

Eva Voros

LA RATIONALITE EN QUESTION



Croyances 2.0
Le cerveau et la vérité



Eva Voros

La Rationalité en question

Croyances 2.0 : le cerveau et la vérité

© Eva Voros, 2024

ISBN numérique : 979-10-405-5709-8

Librinova”

www.librinova.com

Le Code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation collective. Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants cause, est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles L335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Introduction

*« La vie est une navigation sur un océan d'incertitude,
à travers des archipels de certitude.
Nous sommes dans une aventure collective inconnue,
mais chacun vit son aventure. (...)
... avons-nous toujours besoin de mythes consolateurs
et d'illusions formidables pour tenir ? »*

(Edgard Morin)¹

À l'heure des réseaux sociaux et de l'intelligence artificielle, la notion de vérité est ébranlée. Mais comment différencier une vérité d'une croyance alors que les *fake news* et la désinformation envahissent nos écrans ? À quoi servent nos croyances et pouvons-nous en faire l'économie ? Comment déjouer les pièges de notre irrationalité ?

L'homo sapiens se veut rationnel mais s'emmêle dans un mental désordonné qui doit s'équilibrer face à des émotions qui lui jouent parfois des (mauvais) tours. Seulement une partie de l'activité de notre cerveau est dite cognitive c'est-à-dire accessible à la conscience. Il faut reconnaître que le mode automatique de notre cerveau est efficace mais loin d'être performant pour gérer l'ensemble de nos prises de décision qui nécessitent de prendre en compte de nombreux paramètres.

Nos jugements intuitifs sont biaisés et donc imparfaitement rationnels, nos erreurs sont répétées et prévisibles. Celles-ci sont regroupées sous le terme de *biais cognitif* et sont étudiées depuis une trentaine d'années par les sciences cognitives, la psychologie et l'économie comportementale. Nous tombons chaque fois dans les mêmes pièges mais dans une direction que nous pouvons prévoir. Nous sommes donc irrationnellement prévisibles...

La psychologie cognitive est l'étude des activités psychologiques (attention, perception, pensée, mémoire, etc.) impliquées dans l'acquisition, la mémorisation et la restitution des connaissances et des compétences. Elle s'intéresse aux représentations mentales que la personne entretient par rapport à elle-même et à son environnement et qui déterminent inconsciemment ses perceptions, ses pensées et ses comportements. L'approche cognitive permet de mettre en évidence des distorsions dans les représentations qu'une personne a du monde donnant lieu à des réactions inappropriées. Nous sommes des êtres pétris de fictions, d'interprétations et de croyances. C'est la marque de notre cinéma intérieur et nous avons toujours un avis sur tout.

L'économie traditionnelle nous présente comme des agents rationnels, *homo economicus*, capables de prendre des décisions fondées sur la valeur précise de chaque bien et service en rapport avec la quantité de bonheur (utilité espérée) que cela rapporte. Or, dans l'économie comportementale, nous constatons que nous sommes soumis aux influences de notre environnement, de nos émotions, d'un certain manque de perspicacité ainsi que d'autres formes d'irrationalité.

Puisque nous commettons tous des erreurs au niveau de nos prises de décision, pourquoi pas développer de nouvelles stratégies afin de favoriser de meilleures décisions ? Apprenons à déjouer les pièges de notre irrationalité !

Au travers d'une enquête, à charge et à décharge, nous allons découvrir les facettes de notre rationalité à la lumière des neurosciences et tenter de résoudre l'énigme de la raison.

L'incertitude et l'inconnu

« J'ose affirmer, envers et contre nombre de nos habitudes de pensée, que notre monde est dominé par l'extrême, l'inconnu et le très improbable. »

(Nassim Nicholas Taleb, Le Cygne Noir)²

Alors que nous organisons notre vie en nous basant sur le connu et le répété, nous sommes pourtant confrontés à des situations improbables qui déroulent l'avenir sur un mode imprédictible. Les crises se succèdent : crises financières, économiques, humanitaires, écologiques et sanitaires, avec leur cortège de mauvaises nouvelles et de restrictions de toutes sortes. La guerre achève le tableau des menaces qui pèsent sur nos sociétés consuméristes du XXI^e siècle. C'est donc un changement de paradigme que d'imaginer l'avenir en termes d'incertitudes et un changement de position intellectuelle radical.

« Notre esprit est une fabuleuse machine à expliquer capable de donner un sens à presque tout, de bâtir des explications pour toutes sortes de phénomènes, et généralement incapable d'accepter l'idée d'imprédictibilité. »³ C'est pourquoi, bon nombre de gens intelligents sont capables de fournir des explications convaincantes, logiques et cohérentes – après coup.

