jusqu'à ce que vous commenciez à discuter avec un nouvel interlocuteur... dont vous ne tarderez pas à adopter les poses et les gestes, tel un caméléon qui se fond dans son environnement. D'un point de vue adaptatif, imiter ce que font les autres semble une sage stratégie, surtout quand on ne sait pas bien comment se comporter dans telle ou telle situation.

L'adage «À Rome, fais comme les Romains» est sensé parce qu'on peut supposer que les personnes que l'on côtoie n'adopteront pas de

comportements dangereux ou socialement inappropriés. Comme l'ont montré Paula Niedenthal, Robert Zajonc et leurs collègues de l'université du Michigan, cette tendance à l'imitation a une conséquence fascinante chez les personnes en couple depuis des décennies: elles finissent par se ressembler de plus en plus, probablement parce qu'elles adoptent inconsciemment les expressions faciales et les postures de leur partenaire.

L'imitation favorise aussi la cohésion sociale, sans besoin de consignes explicites: attendre patiemment dans une longue file encourage les autres à faire de même; tenir la porte à son voisin, calmer son chien et ne pas dégrader les espaces communs incite ses congénères à adopter la même attitude.

Enfin, l'imitation inconsciente stimule l'empathie vis-à-vis d'autrui. Cette «colle sociale» crée un sentiment d'intimité même entre des personnes qui ne se connaissent pas. La forme d'imitation la plus importante se produit lorsque deux ou plusieurs personnes s'engagent en même temps dans une activité identique: c'est le cas des soldats qui défilent, ou des croyants qui chantent ensemble un psaume. La recherche sur la synchronisation comportementale a montré qu'elle a pour effet d'augmenter la coopération même si les personnes impliquées ne se sont jamais rencontrées auparavant.

AMORCÉS PAR NOTRE INCONSCIENT

Les expériences dites «d'amorçage» sont une des meilleures preuves du travail souterrain de notre inconscient. Dans l'une d'elles, on demande à un sujet d'appuyer sur un bouton dès qu'il voit apparaître sur l'écran un chiffre inférieur à 5. Lors de la première phase de l'expérience, on enregistre le temps qu'il met pour réagir. Puis on fait apparaître sur l'écran un chiffre inférieur à 5, par exemple 2, de façon subliminale, c'est-à-dire trop vite pour qu'il en ait conscience. Si le chiffre suivant est aussi inférieur à 5, cet amorçage suffit à raccourcir le temps de réaction du sujet, car son inconscient l'a préparé à appuyer sur le bouton. En revanche, le temps de réponse augmente si ce chiffre est supérieur à 5.



UN STIMULUS PERÇU INCONSCIEMMENT SUFFIT À NOUS INCITER À POURSUIVRE UN OBJECTIF, SANS MÊME QUE NOUS NE SACHIONS D'OÙ NOUS EST VENUE CETTE IDÉE

Malheureusement, la tendance naturelle à l'imitation a aussi des effets négatifs. Comme l'ont montré le psychologue Kees Keizer et ses collègues de l'université de Groningue, aux Pays-Bas, un méfait en entraîne un autre. Ces chercheurs avaient dessiné des graffitis sur le mur d'une allée; peu après, les déchets se sont accumulés et des tracts ont été déposés sur les vélos garés le long de l'allée. Inversement, lutter contre les graffitis et autres petites incivilités peut améliorer notablement la qualité de vie en milieu urbain.

LE CARREAU CASSÉ

C'est la théorie du carreau cassé, dont s'est inspiré le maire de New York, Rudy Giuliani. Au milieu des années 1990, il a mis en place une application stricte des lois contre les infractions mineures – jeter des débris par terre, traverser en dehors des clous ou se livrer à des actes de vandalisme; la diminution notable de la criminalité pendant cette période a été en partie attribuée à cette pratique.

