

Cet ouvrage collectif est issu d'un colloque intitulé « *De la manipulation à l'incitation. Inflexion des comportements et politiques publiques* » qui s'est tenu à l'Université de Limoges du 16 au 18 octobre 2019, et qui fait partie d'un programme de recherches consacré aux nudges, lui-même établi en réponse à un appel à projet¹. Les nudges sont des dispositifs tactiques qui visent à infléchir, ou à modifier en profondeur les comportements des consommateurs, des usagers et des citoyens, dans le cadre d'une stratégie mercatique ou socio-politique. Ils agissent directement sur le processus d'action, en donnant des « coups de pouce » pour que les acteurs fassent le « bon choix » au moment même d'agir. Les théories psychologiques qui les fondent se sont développées à la fin du XX^e siècle, et prennent leur source dans les travaux de l'École d'économie de Chicago sur l'architecture et la motivation des choix et des décisions. La théorie et les méthodes des nudges naissent au début du XXI^e siècle, dans le champ de l'économie comportementale, et toujours au sein de l'École de Chicago. Ces deux ensembles de travaux ont été couronnés chacun par un prix Nobel (respectivement attribués à Daniel Kahneman et Richard Thaler).

Au cours des vingt dernières années, ce sujet a été l'apanage des sciences économiques et de gestion, plus récemment des sciences de l'information et de la communication. En même temps, les nudges se sont répandus dans la plupart des pays, tout particulièrement en accompagnement des politiques publiques ; en témoigne la multiplication des « cellules nudges », des « nudges squad », « nudges units » et autres « missions nudges », rattachées soit directement au pouvoir central, au cabinet d'un Président, d'un Maire, ou d'un Premier Ministre, soit à une direction de l'administration des pays ou des régions (Royaume-Uni, États-Unis, Canada, Pays-Bas, Australie, Nouvelle Zélande, Danemark, Chili, Qatar, Arabie Saoudite, France, etc.). Même si cette notion et ces procédés sont peu connus en dehors des cercles de la recherche économique, en gestion et en mercatique (la plupart des responsables politiques français n'en ont qu'une vague idée, ou les ignorent), ils représentent bien plus que des expériences marginales ou des tendances managériales éphémères : dans la mise en application des politiques publiques, la diffusion des nudges s'apparente plutôt à une vague de fond !

Le thème de ce colloque a été reçu par les sémioticiens de plusieurs pays comme un défi : face à un objet d'étude jusqu'alors inexploré dans une perspective sémiotique, et à un phénomène politique et

¹ En réponse à un appel à projets de la Région Nouvelle-Aquitaine, deux équipes de recherche, le CEREGE, Centre de Recherche en Gestion, de l'université de Poitiers, et le CeReS, Centre de Recherches Sémiotiques, de l'université de Limoges, ont proposé une recherche intitulée « *Nudges et objectifs de développement durable* », dénommée aussitôt, dans l'enthousiasme du projet initial, et sans fausse modestie : « DEFIPLANET ». Ce programme a été accepté et financé par la Région Nouvelle-Aquitaine, que nous remercions pour son soutien.

social pourtant de plus en plus invasif, il fallait relever le gant ! Les sémioticiens pouvaient s'appuyer pour cela sur la théorie de la *manipulation* proposée par Greimas, sur celle de l'*habitus*, proposée par Pierce, ou sur celle des *interactions*, proposée par Landowski. Mais en affrontant concrètement le fonctionnement des nudges, ils ont tous compris que ces références ne suffisaient pas à rendre compte de sa spécificité, et ils se sont efforcés de les compléter ou de les dépasser pour comprendre un phénomène qui s'avère résistant. Si par exemple on les soumet à la théorie greimassienne de la *manipulation* – le « faire faire » –, on se heurte au fait qu'un nudge intervient sur un acteur qui agit déjà, non pas pour « faire faire », mais pour « faire faire autrement ». Le nudge ne déclenche pas l'action, mais l'infléchit ou la détourne de sa visée première. Il ne vise pas l'action au sens narratif, c'est-à-dire bornée par une situation initiale et une situation finale, mais des processus pratiques ouverts, en amont vers des pratiques installées de longue date, et en aval vers des comportements que l'on espère durables. De même, si on s'appuie sur la théorie peircienne de l'*habitus*, on s'aperçoit que le rôle du nudge n'est pas de proposer un « interprétant final », qui arrête le processus infini de la sémiose, mais de le remplacer « en douceur » et « en sourdine » par un autre, de remplacer une habitude par une autre, qui sera elle-même susceptible d'inflexions ultérieures. Ou encore, si on se fonde sur la typologie landowskienne des *régimes d'interaction*, on constate que les nudges ne consistent pas à remplacer tel régime par tel autre, mais procèdent à des recombinaisons entre les régimes. D'autres auteurs, appartenant à d'autres champs de recherches (notamment la gestion et l'information-communication), éprouvent eux aussi, ici-même, les limites de leurs références principales, et la résistance de l'objet « nudge ». Tous se sont livrés à des reconfigurations, souvent prudentes, parfois risquées, toujours stimulantes, et ont très largement élargi la problématique sociale et politique de l'influence, de la pression, de l'incitation, de la communication persuasive, de leur scénarisation et de leur diffusion plus ou moins insidieuse dans tous les domaines de notre vie quotidienne.

Si ce thème de recherche est directement soutenu par les pouvoirs publics, c'est qu'il interroge à la fois, à travers les méthodes utilisées pour infléchir nos comportements, notre liberté, notre citoyenneté, notre perception des enjeux politiques et culturels de nos conduites ordinaires, et notre capacité à partager ou refuser des valeurs nouvelles. Il concerne également l'image que la puissance publique nous renvoie de nous-mêmes – en même temps que celle qu'elle nous donne d'elle-même –, en tant que citoyens, usagers ou parties prenantes, dans sa manière d'intervenir dans notre vie quotidienne. En conséquence, la question des nudges doit non seulement être débattue entre spécialistes, mais aussi être partagée avec nos concitoyens, pour plusieurs raisons.

