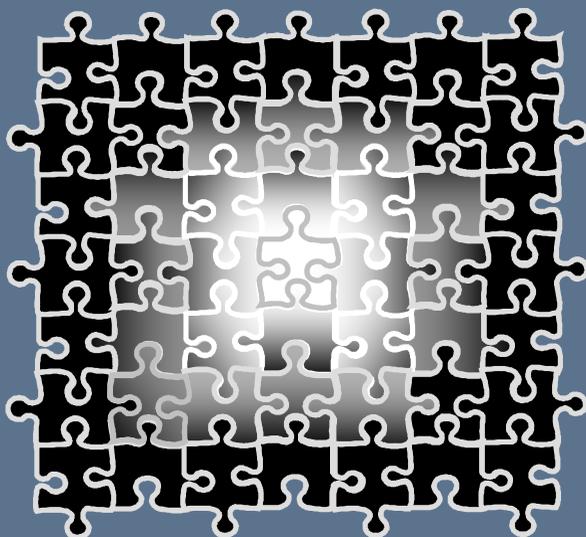


Aux charmes citoyens

Plaidoyer pour la formulation de la
déclaration universelle des droits de l'influencé
et des devoirs de l'influenceur.



Jean-Claude Frezal

Remerciements.

A tous ceux qui ont contribué à la réflexion, la maturation, la formulation et aux relectures, et plus particulièrement Beatrice, Bernard et Caroline.

Plus particulièrement ceux croisés au fil de nos vies.

A tous ceux qui nous manquent...

Preface

Pourquoi « aux charmes citoyens » ? Plus qu'un simple jeu de mot c'est un rapprochement entre un appel républicain qui ouvre notre hymne national et une situation sociétale qui met en danger nos démocraties.

Le charme¹ est défini comme une caractéristique qui produit un attrait puissant, une fascination, une puissance magique et un état second. Ce sont autant de définitions qui expriment le pouvoir des charmeurs sur les autres.

Pour qualifier le protagoniste du « joueur de flute » de Hamelin² on utilise encore aujourd'hui le qualificatif de « charmeur » mais en serait-il de même si l'action se déroulait de nos jours.

Comment nommons-nous les « joueurs de flute » qui au fil d'Instagram, de TikTok, Facebook... entraînent des milliers de jeunes vers des comportements qui interrogent ?

Comment reconnaissons-nous les tentateurs du « soft power »³ ?

Dans un cas comme dans l'autre c'est la mise en œuvre d'une « habileté à séduire et à attirer »⁴ qui nous prévient de la manœuvre.

Influence et Charme se confondent donc quand il s'agit de « l'action d'une personne, d'une circonstance ou d'une chose qui influe sur une autre »⁵ sans violence.

¹ <https://www.cnrtl.fr/definition/charme>

² https://fr.wikipedia.org/wiki/Le_Joueur_de_fl%C3%BBte_de_Hamelin#La_l%C3%A9gende_et_ses_r%C3%A9cits

³ <https://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/soft-power>

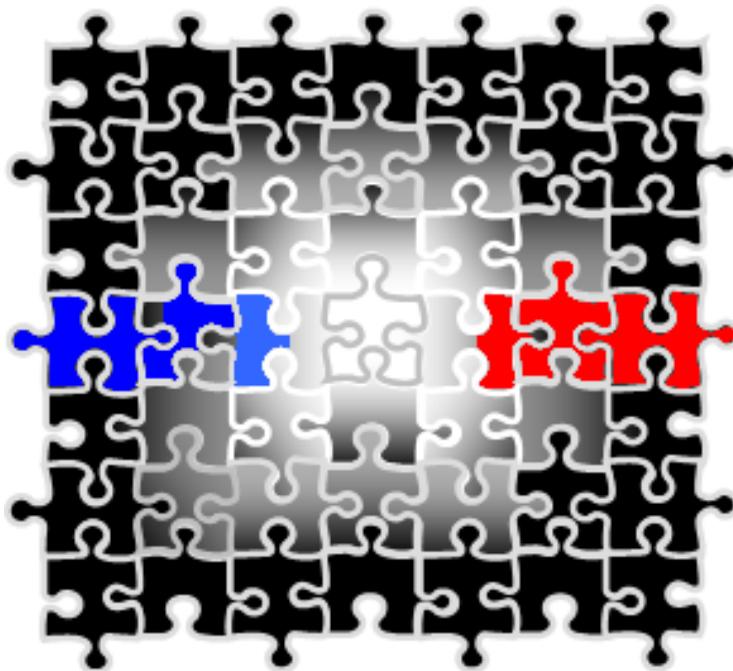
⁴ <https://geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/dossiers-regionaux/la-chine/articles-scientifiques/forces-et-faiblesses-du-soft-power-chinois>