La tendance à imiter les autres va souvent au-delà de la simple reproduction des gestes et des expressions faciales. Parfois, quelqu'un va jusqu'à adopter certains traits de la personnalité d'autrui. Quand on rencontre une personne ou qu'on se la remémore, un processus mental inconscient se déclenche parfois, qui «amorce» certains comportements caractéristiques de cette personne.

Des études ont par exemple montré que des étudiants exposés à des mots associés aux personnes âgées – perte de mémoire, canne, fauteuil – marchent ensuite plus lentement dans les couloirs quand ils quittent la salle d'expériences, ce qui correspond au stéréotype que les personnes âgées sont lentes et faibles. De même, des mots ou des «images amorces» liées à la représentation stéréotypée d'une infirmière conduisent à une augmentation des comportements d'entraide, et le fait d'amorcer des comportements associés aux politiciens augmente la durée des prises de parole. Tous ces effets semblent se produire inconsciemment, sans que les participants réalisent la façon dont leur comportement a été influencé.

Le simple fait de suggérer un stéréotype concernant son ethnie ou son genre à une

personne peut réduire sa performance scolaire ou professionnelle – c'est ce qu'on appelle la «menace du stéréotype». Dans une série d'expériences, Claude Steele, de l'université Stanford, aux États-Unis, a demandé à des étudiants de remplir un questionnaire dans lequel on les interrogeait sur leur appartenance ethnique, juste avant qu'ils ne passent un examen; or quand ils étaient issus d'une minorité, cela avait un impact négatif sur leurs performances ultérieures.

LE POUVOIR D'UN STÉRÉOTYPE

Nalini Ambady, également à l'université Stanford, a montré que même les petites filles de la garderie du campus de Harvard ont de moins bons résultats à un test élémentaire de mathématiques, si on commence par leur rappeler de façon discrète qu'elles sont des filles. Quant aux stéréotypes positifs, ils ont l'effet inverse. Dans l'étude réalisée à la garderie, les petites filles d'origine asiatique obtiennent en moyenne de meilleurs résultats quand on leur rappelle leur origine ethnique, tandis qu'elles échouent si l'amorçage leur rappelle qu'elles sont des filles.

La reproductibilité de certaines de ces études sur l'amorçage a récemment fait l'objet de controverses, mais celles-ci ne remettent pas en cause l'influence des processus inconscients sur notre comportement (*voir l'encadré page ci-contre*). Reste que le pouvoir de l'amorçage est parfois surestimé. Ainsi, on a un temps pensé que si l'on affichait sur un écran de cinéma «Mangez du pop-corn», de façon subliminale, c'est-à-dire si brièvement que l'on ne pouvait en avoir conscience, les ventes de pop-corn augmenteraient (*voir La vérité sur les images subliminales, par J.-B. Légal, page 60*). Les inquiétudes à propos de la publicité subliminale sont apparues au cours des années 1950 avec l'ouvrage de Vance Packard, *The Hidden Persuaders* («La Persuasion clandestine»).

Il s'est avéré par la suite que la plupart des affirmations de Packard étaient fausses, mais beaucoup se demandent encore aujourd'hui s'il est possible que des messages subliminaux influent sur le comportement des consommateurs. Des données récentes ont effectivement montré que si une personne est déjà motivée pour réaliser une action – se désaltérer par exemple – un message subliminal mettant en avant une marque de boisson peut l'orienter vers cette marque. Les publicités non subliminales ont également un effet puissant sur notre inconscient (*voir Le pouvoir occulte des publicités, par D. Courbet, page 68*). Ce n'est pas parce que nous sommes conscients d'un message publicitaire et que nous croyons donc en contrôler les effets qu'il n'influe pas sur notre comportement.