1. L'économie comportementale mise à la question

Tout d'abord, la conception des nudges qui est actuellement en vigueur repose sur l'idée, pour le moins surprenante si on y réfléchit quelques minutes, selon laquelle l'ensemble des comportements humains observables et constatés résultent de *biais cognitifs*, que l'on peut exploiter pour modifier ces comportements. Des *biais*, mais par rapport à quels comportements qui seraient, eux, rectilignes et normés ? Par rapport aux comportements d'un humain idéal (*l'homo economicus*), tel qu'il est conçu par l'économie néo-libérale, et qui n'agirait que dans le sens de ses intérêts dûment calculés et pondérés. Tous les humains ont des intérêts, mais tous agissent aussi pour d'autres raisons. Tous les nudges sont actuellement conçus à partir d'un ou plusieurs de ces *biais cognitifs*, dont plusieurs contributions

proposent des analyses détaillées (voir notamment Öztokat, à propos de l'enfermement de la classe politique turque dans un jeu de rôles stéréotypé, et les moyens utilisés par l'opposition pour s'en libérer ; ou encore Shairi, à propos des compulsions spéculatives des Iraniens en matière de devises étrangères).

Nos contemporains doivent donc être informés du fait que, en tant qu'êtres humains réels, concrets, faits de chairs et d'humeurs, de passions et de contradictions, faits d'une riche complexité de valeurs, de désirs, de tendances, d'émotions, de croyances, d'enthousiasme ou de désenchantement, d'impulsivité ou de prudence, nous serions tous *biaisés*, et même *multi-biaisés*. Nos comportements concrets pourraient alors être réduits à des agglomérats d'exceptions par rapport à un idéal abstrait, et inaccessible – sauf aux calculs des économistes. Dans le domaine des sciences du langage, il est en général admis qu'une grammaire qui oppose une langue idéale à une accumulation d'exceptions et d'écarts stigmatisés n'est pas une grammaire « scientifique », conçue pour décrire et comprendre une langue, mais une grammaire *normative*, un recueil de prescriptions imposant un usage particulier de la langue, dont on sait par ailleurs qu'il est porté par des catégories sociales et culturelles dominantes.

En serait-il de même pour les sciences du comportement ? La question est d'autant plus pressante que, comme le rappelle ici-même Ottaviani, les « conventions scientifiques », notamment dans le domaine des sciences de l'homme et de la société, deviennent aussi, dès leur mise en œuvre, des « conventions sociales », et que, par conséquent, il faut examiner les effets de leur *performativité sociale* : en d'autres termes, Ottaviani nous invite à être vigilants à l'égard des sciences comportementales, car même si elles semblent ne proposer que des descriptions scientifiques de nos comportements, elles tendent également, en raison de leurs implications politico-idéologiques, à les rendre conformes, jusque et surtout dans la réalité sociale, à la théorie qui inspire ces descriptions.

Cet ouvrage s'efforce à cet égard de prendre au contraire pour référence, non pas un idéal abstrait et irréalisable, mais les humains réels, telles qu'elles sont ou tels qu'ils sont, dans toute leur richesse culturelle et leur complexité symbolique et comportementale, multifactorielle mais structurable. Les sciences humaines et sociales n'ont pas pour objectif méthodologique une accumulation hétérogène et illimitée de biais cognitifs et d'errements émotionnels – on en compte aujourd'hui, selon les auteurs et les disciplines, plus de deux cents. Considérer les humains ainsi, dans toute leur complexité, c'est aussi une manière de prolonger et renouveler la tradition de l'humanisme et des « humanités », ce domaine de la connaissance académique dont le pluriel est ici particulièrement bienvenu. Cette diversité est structurable, parce qu'on peut y distinguer des régimes d'existence, des formes de vie, des niveaux de pertinence, des types de pratiques et d'interactions, des types passionnels et émotionnels, des systèmes de valeur, et que, à l'intérieur de chacune de ces dimensions, des typologies sont envisageables, voire existent déjà.

La plupart des contributions à cet ouvrage développent une discussion des fondements théoriques qui dominant la conception et la mise en œuvre actuelles des nudges. Beaucoup évoquent la distinction faite par Kahneman entre les deux « systèmes » de la décision (S1, le système rapide, et S2, le système lent). Leur présentation étant développée abondamment dans les différents chapitres, nous n'y insisterons pas ici. Leur examen critique conduit plusieurs auteurs (Bertrand ; Quezada ; Shairi) à les rapprocher de la distinction proposée par Coquet, entre non-sujet et sujet, respectivement entre l'instance de la *prédication* et celle de l'*assomption*, la question restant ouverte de savoir si dans le

Systeme 1, celui des raccourcis mentaux et émotionnels, l'assomption ne serait pas requise aussi, quoique d'une autre manière que dans le Systeme 2, celui de la rationalité délibérative.

L'examen critique de la distinction due à Kahneman met également en lumière la dissymétrie empirique – et même théorique – considérable entre les deux systèmes. Tout d'abord, l'« erreur de Descartes » semble partagée aussi par la psycho-économie comportementale : il faut rappeler, à la suite de Damasio, qu'aucune décision, et même aucune cognition, ne peuvent se passer sans dommage de l'émotion (Alloing et Pierre). Il s'ensuit que le Systeme 2 dépend toujours du Systeme 1, mais que l'inverse n'est pas vrai (Pezzini et Peverini). Et surtout, l'idée selon laquelle le Systeme 1, parce qu'il est rapide, serait structurellement un « court-circuit », repose sur une illusion méthodologique. Certes, dans la démarche empirique, sur le terrain, le processus de type S1 est plus difficile à saisir que celui de type S2 (Alloing et Pierre), parce qu'il est quasiment instantané, et peu verbalisable. Mais cette instantanéité n'implique pas pour autant qu'il soit un simple raccourci structural (De Luca ; Fontanille et Lairesse), elle implique seulement que sa complexité ne se manifeste pas par un allongement du délai de décision.