Le connu et le routinier rassurent alors que l'inédit et l'accidentel créent une rupture imprévisible qui peut être vécue comme angoissante bien que positive ou négative. On peut parfois parler de rupture salutaire car occasionnant un changement positif comme la nouvelle d'une promotion professionnelle.

Les certitudes sont favorisées par notre vie mentale au détriment du doute. Il s'agit d'un biais général commun à tous. Notre esprit élimine l'ambiguïté et construit spontanément des histoires aussi cohérentes que possible. Il est plus difficile d'entretenir le doute que de glisser dans la certitude.⁴

Les probabilités nous permettent d'appréhender le risque. On doit distinguer le risque de l'incertitude où l'on ne connaît pas les probabilités et où tous les paris sont ouverts. En 2002, Donald Rumsfeld parle de cette distinction : « Il y a des inconnus connus ; c'est-à-dire que nous savons qu'il y a des choses que nous ne savons pas. Mais il y a aussi des inconnus inconnus – ce que nous ne savons pas ne pas savoir. »⁵

« L'avenir possède une étrange capacité à nous surprendre.

Nous ne pouvons braquer le projecteur sur des zones

*dont nous ignorons qu'elles existent. »*⁶

(Heath, Comment faire les bons choix)

L'effet projecteur nous permet de mettre en avant uniquement ce que nous savons déjà... Il est donc important d'insister sur le fait que certaines choses, dont l'avenir, sont imprévisibles. Cette évidence n'a d'égale que la constance avec laquelle elle est ignorée. Il existe un déni de l'ignorance et l'excès de confiance y joue un grand rôle. En effet, le sentiment subjectif de confiance est ressenti comme un signe objectif de validité prédictive mais c'est une illusion de validité.⁷

L'ultracrepidarianisme, néologisme malicieux construit à partir de la locution latine « Sutor, ne supra crepidam » (le cordonnier doit s'arrêter au rebord de sa chaussure), consiste à croire que nous savons certaines choses en réalité ignorées et à en parler avec une belle assurance. Ceci est révélateur de notre système de croyances qui a tendance à donner du crédit à des thèses qui nous plaisent en rejetant les autres. Nous confondons souvent nos désirs avec la réalité et tant pis pour les faits ou les arguments qui viendraient les contredire.⁸

Une croyance n'est pas une connaissance. Lorsque je dis « je crois » qu'il m'aime ou qu'il va faire beau demain, une part de doute est inscrite dans cette affirmation, au contraire du mot savoir qui signale une certitude avérée. Mais pour quelqu'un qui « croit » en quelque chose, cela revêt un caractère indubitable, qui ne se discute pas. D'incertaine ou possible, la croyance se vit sous la forme d'une évidence, d'une intuition, de la foi. Cette conviction ne permet pas la contradiction.⁹ Pour celui qui croit que la terre est plate, qu'on peut avaler des araignées en dormant la bouche ouverte, que plus de bébés naissent les nuits de pleine lune, le caractère indubitable s'inscrit en une fraction de seconde dans notre cerveau car une proposition vraie ou fausse a la même valeur, du moment que c'est plausible, cela devient possible, puis vrai, correct et juste à nos yeux. Aussi vrai que deux et deux font quatre... La croyance est utile et revêt une fonction sociale et apaisante en nous illusionnant quant à un réel angoissant tout en nous aidant à y faire face. Certaines croyances peuvent ainsi contribuer à la paix sociale, organiser et stabiliser la vie en société, alors que d'autres peuvent s'avérer nocives et nous radicaliser, nous enfermer dans des positions extrêmes. Remettre directement en cause une croyance ne fait que la renforcer. Il ne s'agit donc pas de juger ou de bousculer une croyance mais bien de permettre un regard nouveau sur ce phénomène.

« Tout semble pouvoir être contesté et, conséquence inévitable, tout peut être accepté. (...) »

En réalité, et assez paradoxalement, ce scepticisme généralisé finit toujours par produire des croyances radicales, dangereuses ou parfaitement stupides.