D'autres influences inconscientes viennent de notre propre corps. Dans les ➤

LA CRISE ACTUELLE EN PSYCHOLOGIE NE REMET PAS EN CAUSE LE RÔLE DE L'INCONSCIENT

Depuis quelques années, la psychologie connaît une crise importante, car de nombreux travaux visant à reproduire certains résultats se sont soldés par un échec. Des rapports ont notamment remis en cause diverses études sur l'influence de l'inconscient – par exemple celle ayant montré que les gens marchent plus lentement après avoir entendu des mots associés à la vieillesse. Toutefois, ces rapports omettent généralement de préciser que dans bien d'autres cas, les tentatives de réplication ont été couronnées de succès. Les recherches sur les pensées et les comportements inconscients ont même trouvé un nouveau souffle. Ces études ont confirmé qu'un geste inconscient

ou un mot anodin peut déclencher ce que les psychologues nomment un « amorçage », c'est-à-dire orienter une décision, un choix, un comportement. Elles montrent aussi que les motivations subliminales utilisent les mêmes processus mentaux – la mémoire de travail et les fonctions exécutives – que les actes conscients, et que les gens se méprennent souvent sur les raisons de leurs comportements, car ils sont influencés par des pulsions inconscientes. Des expériences d'imagerie nous ont aussi renseignés sur le fonctionnement des régions cérébrales activées par les indices inconscients, et ainsi sur les bases physiologiques des effets d'amorçage. Par exemple, des scanners cérébraux montrent que

les zones qui s'allument lors de la perception d'une surface « rugueuse » ou « lisse » s'activent aussi quand une personne a (ou n'a pas) des difficultés à interagir avec quelqu'un d'autre ; en d'autres termes, pour cette personne, l'interaction est rugueuse ou lisse. De même, les régions du tronc cérébral qui réagissent à la chaleur répondent aussi à la bienveillance et à la générosité associées aux interactions sociales « chaleureuses ». La question n'est pas de savoir si les influences inconscientes sont réelles et peuvent être répliquées – elles le sont et l'ont souvent été –, mais plutôt pourquoi certains chercheurs parviennent à reproduire ces effets et d'autres non. Des problèmes méthodologiques sont

probablement en cause : nombre d'études qui n'ont pu être reproduites se sont fondées sur des mots ou des phrases pour amorcer un comportement, tandis que l'utilisation de stimuli plus naturels, comme des images, s'est révélée plus concluante ; ce sont ces stimuli qui sont importants pour l'amorçage inconscient dans la vie de tous les jours. Il reste beaucoup à faire, mais une chose est déjà sûre : l'inconscient influe sur le jugement, les émotions, le comportement et la motivation, et ces influences ont des répercussions quotidiennes sur chacun de nous et sur la société dans son ensemble.

➤ années 1980, Fritz Strack, à l'université de Würzburg, en Allemagne, et ses collègues ont montré que nos expressions faciales involontaires – sourires ou froncements de sourcils, par exemple – modulent notre état d'esprit. Dans leurs expériences, ils demandaient par exemple aux participants de tenir un crayon soit entre les dents – activant les muscles qui servent à sourire –, soit entre les lèvres – contractant les muscles associés à une grimace –, puis de dire s'ils aimaient ou pas un objet qu'on leur présentait. Or l'expression qu'ils affichaient a influé sur leur jugement : ils avaient par exemple davantage tendance à apprécier l'objet lorsqu'ils souriaient. La conformation de leur visage amorçait donc l'état psychologique correspondant.

MACBETH ET PONCE PILATE

Dans le même ordre d'idées, des études plus récentes ont montré que se souvenir d'un incident au cours duquel on a blessé quelqu'un pousse à aider autrui – une façon de compenser cet acte répréhensible. Plus étonnant : le simple fait de se laver les mains entraîne la disparition

de la culpabilité ! Dans une de ces études, en effet, les participants devaient se remémorer un comportement qui leur faisait honte, puis on demandait à une partie d'entre eux de se laver les mains, prétendument pour éviter de disséminer le virus de la grippe. Leur propension à se montrer amical ou serviable pour compenser leur culpabilité s'évanouissait alors. Ce phénomène est souvent nommé « effet Macbeth », en référence à Lady Macbeth qui, dans la pièce de Shakespeare, se lave les mains de façon compulsive après avoir poussé son mari à tuer le roi.

