

Pensée, société et comportement

Idées forces

Toute politique publique pose certaines hypothèses sur le comportement humain. En règle générale, les autorités subventionnent et mettent en avant les activités qui méritent d'être encouragées tandis qu'elles taxent celles à dissuader. Cette démarche part de l'idée que le comportement humain est le fruit de choix « rationnels », à savoir que les individus pèsent soigneusement les solutions possibles, analysent toutes les informations directement accessibles et prennent des décisions de manière autonome. Les politiques publiques élaborées suivant ce schéma s'emploient à modifier les bénéfices et les coûts des actions individuelles et se sont révélées très efficaces dans beaucoup de domaines.

Ces dernières décennies néanmoins, des recherches menées sur la prise de décision ont jeté le doute sur cette vision du fonctionnement de l'individu placé devant un choix. De nouvelles politiques fondées sur une compréhension plus juste de la façon dont les individus pensent et se comportent véritablement se sont montrées très prometteuses, spécialement face à certains des enjeux du développement les plus complexes, comme accroître la productivité, briser le cycle de la pauvreté d'une génération à la suivante, ou encore affronter le changement climatique.

Trois principes de prise de décision individuelle

Afin d'aider à comprendre et à mettre en application les découvertes récentes sur la prise de décision individuelle, l'édition 2015 du *Rapport sur le développement dans le monde* propose un cadre d'analyse structuré autour de trois principes :

1. *La pensée automatique.* Nous pensons en grande partie de façon automatique et à partir de ce qui nous vient à l'esprit sans effort. La pensée réfléchie, où nous évaluons les mérites de tous les choix disponibles, est

moins fréquente. La plupart du temps, nous utilisons des raccourcis cognitifs. De ce fait, des changements mineurs dans le contexte immédiat de la prise de décision peuvent avoir des effets disproportionnés sur le comportement.

2. *La pensée sociale.* L'être humain est profondément social. Nous aimons coopérer – tant que les autres font leur part du travail. Les institutions et les interventions peuvent être conçues de manière à favoriser des comportements coopératifs. Les réseaux sociaux et les normes sociales peuvent servir de base à de nouveaux types d'interventions et de politiques publiques.
3. *La pensée par modèles mentaux.* Lorsque les individus pensent, ils n'inventent généralement pas de nouveaux concepts. Ils utilisent des modèles mentaux issus de leurs sociétés et de leurs histoires communes. Les sociétés fournissent aux individus de nombreux modèles mentaux, souvent contradictoires ; celui qui va leur apparaître dans une situation donnée dépend de signaux contextuels. Les interventions et les politiques publiques qui visent à activer des modèles mentaux favorables peuvent améliorer la vie des individus.

Politique publique et facteurs psychologiques et sociaux

Ces trois principes ont des conséquences majeures sur les politiques et actions de développement. Les interventions doivent prendre en compte les facteurs psychologiques et sociaux qui influencent la prise de décision et le comportement dans un contexte donné. Ce qui signifie que leur conception et leur mise en œuvre doivent suivre un processus plus itératif de découverte, d'apprentissage et d'adaptation. Il ne suffit pas de trouver quelle action mener, mais aussi comment la mettre en œuvre.



En outre, les experts, les autorités et les professionnels du développement doivent admettre qu'ils sont eux aussi soumis à des influences sociales et culturelles, et qu'ils pensent de manière automatique. Ils ont tendance à sélectionner et filtrer les informations de manière à ce qu'elles confirment leurs points de vue préexistants. Leurs environnements sociaux peuvent les conduire à avoir une vision erronée de la façon dont les personnes en situation de pauvreté prennent des décisions et se conduisent. Ils doivent prendre conscience de leurs propres a priori, et les organisations de développement doivent mettre en place des procédures destinées à en atténuer les effets négatifs.

D'un point de vue psychologique et social, la pauvreté ne se résume pas à un manque de ressources matérielles. Les difficultés et le stress associés à la pauvreté exercent une « ponction » sur les ressources cognitives. Les autorités doivent s'efforcer de planifier les interventions de telle sorte que les bénéficiaires potentiels n'aient pas besoin de prendre des décisions essentielles à un moment où le niveau de leurs ressources mentales est particulièrement bas ; par exemple, la décision d'inscrire les enfants à l'école pourrait être reportée à une période où le revenu saisonnier des paysans pauvres est plus élevé. Elles peuvent également axer leur assistance sur des décisions importantes qui nécessitent une grande quantité de ressources cognitives, par exemple, la décision de s'inscrire à un programme d'études supérieures. Ces idées sont valables pour n'importe quel programme dont l'adoption se heurte à des difficultés.

