



Offre DÉCOUVERTE

POUR LA
SCIENCE

Le magazine mensuel
Pour la Science (12 n°s/an)

4,90 €/mois
seulement
ou 59€ pour 1 an

VOS AVANTAGES ABONNÉ

- ✓ 24 % d'économie et plus par rapport au prix en kiosque
- ✓ L'envoi des magazines en avant-première
- ✓ La garantie de ne manquer aucun numéro

BULLETIN D'OFFRE DÉCOUVERTE

À compléter et à retourner, accompagné de votre règlement : Service Abonnements Pour La Science - 19 rue de l'Industrie, BP 90053, 67402 ILLKIRCH CEDEX

POUR LA
SCIENCE

1. MA FORMULE

- ☐ **OUI, je m'abonne à l'Offre Découverte à 4,90 € par mois** ou 59 € pour 1 an.
Je reçois 12 numéros par an du magazine *Pour la Science* (12 n°s/an)

Mon e-mail obligatoire pour l'accès aux contenus numériques (à remplir en majuscules)

À réception de votre bulletin, comptez 5 semaines pour recevoir votre n° d'abonné. Passé ce délai, merci d'en faire la demande à pourlascience@abopress.fr

2. MES COORDONNÉES

Nom : _____ Prénom : _____
Adresse : _____
Code postal : _____ Ville : _____ Pays : _____ Tél. : _____
Pour le suivi client (facultatif)

3. MON MODE DE RÈGLEMENT

- ☐ Je règle par prélèvement **4,90 € par mois**. Je remplis l'autorisation ci-dessous en joignant impérativement un IBAN/BIC. (DECPV)

*Pour la France métropolitaine et d'outre-mer. Pour l'étranger (pays de la zone SEPA) : 5,90 €/mois. Abonnement renouvelable tacitement à échéance et dénonçable à tout moment avec un préavis de 3 mois.

AUTORISATION DE PRÉLÈVEMENT PAR MANDAT SEPA

En signant ce mandat SEPA, j'autorise Pour la Science à transmettre des instructions à ma banque pour le prélèvement de mon abonnement dès réception de mon bulletin. Je bénéficie d'un droit de rétractation dans la limite de 8 semaines suivant le premier prélèvement. Plus d'informations auprès de mon établissement bancaire.

POUR LA
SCIENCE

1 - COORDONNÉES DU TITULAIRE DU COMPTE

Nom, prénom _____
Adresse _____
Numéro et nom de la rue
Code postal _____ Ville _____ Pays _____

2 - COORDONNÉES BANCAIRES

IBAN _____
Numéro d'identification international du compte bancaire - IBAN (International Bank Account Number)
BIC _____
Code international d'identification de votre banque - BIC (Bank Identifier Code) Type de paiement Paiement récurrent/répétitif

3 - DATE ET SIGNATURE OBLIGATOIRES

À _____
Date _____
Signature : _____

NOM DU CRÉANCIER ICS N° FR92ZZZ426900
Pour la Science - 8 rue Férou - 75006 Paris
N° de référence unique de mandat (RUM)

Partie réservée au service abonnement. Ne rien inscrire

- ☐ Je préfère régler mon abonnement d'un an en **une seule fois 59 €****. (DEC1A)

**Offre valable en France métropolitaine et d'outre-mer. Pour l'étranger, participation aux frais de port à ajouter : Europe 12€ - autres pays 25€.

☐ Par chèque à l'ordre de *Pour la Science* ☐ Par carte bancaire N° _____
Date d'expiration _____ Clé _____

Signature obligatoire

En application de l'article 27 de la loi du 6 janvier 1978, les informations ci-dessus sont indispensables au traitement de votre commande. Elles peuvent donner lieu à l'exercice du droit d'accès et de rectification auprès du groupe *Pour la Science*. Par notre intermédiaire, vous pouvez être amené à recevoir des propositions d'organismes partenaires. En cas de refus de votre part, merci de cocher cette case ☐.

PAS459

Offre réservée aux nouveaux abonnés, valable jusqu'au 31.01.2016

CABINET DE CURIOSITÉS SOCIOLOGIQUES par Gérald Bronner



Mensonges privés, vérités publiques

À l'heure d'Internet et des mégadonnées, votre curiosité mal placée se dévoile sur la place publique.