⁵ <https://www.cnrtl.fr/definition/academie8/influence>

Remerciements.	2
Preface	3
A qui s'adresse ce plaidoyer.	7
Le contexte	9
Les changements qui affectent la question de l'influence.	14
L'instabilité de la relation sociale	15
L'instabilité économique	18
L'instabilité philosophique	20
L'instabilité éthique	22
L'instabilité culturelle	24
Raisons de notre inaction.	25
L'enfermement numérique	26
La tentation	28
La nature des tentateurs.	29
La maîtrise de l'influence	33
Un besoin démocratique.	34
La complexité des situations	35
La durée de l'influence	37
La visibilité et l'acceptation sociale.	40
Asymétrie de connaissances, de compétences et liberté de choix	43
Modalités et acceptation de l'influence.	45
Les principes d'une déclaration universelle des droits de l'influencé	48
« Art 1 : L'influenceur s'oblige au respect de la libre conscience de l'influencé »	49
« Art 2 : L'influence n'est acceptable qu'envers des adultes responsables de leurs actes. »	51
« Art 3 : La durée des conséquences de l'influence est limitée au choix libre de l'influencé »	53
« Art 4 : Les capacités de l'influencé doivent être équivalentes à celles de l'influenceur, dans le cas contraire l'influenceur doit argumenter dans le sens qui lui est propre mais aussi	

défendre le point de vue opposée afin de préserver le libre arbitre de l'influencé. » _____	55
« Art 5 : Quand l'influenceur tire un bénéfice, l'influencé doit en avoir connaissance. » _____	57
« Art 6 : Quand l'influencé seul tire un bénéfice de l'influence, l'action est réputée éthique. » _____	60
« Art 7 : Quand l'influenceur agit pour le respect de la loi commune, il doit justifier de la légitimité de l'action. »__	61
« Art 8 : Quand l'influence est indirecte, utilisant des acteurs tiers, elle est réputée insidieuse et perverse. » _____	62
« Art 9 : L'influenceur est le premier responsable du respect de cette éthique. » _____	63
« Art 10 : L'influenceur n'ayant pas respecté les principes qui précèdent est responsable des conséquences subies par l'influencé. » _____	64

Conclusion _____ **66**



Déclaration des devoirs de l'influenceur et des droits de l'influencé _____ 67

Bibliographie _____ 69

A qui s'adresse ce plaidoyer.

A tous ceux qui génèrent, subissent, organisent, forment, forgent ...des méthodes, des hommes, des actions, des systèmes... destiner à « Influencer ».

Dans nos sociétés l'influence a pris des formes marchandes «publicité», «conseil», «coaching»,...des formes sociales «conviction», «adhésion», «argumentation»... mais aussi des formes agressives «sectarisme», «guerre idéologique ou théologique», «radicalisation» autant de situations qui constituent les branches d'un arbre dont le tronc est la connaissance des processus d'influence, deux racines alimentent l'arbre, la capacité à faire et celle à comprendre et résister.

Nous voilà bien face à un processus dont la compréhension et la maîtrise tant individuelle que collective sont indispensables. Si l'examen de Google livre fait apparaître quelques ouvrages sur la nécessité d'une réflexion éthique concernant le coaching, le conseil ou le marketing ; l'approche globale concernant l'influence au sens large est faiblement intégrée. On trouve seulement deux auteurs anglophones ^{6 7} ayant abordé le sujet. Un désert intellectuel pour un sujet qui interroge nos modalités sociales et déstabilise nos communautés.

La globalisation, la technologie, la vitesse de changement...mettent régulièrement les règles morales de notre éducation en rupture avec l'éthique sous-jacente. Ainsi le mariage, il y a 100 ans, était durable entre un homme et une femme. L'évolution sociétale a modifié la loi et la morale en facilitant la dissolution du lien juridique ; allant même jusqu'à créer un nouveau lien : le PACS.

⁶ The Ethics of Influence: Government in the Age of Behavioral Science - Cass R. Sunstein - 2016

⁷ The Ethics of Influence: Political Donations and Lobbying- David Lascelles – 2005

Les situations de décision et d'orientation requièrent dans le contexte une remise en cause régulière des méthodes et principes de référence.