En outre, si court-circuit il y a, il serait plutôt du côté des comportements à modifier, plutôt que du côté des nudges qui les modifient : la plupart de ces comportements, en effet, sont des *habitudes*, voire des *routines* qui, quel que soit le point de vue théorique que l'on adopte, résultent d'un figement des pratiques, qui permet d'économiser des moyens cognitifs et des investissements émotionnels. Et ce qu'on attend du nudge, justement, c'est d'abord l'inhibition de ces habitudes désémantisées et démodalisées, et la relance de l'action sur d'autres voies, sensibles, émotionnelles et écologiques (Bertrand). *Démythifier le nudge*, comme le propose Ben Msila en reprenant Barthes, c'est donc d'abord démythifier la prétendue ou illusoire neutralité des situations de base et des contextes des nudges : il n'existe pas de situation pratique neutre où des choix ne seraient pas déjà prédéterminés par des routines, ou déjà impliqués dans des tensions, des habitudes contradictoires, et des résistances...

Pour rendre compte des processus du choix et de la décision, nous avons besoin de savoir d'abord si ces habitudes sont irréductiblement figées et closes, ou encore négociables, si les conditions de leur schématisation sont intrinsèques ou extrinsèques par rapport à l'action ; ensuite, si elles se fondent plutôt sur des modalisations de l'action, sur l'accommodement à une axiologie, ou sur l'ajustement aux comportements d'autrui. Il est en outre nécessaire de savoir si ces habitudes sont choisies ou imposées, installées par répétition ou par héritage, nourries par un agrément sensible et émotionnel, ou par une commodité offerte dans l'environnement de l'action, etc.

On doit aussi de demander si, dans la transition opérée par le nudge, les modalités de l'émotion portent sur le début (initiative), le développement (renforcement) ou la clôture (gratification) de l'action. Il faut également comprendre si les comportements alternatifs en jeu relèvent de régimes sémiotiques différents, si le passage de l'un à l'autre implique des traductions intersémiotiques entre, d'une part, des impressions sensorielles et des émotions, et d'autre part, des actions ou des inflexions des actions. Si nous voulons toucher au cœur même de l'efficacité des nudges, le « passage à l'acte » ne peut pas rester une boîte noire : même l'émotion, même la mobilisation corporelle qu'elle implique, ne suffisent pas à l'expliquer, et les *conditions pour que l'acte suive le choix, l'émotion et la décision*, sont encore à préciser. Sinon, le problème socio-politique que les nudges s'efforcent de traiter, à savoir que la mise à disposition des informations, la communication sur les valeurs et le développement des compétences

des citoyens ne suffisent pas à changer leurs comportements, ne serait que déplacé : on trouverait alors autant de cas où ému, convaincu, incité, corporellement mobilisé, apparemment bien décidé, l'acteur ne passerait pourtant pas à l'acte.

La discussion sur les deux systèmes de Kahneman ne concerne que la théorie comportementale, et pas les nudges eux-mêmes. Démythifier les nudges, ce serait une autre affaire, et l'appel à la vigilance est alors justifié. Un nudge, en effet, est une discrète stratégie de recomposition de l'environnement proximal de nos actions, de nos conduites et de nos démarches et décisions quotidiennes. C'est une influence qui s'exerce le plus souvent à notre insu, d'abord parce qu'elle passe par des canaux non conventionnels et emprunte des moyens parfois inattendus, et presque toujours différents de ceux dont la communication publique nous a donné l'habitude, et ensuite et surtout parce que ses expressions sont distribuées et diffuses dans l'entour de nos pratiques quotidiennes. Le nudge ne cherche pas à convaincre ou à persuader, il influence l'utilisateur ou le citoyen de manière indirecte. Le nudge n'argumente pas, et ne fait pas appel à notre capacité de délibération, il modifie les conditions de mise en œuvre de nos pratiques. Il s'efforce de nous faire prendre des décisions en faisant appel à des ressources rhétoriques originales, encore peu étudiées, et donc difficiles à identifier au quotidien.

En outre, en s'appuyant sur nos « biais cognitifs », pour changer nos comportements, la conception la plus courante des nudges présuppose également que les conduites qui doivent être changées résultent elles-aussi d'autres « biais cognitifs » : si elles étaient parfaitement rationnelles, il ne serait pas nécessaire de les changer ! La substitution d'un comportement à un autre comportement, d'un biais cognitif à un autre, est donc potentiellement polémique, alors que les « incitations douces » se donnent presque toujours l'apparence d'interventions iréniques (Klinkenberg ; Basso). Mais, si un biais cognitif répond à un autre biais cognitif, pour court-circuiter le raisonnement et la délibération, comment peuvent alors s'exprimer la confrontation entre deux comportements différents, les résistances et les tensions agonistes, la liberté de refuser ou d'accepter ? On le verra, ce point est l'objet central de nombreuses discussions dans cet ouvrage. Mais on peut d'ores et déjà imaginer qu'elles pourraient s'exprimer par l'inhibition du passage à l'acte, ou par l'abandon ultérieur du nouveau comportement adopté. La dimension polémique de la narrativité ne suffit alors pas pour rendre compte de ces phénomènes : comme on le suggérait dans les années quatre-vingt, il y a aussi des transformations et interactions *stationnaires*, il y a de l'inertie et de la rémanence dans les tensions et les enchaînements entre états, et il y a même une mémoire (des empreintes) des situations antérieures dans les situations qui les ont remplacées.