De même, une protection contre la maladie semble aussi nous rassurer sur le plan social ou politique. Dans une étude, des sujets appartenant à un courant politique conservateur se sont montrés plus accueillants vis-à-vis d'immigrants lorsqu'ils venaient de se faire vacciner contre le virus de la grippe H1N1. Comme si, se sentant protégés, ils cessaient de percevoir ces nouveaux arrivants comme des envahisseurs menaçant la culture de leur pays.

Cette propension de notre inconscient à transgresser les frontières est particulièrement visible dans les métaphores. Chacun sait

ce qu'on entend par une amie «proche» ou un père «froid». Une théorie récente, dite «de l'échafaudage conceptuel», affirme que nous utilisons souvent des métaphores parce que nos concepts s'ancrent dans notre perception physique du monde environnant. En conséquence, nos sensations influencent notre jugement et nos comportements, sans que nous en ayons conscience. Ainsi, dans des expériences de psychologie, des participants qui touchaient une tasse de café brûlant évaluaient autrui comme étant plus «chaleureux», plus amical et plus généreux que ceux qui tenaient, par exemple, un verre contenant un café frappé. De même, quand un sujet était assis sur un siège dur pendant une négociation, il adoptait une ligne plus «dure» et acceptait moins les compromis que s'il était installé dans un fauteuil confortable.

Plus généralement, nous avons tendance à évaluer de façon grossière tout ce avec quoi nous entrons en contact et à nous laisser influencer par nos réactions inconscientes d'attraction ou de rejet. Le psychologue clinicien Reinout Wiers, de l'université d'Amsterdam, est récemment parti de ce constat pour mettre au point une approche thérapeutique efficace contre l'alcoolisme et la toxicomanie. Au cours du traitement, les sujets devaient observer diverses images associées à l'abus d'alcool, tout en repoussant un levier de façon répétée. Les psychologues ont observé que ce simple geste physique de rejet se traduisait dans le mental des participants, qui développaient par la suite une conduite d'évitement de l'alcool. Ils finissaient même par éprouver une véritable aversion vis-à-vis de cette substance et rechutaient moins au bout d'un an que des sujets témoins n'ayant pas subi cet entraînement.

NOTRE INCONSCIENT DICTE-T-IL NOS DESIRS ?

Dans le domaine des influences inconscientes, le travail expérimental le plus récent s'intéresse aux motivations et tente de répondre à la question : que voulons-nous ? C'était bien sûr une des principales préoccupations de Sigmund Freud. Les théories modernes de la motivation diffèrent de celle proposée par le neurologue autrichien, parce qu'elles ne sont plus issues d'études de personnes présentant une maladie psychique. En outre, elles s'intègrent dans un système psychologique global, le même pour tous, et qui peut fonctionner en mode conscient ou inconscient, alors que l'inconscient de Freud a ses propres règles, distinctes de celles qui contrôlent l'activité consciente.

En fait, en étudiant la psychologie du désir, les chercheurs ont découvert que la façon d'atteindre un objectif est à peu près la même, que

nous agissions de façon consciente ou non. Dans une expérience, Mathias Pessiglione et Chris Frith, alors au centre Wellcome Trust d'imagerie cérébrale de l'université de Londres, ont demandé à des sujets de repousser un levier aussi vite que possible quand on le leur demandait. Avant chaque essai, les sujets recevaient un indice soit conscient, soit subliminal, sur la récompense qu'ils obtiendraient. Or ils ont réagi de la même façon dans les deux cas – en poussant plus vite sur le levier quand la récompense s'annonçait importante. L'imagerie cérébrale a révélé que les aires de la motivation s'activaient au cours de tous les tests, que la récompense soit présentée de façon consciente ou subliminale. Cette étude, avec d'autres, suggère qu'un stimulus perçu inconsciemment suffit à inciter une personne à poursuivre un objectif, sans même qu'elle ne sache d'où lui est venue cette idée. Nul besoin de délibération consciente ou de libre arbitre !