Le contexte

A l'époque où certains s'interrogent sur l'influence des fausses nouvelles sur les comportements démocratiques, il convient de s'interroger sur la société d'influence, son origine, ses mécanismes et ses méthodes.

C'est l'objet de cette communication qui s'appuie sur une démarche initiée il y a douze ans et concrétisée dans un livre paru en 2012 «Influence et systèmes» sous-titré sans vergogne «introduction provisoire à la théorie de l'influence»⁸.

C'est la recherche d'une manière de partager des notions telles que parties-prenantes, acteurs, enjeux,..., auprès d'étudiants en Master deux qui m'a conduit sur les chemins de l'influence. Une influence vue, non pas comme celle de la mère sur l'enfant, du vendeur sur le client potentiel, ou du « manager » sur le « managé » ; mais une influence insidieuse, toile tissée par de multiples d'araignées dont la finalité est de conduire celui qui est capturé vers la destination, l'usage ou l'exploitation qui lui est réservée.

Si dans un premier temps cette recherche m'a conduit sur les chemins d'approches méthodologiques dites « managériales », rapidement l'actualité a interrogé toutes les connaissances et tous les environnements éclairés par cette quête.

Quels sont- donc ces savoirs utilisés par les araignées de nos sociétés ?

Psychologie bien sûr, sociologie évidemment, ethnologie sûrement, géographie étonnamment, mathématique nouvellement et systémique globalement ... sans être exhaustive cette revue d'armement montre la transversalité de l'approche et la difficulté de l'abeille qui passe à se protéger de la toile de l'araignée.

⁸ « influence & système » JC Frezal et alii publié par L'Interdisciplinaire dans la collection Système(s) ISBN2-907447-36-X : https://www.theory-influence.com/books/Document_FR_WEB.pdf

Nos sociétés ayant généré des abeilles très spécialisées, rares sont celles qui disposent d'une capacité à se protéger totalement de cette situation.

Ayant eu l'occasion d'éveiller des abeilles ciblées par des araignées hostiles dans des ruches d'excellences⁹, nous leur avons proposé de nouvelles lunettes pour éviter la toile et l'exploitation conséquente.

Les toiles d'araignées ont toujours existé mais dans un nombre limité de domaines. Depuis vingt ans elles sont en phase de déploiement dans la quasi-totalité des univers où nos vies se déroulent. Qu'ils soient privés, public, politiques, théologiques, médiatiques ... rien n'échappe à la généralisation des pratiques d'influence.

Pour en être convaincu il suffit :

-D'ouvrir son téléphone, Google cherchera à vous orienter...

-Contribuer à un mouvement, on cherchera à augmenter pas à pas votre engagement, votre cotisation ...

-D'avoir un questionnement théologique, on vous générera des amis qui vous voudront du bien...

La liste est longue, allant même dernièrement à essayer d'orienter notre vie affective.

Quand on regarde cette évolution, on constate que la manipulation et l'influence ont envahi notre société sous des formes insidieuses et innovantes.

Pour en être convaincu il suffit de voyager en transport en commun, 6 ou 7 passagers sur 10 sont hypnotisés par leur téléphone, rappelant ainsi les multiples expériences de conditionnement des chiens, chats, souris... une stimulation toutes les minutes c'est la fin de l'observation, de la réflexion, l'apologie de la réaction outil de base de la manipulation. Cette émergence insidieuse aurait dû interroger nos valeurs républicaines :

⁹ « Un Laboratoire de recherche parmi d'autres » chapitre p 175 du livre « influence & système » JC Frezal et alii publié par L'Interdisciplinaire dans la collection Système(s) ISBN2-907447-36-X

Liberté mais pas de penser librement.

Fraternité mais pas désintéressée.

Egalité mais pas de compétences.

Bien sur le phénomène n'est pas neuf ... la propagande, la publicité, la politique ont utilisé ces techniques pour provoquer des changements dans nos sociétés. L'historique des manœuvres est large avec récemment les guerres mondiales et le génocide Rwandais. L'utilisation de la radio puis de la télévision pour manipuler les populations s'enrichit avec l'invasion du smartphone, l'explosion des messageries instantanées et le règne des réseaux sociaux.

Ce sont 14 millions de français dont 78% des 11-24 ans qui utiliseraient « Tik Tok »¹⁰ ; c'est 22 millions pour « Instagram »¹¹ et 16,6 millions d'utilisateurs actifs quotidiens pour « Snapchat »¹² avec la première place pour le temps passé des 11-24 ans.