2. L'infinie diversité des tactiques et des modes d'expression : un risque pour le citoyen, un défi pour le sémioticien

Si vous ne tenez pas compte des panneaux de limitation de vitesse, un nudge (des bandes blanches ou rugueuses transversales de plus en plus rapprochées) vous incite à ralentir sur la route en vous donnant l'illusion d'une accélération : avez-vous *choisi* de lever le pied ? Non, vous avez seulement mis en œuvre l'« arc-réflexe » qui associe directement la perception multi-sensorielle de la vitesse et la pression du pied sur l'accélérateur. Si vous avez l'habitude de déclarer vos revenus avec des imprimés, on vous incitera à les déclarer en ligne en agrémentant cette solution d'un accès facile et de quelques avantages : vous croyez choisir, mais l'année suivante, vous constatez que l'alternative a disparu, et qu'il

ne reste que la déclaration en ligne ; l'agrément n'était-il pas un *leurre* et un piège ? On vous incite ou vous exhorte également à jeter vos déchets dans une poubelle plutôt que sur le trottoir, à faire le don de vos organes, à épargner pour votre retraite, à éteindre la lumière en sortant des salles de cours ou de réunion, à manger des légumes et des fruits, à prendre vos médicaments, à vous faire dépister, examiner, soigner, etc. Tout se passe comme si vous étiez les acteurs de l'amélioration de votre situation personnelle ou de la situation collective, alors que c'est seulement l'environnement de vos pratiques quotidiennes qui a été changé, à l'initiative d'une instance plus ou moins occulte et impersonnelle (Klinkenberg).

Si vous êtes âgé et en perte d'autonomie et si pourtant vous répugnez à quitter votre domicile, on vous proposera un « essai » sans contrepartie ni conséquence (une sorte d'« essai gratuit », comme dans les techniques de ventes), qui vous incitera à tester l'agrément et la sérénité que procure un accueil temporaire en maison spécialisée. Et on ajoutera par exemple pour vous presser un peu : « *Beaucoup de ceux qui l'ont testé auraient voulu le connaître plus tôt* ». Tester sans engagement et le plus vite possible, n'est-ce pas justement faire le premier pas dans un enchaînement pratique qui nous engage à « tester » les phases suivantes, pour vérification, et à enclencher une habitude périodique ? Personne ne vous aura contraint, ni même n'aura tenté de vous convaincre ; vous aurez choisi de tester, mais la seule modification repérable est le réaménagement complet de l'offre et de la procédure d'accueil, un de ces multiples changements de nos environnements quotidiens dont on peut certes s'apercevoir, mais qu'il est bien difficile d'associer au nouveau comportement que l'on vient d'adopter. Vous aurez ainsi renoncé à vos réticences, voire à vos résistances, non pas parce qu'elles n'étaient pas justifiées, mais parce que la reconfiguration de l'entour pratique est plus amène.

Un nudge efficace infléchit notre comportement par les modifications apportées à la situation où ce comportement se déploie, de telle sorte que cette situation se présente comme plus valorisante, gratifiante, rassurante ou agréable, ou moins dissuasive, moins inquiétante, moins désagréable. On comprend aisément pourquoi les sémioticiens sont tentés de convoquer l'analyse des modalisations, ainsi que celle des passions et émotions. Mais la difficulté est double : les concepts et les méthodes de la sémiotique et des sciences de l'information et communication sont déjà bien adaptés aux stratégies de la communication conventionnelle, mais beaucoup moins à la communication non conventionnelle (Pezzini et Peverini), aux stratégies d'incitation et d'influence, précisément parce qu'elles portent sur des situations globales, sur le milieu des actions et des interactions (Fontanille et Lairesse ; Migliore), ou sur le profil même des enchaînements pratiques proposés. Ces modifications « écologiques » peuvent s'exprimer dans des décors (Migliore), des figures diverses (la fameuse mouche dans l'urinoir), de nombreuses stimulations visuelles, auditives et olfactives, dans le design des procédures administratives ou dans la diffusion d'informations sur les comportements du voisinage, professionnel, familial ou domiciliaire. Leur potentiel de dissémination est donc considérable, puisqu'aucun type particulier de support, codifié et réglementé, ne leur est dévolu, puisque tout dans notre environnement peut être le support d'une influence ou d'une incitation : c'est une autre dimension du défi sémiotique à relever.

On trouvera dans les contributions qui suivent toute la gamme de ces supports : quelques-uns officiels, comme l'exposition (Beyaert-Geslin) ou la plaquette mode d'emploi (Klinkenberg), et bien d'autres officieux, voire immatériels, comme, entre autres : le sol des trottoirs et des rues dans nos villes (Darrault), les poignées des portes de nos automobiles (Pezzini et Peverini), une sculpture faisant office

de banc public (Bertrand), le rituel des repas au self-service (McLaughlin, Bobrie et Krupicka), la mémoire des acteurs économiques (Shairi), etc. On y trouvera aussi toute la gamme des modes d'expression et des thèmes qui peuplent nos vies individuelles et collectives : l'aménagement des parcs naturels (Alloing et Pierre), les dispositifs urbains dissuasifs (Darrault ; Bertrand), les escaliers décorés (Fontanille et Lairesse), la restauration scolaire (McLaughlin et al.), la communication de marque (Migliore), les jeux dans les stratégies de marque des Régions (Tsala et Berthomé), les routes de la soie chinoises (Alonso et Fazal), l'écriture inclusive (Klinkenberg ; Bertrand), l'exposition des mobiliers design (Beyaert-Geslin), les pratiques politiques électorales (Öztoğat), la communication des associations citoyennes (Pezzini et Peverini), le management universitaire (Quezada), la spéculation monétaire (Shairi).

Pezzini et Peverini résumant ainsi cette prolifération de la diversité expressive et thématique, non sans quelque optimisme : nous aurions affaire à des « paysages sémiotiques » ; l'optimisme, en l'occurrence, tient au fait qu'un « paysage », tout en étant multithématique, polysensoriel et hétérogène, laisse entrevoir ou espérer, par définition, une organisation signifiante : encore un défi ! L'une des lignes de force de cette organisation signifiante, dans ces paysages sémiotiques des nudges, est de nature rhétorique ; dans l'énumération des exemples de nudges, des supports et des modes d'expression (cf. supra), on a reconnu notamment : l'agrémentation, l'inversion des solutions par défaut, le test préalable, la simulation, la stimulation inter-sensorielle, etc., autant d'opérations qui seraient à mettre au compte d'une *rhétorique des « poussées gentilles »*.