À force de douter de tout, y compris sur ce qui est soutenu par de claires données empiriques et de robustes théories, on finit par adhérer à tout et n'importe quoi. »

(Ripoll T., Pourquoi croit-on ?)¹⁰

À mesure que notre savoir augmente, notre triangle de la connaissance s'élargit et la perspective est infinie. Inversement, plus notre triangle est étroit, plus on croit savoir. L'étendue de notre ignorance est inversement

proportionnelle à notre sentiment de connaissances. C'est ce qui ressort de l'effet Dunning-Kruger. Il s'agit d'un biais cognitif dit de « surconfiance » selon lequel la personne qui en est atteinte pense être compétente sur un sujet alors qu'elle n'a aucune qualification. L'effet Dunning-Kruger se caractérise par le fait que ces personnes sont incapables de reconnaître leur incompetence.

Exemple : « Je ne suis pas médecin mais je te conseille des gélules de curcuma pour détoxifier ton foie, ou alors une cure de concentré de radis noir... »

La courbe Dunning-Kruger représente les résultats des expériences portées dans les années 90 par des psychologues américains : David Dunning et Justin Kruger qui partent de l'hypothèse paradoxale formulée par l'éminent Darwin : « L'ignorance engendre plus fréquemment la confiance en soi que ne le fait la connaissance »

Les psychologues constatent donc que le débutant affiche une grande confiance appelée « auto-surévaluation », ainsi qu'une sous-estimation des experts. Il gravit alors la « montagne de la stupidité ». En commençant à acquérir des compétences, il redescend jusqu'à la « vallée de l'humilité ». Ses compétences continuent à se construire et sa confiance revient petit à petit, mais, cette fois, elle est fondée sur une auto-évaluation réaliste de ses compétences. Il atteint alors le « plateau de la consolidation » sur lequel il va continuer de progresser dans le domaine en question. Ce que révèle ce biais, c'est notamment que la personne incompetente ne reconnaîtra son incompetente et ses anciennes lacunes qu'en améliorant significativement ses connaissances.

Si certains se dévalorisent sans cesse, d'autres affichent une confiance irraisonnée. C'est le cas des personnalités narcissiques que l'on peut rapprocher du syndrome Dunning-Kruger. Toute la difficulté réside dans le fait que ce type de profil n'a pas conscience d'être incompetente. En outre, il éprouve beaucoup de mal à se remettre en question et peine à admettre les compétences d'autrui. Contredire une personne n'est pas forcément productif, il convient plutôt de montrer patiemment les erreurs en s'appuyant sur des données fiables.

Cet effet est ancré profondément dans tout être humain et déforme complètement notre compréhension de la réalité. Nul n'est à l'abri. C'est l'ignorance qui gagne. Ne pas pousser trop loin nos connaissances nous permet de bien nous sentir, d'être en contrôle, alors que si on dépasse le « mont de la stupidité » comme certains l'appellent, on peut découvrir avec stupeur l'étendue de notre ignorance, une position inconfortable pour toute personne normale.

Les gens sont généralement trop optimistes lorsqu'ils évaluent la qualité de leurs performances à propos des tâches sociales et intellectuelles. En particulier, les mauvais élèves surestiment grossièrement leurs performances. Sur Internet, chacun peut s'improviser auteur ou blogueur et ne pouvant pas savoir ce qu'il ignore, il s'ensuit une dilution du contenu informatif et une perte de profondeur. L'ensemble pollue la toile par du contenu non vérifié, partiel, souvent faux.

On estime qu'il faut en moyenne 10.000 heures d'apprentissage pour être compétent dans un domaine, soit l'équivalent de cinq années de pratique professionnelle.

Nous sommes tous atteints de l'effet Dunning-Kruger. Nous devons donc tous porter attention sur le fait que nos connaissances sont toujours limitées. Ainsi, ce que nous ignorons peut nous réserver de grandes surprises.

L'agnotologie se propose d'étudier l'ignorance et donc la capacité du public et des médias de masse à distinguer preuve et apparence de preuve. L'ignorance peut résulter d'une stratégie de désinformation en insistant par exemple sur le fait qu'il faudrait « plus de recherche » ou étudier « plusieurs points de vue » de façon à instiller le doute, dans un jeu de la science contre la science, comme l'a fait l'industrie du tabac jusque dans les années 70. Comment être sûr de l'innocuité de certains produits comme les pesticides, les vaccins ou encore le réchauffement climatique ? L'objectif étant de créer des pseudo-controverses afin de brouiller intentionnellement les connaissances, ce que font les lobbyistes, notamment du secteur pétrolier, qui insistent sur la difficulté d'établir une causalité entre le dioxyde de carbone et le réchauffement climatique.

Une conception magique de la démocratie consiste à croire que chacun peut avoir une opinion pertinente sur un sujet complexe, or les questions scientifiques