L'INFLUENCE DU POUVOIR

Notre inconscient nous incite non seulement à choisir telle ou telle option, mais aussi à trouver la motivation pour agir. Les psychologues ont constaté depuis longtemps que les personnes à qui, dans une expérience, on attribue une position dominante, adoptent souvent des comportements égoïstes et corrompus, faisant passer leur intérêt personnel avant tout. Ainsi, dans une étude menée au sein d'une salle de classe, des participants à qui l'on demandait de s'asseoir au bureau du professeur hésitaient moins à exprimer des sentiments racistes et antisociaux que ceux installés à la place des étudiants.

Heureusement, de nombreuses personnes recherchent le bien-être d'autrui ; c'est le cas notamment des parents qui placent l'intérêt de leurs enfants avant le leur. Les individus attentifs aux autres le restent-ils lorsqu'ils occupent une position de pouvoir ? Diverses études ont montré qu'ils conservent en effet des attitudes altruistes, sans avoir conscience de leurs motivations. Ils sont aussi plus soucieux de ce que les autres pensent d'eux et moins sensibles aux stéréotypes racistes. Dans leur cas, le pouvoir les a bien motivés à poursuivre leurs objectifs personnels, mais ceux-ci étaient plus orientés vers l'intérêt de la communauté.

Freud a expliqué avec force détails comment nos désirs insatisfaits s'expriment par les images et les histoires qui peuplent nos rêves. La recherche récente explique de façon plus pragmatique comment notre inconscient contrôle la façon dont nous interagissons avec notre patron, nos parents, nos conjoints, nos enfants. Il dicte sa loi à chaque instant de notre vie, que nous soyons éveillés ou engloutis dans les profondeurs d'un rêve. ■

BIBLIOGRAPHIE

J. HUANG ET J. BARGH, *The selfish goal: Autonomously operating motivational structures as the proximate cause of human judgment and behavior*, *Behavioral and Brain Sciences*, vol. 37, pp. 121-135, 2014.

S. KOUIDER, *La conscience : dans une impasse ?*, *Cerveau & Psycho*, n° 56, pp. 38-45, 2013.

J. BARGH ET AL., *Automaticity in social-cognitive processes*, *Trends in Cognitive Sciences*, vol. 16, n° 12, pp. 593-605, 2012.

La vérité sur les images subliminales

Les images subliminales sont auréolées de mystère. Ont-elles, ou non, le pouvoir d'influer sur nos comportements ? Oui. Du moins en laboratoire...

P

our peu que l'on y prête attention, les références au «subliminal» et à son utilisation reviennent fréquemment dans les médias ou les conversations. C'est notamment le cas depuis des lustres dans les films ou les séries télévisées, où l'on trouve quelques exemples célèbres : *Fight Club*, de David Fincher, où le personnage de Tyler Durden insère des images

subliminales pornographiques dans les dessins animés à des fins idéologiques ; *Invasion Los Angeles*, de John Carpenter, où des extraterrestres utilisent des messages subliminaux de façon à manipuler et contrôler la population humaine. Citons encore la série *Columbo*, où dans l'épisode intitulé «Subconscient», l'inspecteur finit par confondre un publicitaire utilisateur d'images subliminales à des fins commerciales, mais aussi criminelles ; les *Simpsons*, où Homer devient plus intelligent en écoutant des messages subliminaux durant son sommeil... Cette liste est loin d'être exhaustive.

Une rapide requête concernant le mot «subliminal» dans votre moteur de recherche donnera également un nombre très élevé de résultats, allant des dernières recherches scientifiques en passant par les théories du complot, les manipulations de masse et les promesses