Il ne faut pas perdre le contrôle de la proie, qu'elle soit chien, chat, souris, abeille ou humaine.

En quoi nos méthodes et nos sociétés sont-elles différentes de celles du passé ?

En ce qui concerne notre propos sur les différences et les changements de méthodes dans nos sociétés, nous mettrons volontairement sur un même niveau influence et manipulation, cela choquera sûrement certains d'entre vous ; alors posez-vous une série de questions sur les différences entre manipulation et influence. La manipulation est une « manœuvre par laquelle on tente d'imposer une vision fautive de la réalité en recourant à la falsification, à la fraude »¹³ quand l'influence est communément définie par « action d'une personne, d'une circonstance ou d'une chose qui influe sur une

¹⁰ <https://blog.digimind.com/fr/agences/tiktok-chiffres-et-statistiques-france-monde-2020>

¹¹ <https://blog.digimind.com/fr/agences/instagram-chiffres-incontournables-2020-france-et-monde>

¹² <https://blog.digimind.com/fr/agences/snapchat-chiffres-essentiels-france-monde>

¹³ <https://www.cnrtl.fr/definition/academie9/manipulation>

autre »¹⁴ définition qui devrait remplacer influe par altère, modifie, change... une longue liste du possible, mais pas toujours du souhaitable.

En termes de méthodes et de techniques existe-t-il une manière spécifique à chacune des situations ?

Dans les deux cas on va utiliser les mêmes outils de mise en situation, de mise en conditions,...en faisant appel aux savoirs psychologique, sociologique, ethnologique...

Les personnes cibles de l'influence sont-elles différentes de celles de la manipulation ? L'influencé est-il différent du manipulé ? Si la cible a la même capacité à comprendre et à se défendre la seule différence ce sont les mensonges, les oublis, les tricheries du manipulateur. Le manipulateur n'est ni « fairplay » ni loyal ; il se veut efficace. La différence est donc une conséquence de la morale et de l'éthique de l'influenceur. Ce n'est donc pas la cible qui fait la différence à méthodes et situations équivalentes. La différence entre les deux situations a pour origine la connaissance par l'influencé du processus mené par l'influenceur. Dans le cas de la manipulation, le manipulé n'a ni la connaissance des fausses allégations, ni la compréhension du processus en cours. Dans le cas de l'influence, l'influenceur devrait être à « visage découvert » et l'influencé devrait être formé et informé. Le conditionnel de « Devrait » est une différence qui rassure l'influenceur sur la morale de son action, mais qui questionne l'éthique dès lors que l'influencé n'est que rarement en situation de se protéger. L'absence de transparence et d'éthique conduit la plupart des « influenceurs » actuels dans le camp des manipulateurs

¹⁴ <https://www.cnrtl.fr/definition/academie8/influence>

Cette situation nous a conduit à considérer que la différence existante entre les deux termes n'est qu'une des dimensions du questionnement moral ou éthique.

Cette proximité va déranger bien des a priori sur le sujet, mais si on se place dans une perspective de comprendre le questionnement nécessaire à la reconstruction d'une morale de l'influence, alors la différence n'a plus lieu d'être.

On peut ajouter à ce constat le besoin de disposer d'une information permettant un choix libre, éclairé sans utiliser le mot « objectif » rejeté par beaucoup. Alors il convient alors, comme le fait Jérôme Bondu¹⁵, de s'interroger sur la manière dont nous dressons le contexte de la question. Requérir « pour une déclaration d'indépendance informationnelle » c'est hisser notre questionnement au niveau des principes de notre démocratie, c'est aussi l'objet de ce document.

¹⁵ Post de Jérôme Bondu site du cercle-K2 [« Pour une déclaration d'indépendance informationnelle »](#)



Les changements qui affectent la question de l'influence.

L'instabilité de la relation sociale

Les méthodes de l'influence n'ont pas fondamentalement changées depuis Lao Tse et Machiavel mais l'environnement où elles sont mises en œuvre est différent. Depuis quelques dizaines d'années le territoire dans lequel chacun d'entre nous évolue a été bouleversé ; notre société est passée d'un cadre de vie habituel, au sens de connu, usité et défini, à un cadre variable, au sens d'instable, de changeant et d'inhabituel.

Cette stabilité du lien social que Pierre-Yves Cusset définit comme *« une notion floue »* regroupant *« l'ensemble des relations personnelles, des normes, des valeurs et des règles communes qui relient les individus »* était une caractéristique de toutes les sociétés humaines.