La pauvreté vécue dans l'enfance a aussi une incidence sur les ressources psychologiques. Le développement cognitif peut être altéré par des niveaux de stress élevés et un manque de stimulation socioémotionnelle et cognitive au cours des premières années. Les programmes qui stimulent le développement dès le plus jeune âge peuvent avoir un impact très important sur la réussite des adultes.

La prise en compte des facteurs psychologiques et sociaux enrichit la panoplie d'outils à la disposition des responsables publics. Par exemple, simplifier les décisions à prendre peut aider les individus à faire des choix qui servent mieux leurs intérêts. Les procédures d'inscription aux programmes gouvernementaux sont souvent trop complexes, et les décisions financières auxquelles un ménage est confronté demandent une très grande quantité de ressources cognitives. Il est plus facile pour les consommateurs de déterminer quels sont les meilleurs produits d'épargne et de crédit lorsqu'on leur présente un bref récapitulatif des taux d'intérêt servis et des coûts du crédit. Les programmes d'initiation financière ont plus d'impact lorsqu'ils enseignent des règles générales au lieu de proposer un module d'éducation financière standard.

L'utilisation de rappels offre un autre moyen nouveau d'aider les individus à mener à bien un projet. Il peut s'agir d'envoyer un SMS chaque semaine à des patients pour les aider à prendre leurs médicaments régulièrement. Rappeler

les pénalités encourues diminue les retards de remboursement des prêts. Toutefois, il importe que les rappels soient bien adaptés aux destinataires ; un rappel qui indique des raisons précises d'épargner est deux fois plus efficace qu'un message général.

Les dispositifs favorisant l'engagement peuvent aider les individus à tenir leurs résolutions en les obligeant à maintenir un cap – manger des produits meilleurs pour leur santé, travailler plus ou épargner plus. Dans beaucoup de cas, environ un tiers des personnes à qui l'on propose des dispositifs avec engagement (souvent sous la forme de frais ou de pénalités financières lorsqu'ils n'ont pas atteint leurs propres objectifs) les acceptent.

Les incitations sociales peuvent avoir autant d'effets que les incitations économiques. Informer les habitants d'un quartier de la quantité d'énergie qu'ils consomment en la comparant à celle de leurs voisins fait baisser la consommation moyenne. Féliciter publiquement des personnes qui économisent l'eau et pointer les autres du doigt peut permettre à une ville d'éviter une pénurie d'eau, car les gens ont tendance à économiser davantage lorsqu'ils sont sûrs que les autres vont en faire autant. Les récompenses sociales, les cadeaux, les prix non monétaires et d'autres marques de reconnaissance peuvent inciter les individus à travailler plus. De nombreux programmes donnent davantage de résultats quand ils passent par l'intermédiaire de pairs et de réseaux au lieu de s'adresser directement aux personnes ciblées.

Des divertissements à visée pédagogique peuvent influencer sur certains choix déterminants en matière de développement. Grâce à des émissions de télévision et de radio véhiculant des messages sociaux, il est possible de faire reculer le nombre de grossesses chez les adolescentes, d'améliorer les taux d'épargne ou encore d'accroître l'autonomie des femmes. Des messages stimulant les aspirations peuvent amener les parents à s'investir davantage dans l'éducation et les résultats scolaires de leurs enfants.

Une invitation

Les ingénieurs, les entreprises privées et toutes les personnes engagées dans le marketing de près ou de loin s'intéressent depuis longtemps à la manière dont les individus prennent des décisions, au rôle que le contexte et les préférences sociales jouent dans notre prise de décision et à l'utilisation de raccourcis cognitifs et de modèles mentaux pour filtrer et interpréter les informations. La communauté du développement commence à faire de même. Ce rapport vise à motiver et guider les chercheurs et les praticiens qui peuvent contribuer à mettre au jour les possibilités et les limites d'un nouvel ensemble d'instruments.