Et nous pouvons même apercevoir quelques-uns des paramètres qui caractérisent ces supports, ces modes d'expressions et ces opérations : les stimulations perceptives peuvent être « inscrites » dans l'entour de l'action, peuvent être « évoquées » indirectement par d'autres stimulations, ou même subliminales et quasi hallucinées, sous l'effet d'un détail ou d'une tonalité globale. Leurs sources et leurs supports peuvent être prévisibles ou imprévisibles, voire ouvrir sur d'autres mondes possibles. Les opérations peuvent jouer sur l'espace (condensation, expansion, déplacement) ou sur le temps (remémoration, anticipation ou présentification).

En raison même de la nature et de l'infinie diversité de ces expressions, en raison de leur diffusion massive dans notre quotidien, et de leur utilisation de plus en plus fréquente par la puissance publique, la mise en œuvre des nudges débouche inévitablement sur des questionnements éthiques et même éthico-politiques, qui font depuis peu l'objet de recherches de plus en plus nombreuses, comme le rappelle Ottaviani (cf. supra) : quelles seraient les conditions qui feraient des nudges des procédés politiquement et moralement acceptables ?

La transparence du nudge doit-elle être parfaite ou imparfaite, et quelle est la part d'opacité inévitable ou souhaitable, qui préserverait la part de liberté individuelle que revendiquent les nudges (De Luca) ? Où placer le seuil optimal d'explicitation des objectifs et du processus du nudge (Klinkenberg) ? Comment traiter l'ambivalence tactique et axiologique de cette explicitation, et à quel niveau « méta » récupérer le contrôle, la vigilance et la liberté (Basso ; Migliore) ? On constatera qu'à cet égard, en raison de sa capacité de déconstruction et de reconstruction critiques des significations, la sémiotique est en mesure de produire des recommandations éthico-politiques, depuis la formulation de conditions d'acceptabilité et d'efficacité des nudges (Basso), jusqu'à des propositions concrètes visant à les amender (McLaughlin et al. ; Fontanille et Lairesse).

3. Relever le défi : une rhétorique du sensible et de l'émotion

Nombre d'auteurs s'attachent ici à comprendre comment le nudge joue de la *saillance perceptive* et de l'*esthésie* : comment il la suscite, comment il l'exploite, comment il la prolonge. On peut la saisir globalement, comme *ambiance esthétique* (Basso), ou comme résultant d'une opération énonciative, l'*exposition* (Colas-Blaise), mais aussi en préciser les ressorts tactiques : par exemple, la *défonctionnalisation* et l'*esthétisation* du mobilier design dans une exposition (Beyaert-Geslin), ou l'artification de l'environnement et du nudge lui-même (Migliore). Si on distingue différentes strates synchrones des flux de l'attention, on peut identifier au moins deux régimes d'attention concurrents et complémentaires (l'un en *mode majeur* et l'autre en *mode mineur* – Tsala et Berthomé) : la tactique rhétorique consiste alors à inverser les plans d'attention ou à déplacer l'accent de l'un à l'autre, le mode mineur devenant le vecteur de l'influence.

L'esthétisation de l'environnement pratique peut produire aussi bien un agrément qu'un désagrément, soit au profit de la figurativisation des valeurs positives (Fontanille et Lairesse), soit en faveur d'une alerte et d'une dissuasion (Darrault : le désagrément d'une texture du sol urbain est converti en alerte de danger, via un malaise sensori-moteur). La saillance perceptive et esthétique conçue comme une *tactique* devient un objectif rhétorique, porté par de multiples figures : exposition, esthétisation, artification, minoration attentionnelle, malaise sensoriel, etc., qui s'ajoutent aux opérations précédemment signalées. Globalement, on peut le constater, la plupart des opérations rhétoriques empruntent deux solutions complémentaires pour infléchir le cours d'action en faveur du comportement souhaité : d'un côté, des opérations de stimulation-valorisation sensible, et de l'autre des opérations de modification du flux de l'attention.

Comme dans toute opération rhétorique, les tensions entre contenus et entre expressions, les conflits sémantiques et les ruptures d'attente (et d'habitudes), et les substitutions et permutations propres à ces opérations, sont des potentiels affectifs, passionnels ou émotionnels. Beyaert-Geslin analyse par exemple la tension entre le *toucher* (le mobilier design est proposé à un usage corporel et tactile) et le *voir* (il est proposé à contempler dans une exposition) : cette seule tension rhétorique fourmille de potentiels émotionnels, entre inhibition et désinhibition, entre tentation et retenue, entre offre et rétractation.

La particularité de ces potentiels émotionnels est double : d'un côté, ils sont *singuliers*, de l'autre, ils *préfigurent le passage à l'acte*. Alloing et Pierre rappellent notamment la singularité multifactorielle de la situation émotionnelle, si on considère l'émotion comme « affection distribuée » ; mais justement, ce caractère multifactoriel est un remède contre une illusoire transparence ou simplicité de la médiation émotionnelle, et une invitation à une analyse procédurale attentive de la manière dont elle conduit au nouveau comportement (Fontanille et Lairesse). Tous en appellent, explicitement ou implicitement, à une véritable rhétorique du sensible, en réponse au prétendu « court-circuit » cognitivo-émotionnel. Et cette rhétorique serait un pas en avant dans une meilleure compréhension du « passage à l'acte ».

McLaughlin et al. s'engagent explicitement dans la construction d'une rhétorique de la rupture avec les habitudes, de la réorganisation de la pratique, de la substitution d'un élément de la pratique par un autre, et d'un raisonnement figuratif qui conduit à la manifestation sensible des valeurs abstraites. Basso distingue et associe deux versants de cette dimension rhétorique : la *rhétorique de l'influence* et la *rhétorique de l'idéalisation* ; il en donne lui-même un échantillon, en filant la métaphore du flux, qui

part de l'influence et aboutit à l'idéalisation : influence, fluence, flux, liquidité sociale, fluidification esthétique et esthésique...