Mais le lien social, toujours pour Pierre-Yves Cusset, est en crise, déstabilisation de l'institution familiale, progression de la solitude, plus faible investissement dans la vie collective, augmentation des incivilités et inquiétudes quant à notre modèle d'intégration.

Nos anciens, pour beaucoup, vivaient là où ils étaient nés (80% des natifs de début XIX^{ième}, 60% de début XX^{ième}¹⁶). Ils côtoyaient souvent tout au long de leur vie celui ou celle avec qui il avait partagé le banc de l'école, le patronage, le terrain de foot,..., et souvent plus car affinités.

Ainsi dans notre société où la mobilité est un modèle comportemental à promouvoir notre « cadre géographique » qui était unique et pérenne est devenu multiple et changeant. Nous évoluons donc au fil de nos étapes de vie dans des « cadres géographiques » variés.

16

https://www.persee.fr/doc/pop_0032-4663_1970_num_25_5_14724

Il s'agit non seulement d'une question de nombre mais aussi de nature, le cadre physique de la géographie se voit progressivement être substitué par un cadre numérique.

Toujours pour Pierre-Yves Cusset, « *l'approfondissement du processus d'individualisation explique une partie des évolutions ... Il tend à faire émerger un lien social plus électif.* »

Nous voilà bien au cœur de changements, mes liens sociaux ne sont plus le fruit de mon lieu, de mon histoire, de mon travail ... mais le fruit de mes choix, ainsi notre société offre la possibilité d'échapper totalement au maillage historique dans lequel nous vivons depuis notre naissance.

La conséquence la plus tangible, c'est l'émergence de cognitions non plus culturelles, nées de l'appartenance à une communauté, mais instruites, née de la fréquentation de communautés exogènes.

Si la cognition et la culture des communautés endogènes cohabitent historiquement, l'émergence des communautés exogènes est de nature à créer des tensions.

La massification de la relation sociale numérique s'ajoutant à cette situation, amène à constater la croissance rapide de groupes extrémistes (djihadiste, salafiste, fasciste...).

Cette instabilité s'étend même au sentiment d'appartenance à sa communauté d'origine, des liens qui pour les générations précédentes définissaient le cadre d'une vie comme nation, peuple, couple, amis... sont aujourd'hui l'objet d'une remise en cause.

Cette instabilité s'étend à ce que je sais, mes compétences, mon activité... la « doxa »¹⁷ ambiante nous explique que compétences et métiers de demain seront différents de ceux d'aujourd'hui. Face à cette incertitude annoncée, mais loin d'être avérée, mon métier, mon rôle social, ma vie personnelle sont supposés être en danger.

¹⁷ <https://fr.wikipedia.org/wiki/Doxa>

La conséquence c'est un renforcement de la perception d'instabilité et un questionnement subséquent de quatre ordres, économique, philosophique, éthique et culturel.

Economique parce que tous les changements sociétaux génèrent de nouvelles opportunités économiques.

Ainsi la généralisation de l'internet a modifié l'accès à l'information, le commerçant du bout du monde est au bout de mes doigts, générant ainsi l'explosion de la logistique de proximité et la multiplication des boutiques virtuelles.

Philosophique parce que le degré de liberté dont nous disposons se trouve augmenté. La réduction de la contrainte sociale liée au respect de la norme ouvre des perspectives en matière d'expression et de démocratie.

Ethique parce que la volatilité du lien social interroge la manière dont nous gérons ce lien, quels sont les comportements qui en découlent, quelles responsabilités cela engendre et quelles conséquences dans nos rapports aux autres.

Culturelle parce que le libre choix de son contexte de vie (Ashram, Kibboutz, Echo-Village, ...) et de son mode de vie (végétarien, végane, ...) met nos sociétés sous tensions en multipliant le nombre des différences visibles.

L'instabilité économique

Dans l'univers du commerce se sont développées des pratiques dites de « hard selling », autrement exprimé « vente forcée ». Le vendeur ne se pose plus la question de l'épicier de mon village. « La semaine prochaine ma cliente sera-t-elle satisfaite de mon conseil ? ». L'épicier de votre grand-mère s'interrogeait sur la satisfaction durable peut-être par humanisme, amitié ou toute autre motivation louable ; mais aussi parce qu'il avait une pleine conscience qu'une « entourloupe » générerait des remarques acerbes de votre grand-mère pendant les 20 prochaines années.

Cette conscience de la durée de la relation et de la responsabilité qu'elle entraîne disparaît dans nos sociétés.

