

# Croyances et rumeurs en matière d'alimentation : les enjeux socio-cognitifs à travers l'exemple du lait

**Pr. Gérald Bronner**

Modérateur : **Dr. Vincent Boucher**



## Gérald Bronner

Gérald Bronner est Professeur de sociologie à l'Université Paris-Diderot. Il travaille sur les croyances collectives, les erreurs de raisonnement et leurs conséquences sociales. Il a publié de nombreux articles scientifiques et plusieurs ouvrages sur ces questions dont « La démocratie des crédules » en 2013.

## Croyances et rumeurs en matière d'alimentation : les enjeux socio-cognitifs à travers l'exemple du lait

Les opinions publiques, en particulier dans les démocraties, ont souvent un rapport ambigu à l'expertise scientifique. Enquête après enquête, on découvre que nos concitoyens déclarent avoir une confiance un peu abstraite en la science, mais qu'ils deviennent méfiants dès lors que l'on évoque des applications concrètes, et surtout lorsqu'ils ont l'impression de connaître le sujet. On trouve même des indices du fait que ce sentiment de méfiance progresse<sup>1</sup>. Pour n'en prendre qu'un exemple, une étude publiée en 2012 par l'INCA (institut national du cancer) et l'INPES (institut national de prévention et d'éducation pour la santé) révèle que, alors qu'en 2005, 49 % de nos concitoyens pensaient, contre les données scientifiques disponibles, que vivre à proximité d'une antenne relais augmentait les risques de cancer, ils étaient 69 % en 2012 !

Cette méfiance concernant l'autorité scientifique favorise par ailleurs beaucoup la diffusion de croyances dangereuses et c'est ainsi qu'elles conduisent, par exemple, à une baisse de la couverture vaccinale pour des maladies comme l'hépatite B ou la rougeole et provoquent donc des morts qui ignoreront qu'ils ont été les victimes de cette suspicion généralisée. Les attaques dont le lait et les produits laitiers font l'objet alors qu'ils bénéficient d'une image plutôt résiliente, sont à comprendre dans ce cadre. Que ce soit pour les vaccins ou les produits laitiers, ces critiques ont toujours existé, seulement elles demeuraient incarcérées dans des espaces de radicalité militante alors qu'elles essaient aujourd'hui dans toute l'opinion publique.

L'objet de cette intervention sera d'expliquer comment la dérégulation du marché de l'information que constitue notamment Internet aboutit à cette situation incommode. On montrera notamment que le démagogisme cognitif tend à se répandre. On entendra par là, le fait de flatter les penes les moins honorables de notre esprit lorsqu'il s'égaré. Il se trouve que notre cerveau est peu apte à analyser raisonnablement les questions de risque. Dans les conditions d'un marché cognitif dérégulé, ces propositions fondées sur les mauvaises perceptions de notre cerveau (biais cognitifs) tendront à se répandre.

Il se trouve que depuis une trentaine d'années les progrès des sciences de la cognition dans la compréhension de ces phénomènes sont remarquables. Nous savons aujourd'hui beaucoup mieux pourquoi notre cerveau est si incompetent à juger raisonnablement de ces questions. S'il est presque impossible de convaincre les donneurs d'alerte, qui croient faire le bien, que leurs activités font souvent un grand tort, il est en revanche raisonnable d'espérer qu'il soit possible de replacer un jour toutes ces questions sociales et fondamentales sur un terrain psychologiquement plus neutre, un terrain qui permette à l'opinion publique et à l'intérêt général de se réconcilier.

---

1. <http://www2.cnrs.fr/presse/journal/1715.htm>