Quant à Öztokat, elle propose un cas d'étude très significatif de cette rhétorique du sensible et de l'émotion : au cours de la campagne pour les élections municipales à Istanbul, le candidat de l'opposition a choisi de se présenter comme un « citoyen-candidat », et non comme le chef de parti qu'il est pourtant : on déplace le flux d'attention, entre deux isotopies thématico-figuratives qui cohabitent dans l'identité de l'acteur. Cohérent avec cette figure de rhétorique politique, le candidat visite, en citoyen ordinaire, les quartiers de la ville : en discussion avec une habitante qui lui oppose son adhésion à la politique du parti au pouvoir, et qui lui refuse son suffrage, il lui demande de bien vouloir tout de même *prier pour lui*, ce qu'elle accepte spontanément et avec émotion. En prolongement de la figure rhétorique initiale, il en exploite le potentiel sensible et émotionnel, et gagne au moins le soutien empathique de cette habitante, et la bienveillance émue de ceux qui assistent à la scène sur le marché : il n'aura pas gagné une électrice, mais plusieurs !

En jouant non seulement sur la cohabitation entre les deux isotopies qui constituent son identité de candidat, mais surtout sur la multi-dimensionnalité de la situation émotionnelle, il a trouvé le levier qui ouvre sur le passage à l'acte : le spectacle de son ajustement émotionnel à une opposante, offert en partage au public réuni autour de lui, et à celui que les médias toucheront ensuite ; ce spectacle est un échantillon figuratif (l'équivalent d'une synecdoque) d'une offre d'action collective fondée sur une émotion commune, qui est le motif thématique dominant de sa campagne : ce que nous ferons pour Istanbul, nous le ferons tous ensemble, nous agissons pour partager notre passion commune pour la ville.

4. Manipulation, incitation et grammaire modale et actantielle : ça se discute !

La sémiotique fondée par Greimas s'était dotée d'une sémiotique de la manipulation, il y a plus de quarante ans, elle a traversé la sémiotique des passions, du corps et du monde sensible, elle explore plus récemment les situations, les pratiques, et les milieux ; elle peut maintenant s'intéresser de près aux stratégies d'influence et aux tactiques d'incitation, au « design » de nos comportements, de nos environnements et de notre vie quotidienne. Mais, pour ce faire, elle est conduite à réviser le corpus théorique dédié à ces objets d'étude : la *manipulation*, la *modalisation* et l'*actantialité*.

Plusieurs auteurs discutent, voire récusent, la notion d'*incitation* proposée – et associée à la *manipulation* – dans l'intitulé du colloque. Comme pour mettre les sémioticiens au défi d'en rendre compte, Klinkenberg rappelle la liste des variantes du même champ lexical, dont la plupart pourraient entrer dans le cadre de la manipulation, le *faire faire*, mais échapperaient, comme nous l'avons signalé plus haut, aux instruments d'analyse qui lui sont réservés : « infléchir, inciter, incliner, exciter, stimuler, exhorter, soutenir, engager, pousser, aiguillonner, influencer ». L'*incitation* est mise en doute ou récusée soit parce qu'elle peut être redéfinie dans un système où elle ne correspond plus strictement au fonctionnement des nudges (Colas-Blaise, qui distingue notamment *l'incitation par l'évidence* et *l'incitation par la promesse*), soit parce qu'elle est trop extensive, et qu'en tant que telle, elle conviendrait aussi bien au défi, à la provocation ou à l'intimidation (Ben Msila), soit enfin parce qu'elle serait par définition soumise à des modalisations *activatrices* et *non-participatives*, alors que le nudge *stricto sensu* relèverait plutôt d'une modalisation participative, une « *exhortation à ethos protégés* »

(Basso). De son côté, Ben Msila met en évidence la *force poïétique* de l'inflexion produite par le nudge, pour la distinguer de l'incitation.

Il est bien vrai que l'inventivité en matière de nudges et de communication non conventionnelle, dont quelques auteurs se font l'écho, déborde le champ de l'incitation, et même celui de la manipulation en général. Ces deux notions achoppent par exemple sur la *dimension ludique* des nudges, largement exploitée par Pezzini et Peverini dans leur analyse des actions publiques de plusieurs mouvements populaires et associatifs. Et Basso fait observer à juste titre que cette dimension ludique est précisément ce qui permet, lors de la mise en œuvre des nudges, de protéger les ethos, aussi bien celui des institutions que celui des usagers et citoyens, ce dont l'incitation et la manipulation en général font peu de cas.

La dimension « ludique » invite à se pencher sur une autre problématique, celle des *régimes de croyances* : chacun de ces régimes définit des conditions de vérité et d'adhésion spécifiques, ainsi que les genres sémiotiques particuliers dans lesquels elles s'expriment. On verrait ainsi se déployer les régimes de croyances (i) documentaire-informatif, (ii) ludique-compétitif, (iii) fictionnel-narratif, (iv) didactique-éducatif, et faire l'hypothèse que chacun de ces régimes de croyances donne lieu à un type de nudge, voire à une composante des nudges hybrides : des nudges fondés sur des informations documentaires ciblées, sur des jeux et des compétitions avec soi-même ou avec autrui, sur des reconfigurations fictionnelles et narratives du passé ou de l'avenir, ou enfin sur une pédagogie du mieux vivre.

Même quand il est question d'affaires « sérieuses », apparemment non ludiques, mais hautement compétitives, comme les relations internationales et notamment la stratégie chinoise du *soft power* (Alonso et Fazal), on constate à la fois le poids de la *programmation* et de la *manipulation* (telle que Landowski la définit), et le rôle indispensable des *ajustements* régionaux de la stratégie chinoise, négociés et adoptés par les autres pays concernés, et qui, toujours selon Landowski, appartiendraient à un autre mode d'interaction, différent de la manipulation. Même si les routes de la soie ne sont pas à proprement parler des nudges, elles entremêlent des incitations, des exhortations, parfois même des intimidations, toujours des négociations, et pourtant une forte programmation, un projet d'influence mondiale massive.