Quel est le point commun entre Nabilla Benattia, Julie Gayet et Dieudonné M'Bala M'Bala ? La première idée qui viendra aux lecteurs de ces lignes est qu'ils ont, chacun à leur manière, défrayé la chronique. C'est vrai, mais ces trois individus sont aussi les personnalités dont le nom a suscité le plus de recherches sur Google en France durant l'année 2014.

Ainsi, à la question : « Qu'avons-nous fait en 2014 de cet outil fabuleux qui nous permet d'avoir accès à une immense partie de la connaissance humaine ? », la réponse dévoilée par l'agrégation de nos requêtes collectives est : « Nous sommes allés chercher des informations concernant la maîtresse du président de la République, un humoriste sulfureux et une starlette de la télé-réalité. »

Ces recherches effectuées sur Google trahissent, de façon amusante mais pas vraiment élogieuse, ce qui aiguise la curiosité des foules. Ce résultat est d'autant plus représentatif pour la France que 90 % des requêtes sur Internet y sont effectuées avec ce moteur de recherche. On se rappelle que cette année-là (2014), notre pays a pourtant eu l'honneur de l'attribution de deux prix Nobel, celui de littérature et celui d'économie en les personnes de Patrick Modiano et Jean Tirole. L'intérêt suscité par les lauréats de ces prestigieux prix est-il comparable, même de loin, à celui de notre tiercé gagnant ?

Les outils proposés par Google permettent d'effectuer une telle comparaison. Les chiffres montrent, comme on pouvait s'y attendre, que le prestige du prix Nobel n'a

pas pesé bien lourd dans les mécanismes de la curiosité collective.

On pourrait avancer que les médias conventionnels influencent les individus et orientent leur curiosité sur certains thèmes ou personnalités. Hélas pour ces plaidoiries, les mégadonnées, ou *big data*, sont des outils de dévoilement très puissants de notre médiocrité commune.

Ainsi, pour ne prendre que l'exemple de l'intérêt qu'a suscité Julie Gayet, il faut se



À PROPOS DE QUELLE PERSONNALITÉ
vous êtes-vous renseigné avec le moteur de recherche de Google en 2014 ? Patrick Modiano, prix Nobel de littérature, ou Julie Gayet, première dame non officielle ?

souvenir qu'à peine l'affaire dévoilée par un tabloïd, les internautes s'étaient rués sur leurs ordinateurs pour en savoir plus sur la première dame « non officielle », avant même que l'ensemble de la presse n'en parle. On ne peut donc pas accuser la grande presse d'avoir contribué en premier à la vague d'intérêt pour cette personne. Les traces laissées par les internautes sur la Toile, parce qu'elles peuvent être datées, en attestent.

Cette forme de curiosité semble donc très répandue, et pourtant nous n'en faisons pas facilement la confession publique. Nous nous imaginons souvent avoir des appétits plus nobles que ceux qui nous animent en réalité.

Pour n'en prendre qu'un exemple, les économistes Katherine Milkman, Todd Rogers et Max Bazerman, de l'université Harvard, se sont livrés en 2009 à une intéressante comparaison entre les souhaits émis par des utilisateurs d'un site internet de location de films et ce qu'ils regardaient réellement. Leurs souhaits s'orientaient vers des films d'auteur, des documentaires, des productions assez exigeantes, mais en réalité, ils louaient plutôt des fictions grand public et populaires.

Ainsi, vous ne trouverez pas facilement, parmi vos amis, des gens qui admettent s'intéresser plus à la vie privée d'un homme politique qu'à son programme. Ou encore, si l'on se fiait à ce que les gens déclarent préférer à la télévision pour mesurer l'audimat, Arte viendrait peut-être avant TF1 !

Tout cela ne revêt pas de caractère de gravité bien entendu, mais n'est pas non plus aussi insignifiant qu'il y paraît. Il s'agit en effet d'une inversion de la classique maxime de philosophie politique : « Vérité privée, mensonge public », qui devient, par la puissance de la transparence des données collectives et notre répugnance à reconnaître la médiocrité de nos préférences : « Mensonge privé, vérité publique ».

Gérald BRONNER est professeur de sociologie à l'université Paris-Diderot.

Tous les papiers se recyclent,
alors trions-les tous.

**C'est aussi
simple à faire
qu'à lire.**

La presse écrite s'engage pour le recyclage
des papiers avec Ecofolio.