La différence principale apparente entre ce type de *soft power* et les nudges repose probablement sur une illusion de perspective. Dans le cas d'une telle stratégie internationale, en effet, le décalage entre les intérêts de celui qui organise ce quasi-nudge et les intérêts de ceux qui en bénéficient est évident : les pays concernés ont intérêt à recevoir les investissements chinois, mais pas à dépendre massivement de l'influence chinoise, et la Chine a intérêt à développer massivement son influence dans le monde entier, mais pas à concourir au développement particulier de tel ou tel pays. Il ne s'agit pas d'un intérêt collectif à faire partager à des membres du collectif, c'est tout aussi évident. Mais n'est-ce pas le cas pour tous les nudges ? N'est-ce pas le doute qui mine l'adhésion complète à n'importe quel nudge ? Si on vous incite aimablement à faire des séjours de courte durée en maison de retraite, ne serait-ce pas parce que les locaux et les équipements existants sont surdimensionnés et qu'il faut les rentabiliser ? Si on vous incite à mieux protéger votre santé, ne serait-ce pas parce qu'il faut pouvoir optimiser le coût et la charge des hôpitaux publics ? Autrement dit, dans un nudge ordinaire comme dans une stratégie internationale, un système de valeurs peut toujours en cacher un autre.

Nous sommes également bien loin de l'incitation et de la manipulation quand nous prenons en considération ce que Shairi dénomme, à la suite de Blumenberg, la « préfiguration » : sous l'influence d'expériences antérieures collectives mémorisées et réactivées, les individus prennent des décisions économiques très risquées, induites proactivement par une tension entre le passé de ces expériences, le présent de la proaction, et le futur d'une projection imaginaire. L'influence des *préfigurations* est d'une tout autre nature que l'incitation ou la manipulation. Il en va de même des « phases propédeutiques » (Fontanille et Lairesse), au cours desquelles des acteurs découvrent, sans passage à l'acte et en quelque sorte gratuitement (quasiment en régime *fictionnel*, cf. supra), des informations, des valeurs, des scénarios possibles : qu'elles leur soient proposées par des institutions, ou par des acteurs-facilitateurs, ou bien qu'ils les aient organisées eux-mêmes, on a alors plutôt affaire à des « formes de vie à l'essai » qui débordent le cadre des incitations ou des manipulations.

Du côté des *modalisations*, la remise en chantier est tout aussi active. On assiste ici à une révision et reconfiguration de la typologie et de la syntagmatique modales. Les vertus de la « syntaxe intermodale », au sein de laquelle les modalisations se combinent, s'infléchissent et se spécifient réciproquement, sont mis en évidence par Ben Msila. Plus encore, en raffinant les distinctions modales sur plusieurs plans, on s'aperçoit que la construction sémiotique prend ses distances avec la grille linguistique des verbes modaux, et que nombre de modalisations doivent alors être caractérisées par une diversification des types de relations actantielles et d'inflexion de l'action, notamment les modalisations *transitives* et *réflexives*, *activatrices* et *participatives* (Basso).

Mais ce sont surtout les *structures et rôles actantiels* qui sont profondément réexaminés, voire déstabilisés, par l'examen du fonctionnement des nudges. En premier lieu : *les formes et les rôles du Destinateur*. Si on considère qu'en matière de politiques publiques le rôle de Destinateur est joué par des institutions, alors on constate d'emblée, comme l'écrit en substance Basso, que ces dernières sont « pulvérisées » et fondues dans l'environnement des nudges. Pour d'autres, le Destinateur est « masqué et diffus », (Alonso et Fazal), voire « nuageux » (Di Caterino), et, en « juge de renforcement » intégré dans la pratique (Migliore) ou en « scénariste insidieux » (Quezada), il orchestre les pratiques et les comportements, sans manifestation actorielle, mais par une dissémination de traits sémantiques figuratifs dans les situations.

Notons à ce propos que la « pulvérisation » des institutions et le caractère disséminé diffus du Destinateur font directement écho à la dissémination des supports et expressions dans l'environnement pratique : nous aurions affaire à une instance à la fois dissimulée – dans une perspective anthropomorphe –, et généralisée-disséminée – dans une perspective écologique. Au lieu d'argumenter et de prescrire, dans des expressions dédiées à son rôle de manipulateur, cette instance se confondrait avec l'*Umwelt* au sein duquel nous interagissons, un milieu inséparable de nous, puisqu'il nous détermine autant que nous le déterminons. Et comme pour tout milieu de vie de ce type, le nudge serait un dispositif de co-sélection, en vue des futures interactions, entre les propriétés de l'acteur et celles de son entour.

Mais cette diffusion propre au nudge reste bien une dissimulation, eu égard aux institutions qui sont à l'initiative. On peut même parfois observer sur le terrain la tactique d'invisibilité ou de dégageant des institutions, qui protègent leur ethos en déléguant la responsabilité de la décision soit à de nombreuses instances intermédiaires (Klinkenberg ; McLaughlin et al.), soit aux tentations

ludiques des usagers eux-mêmes (Basso), soit enfin à une participation active des usagers à la conception et à l'évolution des nudges (McLaughlin et al. ; Fontanille et Lairesse). Si l'initiative de l'action et du changement de comportement est déléguée aux passions ou à l'émotion, alors elles aussi sont diffusées dans les interactions et leur environnement, comme « affection distribuée » (Alloing et Pierre), ou comme « tonalité émotionnelle et modale » (Di Caterino).

C'est ce qui justifie l'insistance de Fontanille et Lairesse sur le fait que les nudges ne présupposent pas de distribution *a priori* des rôles actantiels, mais confèrent une pertinence actantielle globale à la configuration « nudge-environnement-acteurs ». Dès lors, les rôles sont instables, s'inversent, se substituent les uns aux autres : le Destinateur étant affaibli, le Sujet prend sa place (Bertrand), le Sujet est réactantialisé par le nudge (McLaughlin et al.), et on rencontre même, notamment dans les métropoles urbaines, des renversements stratégiques radicaux : des collectifs citoyens qui s'organisent eux-mêmes pour « nudger » les institutions (Pezzini et Peverini) !

A l'occasion de cette révision de la distribution et de la syntagmatique des rôles actantiels, *l'actant collectif* revient au premier plan, en opposition avec l'individualisme méthodologique qui caractérise la théorie psycho-économique comportementale (cf. les critiques de Klinkenberg ; De Luca ; Fontanille et Lairesse). Mais comment émerge-t-il du processus même d'un nudge ? Certes, quelques types de nudges font appel à un collectif déjà constitué et identifiable (les voisins, le quartier, les usagers d'un même service, etc.), pour exploiter l'efficacité propre à la « pression sociale ». Mais l'hypothèse qui se fait jour dans cet ouvrage est tout autre : non seulement tous les nudges impliquent un actant collectif, soit immédiatement, soit à terme, puisque leur efficacité s'apprécie à proportion de leur diffusion sociale, mais, en outre, cette dimension collective est une propriété de la syntagmatique même du nudge. Ces groupes d'acteurs, en émergence dans une situation « nudgée » concrète – par exemple un restaurant scolaire ou un lieu public équipé d'escaliers et escalators –, et sous l'effet d'un « recalibrage du milieu » et de l'engagement d'un ensemble d'individus dans une même proposition de comportement, sont constitués – au moins par imitation – comme des agrégats éphémères mais efficaces (Fontanille et Lairesse ; McLaughlin et al.). Cette efficacité dans la mise en œuvre des nudges en fait des *actants collectifs potentiels*, dont les rôles sont encore ouverts et faiblement déterminés, et il faut donc examiner la manière dont ces agrégats éphémères peuvent devenir des actants collectifs consistants et durables.

Sur le long terme, les changements de comportements doivent remplacer des habitudes par d'autres habitudes. Pour en rendre compte, Bertrand examine en détail la possibilité d'une homologation entre *l'habitude* et la *praxis énonciative*. En effet, chaque occurrence d'une habitude pratique pouvant être comparée ou assimilée à l'énonciation singulière d'un schème de comportement plus général, la construction d'une habitude s'apparente à la praxis énonciative, conçue par Greimas comme une instance sociale et culturelle de régulation et d'évolution des systèmes sémiotiques. La conception de l'habitude comme « interprétant logique final », selon Peirce (Klinkenberg) confirme ce point : un schème est établi, stabilisé, et disponible pour des usages.

Mais l'homologation entre l'habitude et la praxis énonciative interroge alors *la structure actantielle de l'habitude* elle-même. En effet, la praxis énonciative, constituée par une multitude d'énonciations individuelles, ne produit d'effets stabilisables (par exemple des changements linguistiques, des évolutions culturelles, et donc des habitudes partagées) que parce qu'ils sont imputés non pas à des individus, mais à un collectif linguistique ou plus généralement sémiotique. La praxis

énonciative sédimente, compose et aménage les productions des énonciations individuelles, mais en tant que praxis, elle ne peut pas dans ce cas être le fait des seuls individus. Une fois stabilisés, les résultats de cette sédimentation ne peuvent être imputés qu'à la « masse parlante » comme disait Saussure, à un « impersonnel », comme l'écrit Bertrand, ou à un « collectif sémiotique », comme nous pourrions le dire ici. Les nouvelles habitudes que suscitent les nudges sont donc, dans cette perspective sociale, des schèmes comportementaux collectifs. L'actant collectif ne préexiste pas au changement de comportement, il prend naissance en même temps que ce dernier, et il prend forme et consistance en même temps que le nouveau comportement est massivement partagé : on voit ici comment des « agrégats éphémères », constitués par accumulation de pratiques individuelles, deviennent des « actants collectifs » auxquels on peut imputer le changement.

5. À l'horizon : une méthode sémiotique pour affronter les défis sociétaux

L'ensemble des contributions ici recueillies sera présenté dans un tout autre dispositif que celui qui avait été retenu pour l'organisation du colloque dont elles sont issues. Ce dernier, en effet, *avant la réflexion collective* sur les nudges, et sous l'intitulé « *De la manipulation à l'incitation. Inflexion des comportements et politiques publiques* », distinguait six sessions successives : (1) inflexions douces, (2) pressions sociales, (3) tactiques, instruments et affordances, (4) écologie des incitations, (5) révision de la théorie de la manipulation, et (6) affects, passions et incitations sensibles. Aujourd'hui, *après la réflexion collective*, et en prolongement de cette synthèse introductive, on pressent qu'une méthode globale émerge de ces travaux, et que cette méthode pourrait à la fois offrir un cadre pour l'ouvrage qui les recueille, et susciter une proposition plus générale pour la plupart des situations où la sémiotique affronte des défis sociétaux.

Pour traiter des nudges, problématique que beaucoup d'auteurs découvraient au cours de l'année précédant la tenue du colloque, on constate que, collectivement, nous avons esquissé ou construit (1) une *politique des nudges*, (2) une *rhétorique des nudges* et (3) une *grammaire des nudges*. À titre d'hypothèse, à approfondir et à vérifier, il nous semble possible de soumettre cette proposition de méthode : *Politique, Rhétorique* et *Grammaire* seraient les trois principaux volets d'une approche socio-anthropo-sémiotique des défis sociétaux. Bien entendu, la répartition des contributions à cet ouvrage dans ces trois rubriques est inévitablement imparfaite, et ne signale qu'une dominante dans l'argumentation de chacune d'entre elles, car la plupart des auteurs abordent à la fois, avec des pondérations variables, la politique, la rhétorique et la grammaire des nudges.

Et c'est aussi pourquoi l'intitulé de l'ouvrage n'est plus celui du colloque. Il a donc pour titre : *Des nudges dans les politiques publiques : un défi pour la sémiotique*.

Pour citer cet article : Jacques FONTANILLE. « Introduction », Actes Sémiotiques [En ligne]. 2021, n° 124. Disponible sur : <<https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/6684>> Document créé le 11/01/2021

ISSN : 2270-4957