Quelques exemples que nous partageons tous, si vous êtes client d'Orange, de Canal +, SFR, FREE,...dénoncer son contrat et se réabonner vous permet de bénéficier d'un prix promotionnel plus bas que celui de votre abonnement actuel, l'objectif premier de ce type de manœuvre est d'attirer de nouveaux clients.

Autrement exprimé j'assume le départ de mes clients avec pour conséquence la réduction de ma clientèle en rêvant que ceux qui quittent mes concurrents vont me rejoindre. Ces méthodes, assumées par de nombreux agents économiques, alimentent l'instabilité au détriment de la fidélité; nos anciens auraient mis à l'index des entreprises utilisant ces pratiques. Le jour où les actionnaires se rappelleront ce que « goodwill » signifie et comment la gestion du fonds de commerce constitue la variable centrale de la durabilité de la valeur d'une entreprise alors bien des dirigeants du CAC 40 auront le loisir de bénéficier d'une retraite agréable à l'ombre de leurs stock-options. La conduite managériale qui consiste à agir principalement pour augmenter la valeur de l'action conduit

inexorablement à l'appauvrissement de l'entreprise, mais ce n'est pas la préoccupation de ceux qui ont une date de péremption professionnelle.

L'instabilité philosophique

Le degré de liberté dont nous disposons se trouve augmenté au-delà même de ce que nos philosophes avaient imaginé. L'éradication de la norme sociale au profit de la liberté de choix de norme a ouvert deux perspectives simultanément.

La première, offre la possibilité d'une expression démocratique qui s'élargit et s'enrichit d'une multitude de référentiels, créant ainsi une ouverture à la diversité des pensées.

La seconde génère une forme d'autisme numérique qui repose sur l'enfermement intellectuel, lié à la fréquentation des écrans, associée à la croyance que ce que je vois et j'entends est la vérité vraie. Cet enfermement dans une norme, celle que je crois choisir, est le fruit de l'ignorance sur tous les trucs et astuces des influenceurs. Cet autisme ne serait pas dramatique si derrière la norme ne se cachaient des acteurs, des enjeux, des intérêts irrespectueux de la diversité et de la tolérance. Nous voilà bien devant une nouvelle forme de la propagande qui, bien sûr, s'est mise au service des endoctrinements politiques, religieux et économiques. Ce mélange des genres, comme ce fut le cas en d'autres temps (croisade, guerre de religion...), n'est pas une nouveauté. Ce qui est une rupture innovante et terriblement dangereuse pour nos sociétés c'est l'absence de convergence et d'homogénéité géographique des croyances. Cette situation a tendance à générer des milieux instables dont la conséquence est de provoquer des oppositions et parfois des affrontements. Devant cette situation dont les exemples récents ne manquent pas (Inde 1947, Irlande du nord 1970, Liban 1975, Algérie 1990, Syrie 2011,...) la proximité, la tolérance, le respect et la non-violence deviennent vitaux pour le vivre ensemble.

Dans les sociétés démocratiques le choix libre de sa règle de vie est reconnu au citoyen sous réserve de respecter le choix des autres et la règle commune. Dans la salle communale de nos villages le citoyen qui écoutait le discours excessif d'un orateur manipulateur était confronté à la diversité d'opinion dès la fin du discours. Si le coquin expliquait que le peuple était en danger, la nation attaquée, l'église, le temple, la mosquée et la synagogue menacée ... les joueurs de boule de la place du village, ceux de cartes du bistro de la gare rappelaient aux participants de la réunion l'outrecuidance des idées quand elles ne sont pas partagées avec les autres. L'absence de partage, question centrale, face à l'instabilité du lien social entraîne des conduites d'isolement dont la conséquence est la réduction du questionnement. Alors que la démarche philosophique repose avant tout sur le questionnement et le doute, a contrario l'enfermement numérique génère des réponses dont la fiabilité, réalité, véracité ne sont que des postulats. La réponse a vocation à accroître l'enfermement et la dépendance. C'est bien la logique de « ok Google », posez moi la question je vous dirais comment vivre, manger, acheter, aimer ...

L'instabilité éthique

Ethique parce que la volatilité du lien social interroge la manière dont nous gérons ce lien, quels sont les comportements qui en découlent, quelles responsabilités cela engendre et quelles conséquences dans nos rapports aux autres

Cette conscience de la durée de la relation et de la responsabilité que cela entraîne disparaît dans nos sociétés. Cela laisse émerger une foultitude de corsaires qui dans tous les domaines économiques, politiques, idéologiques...n'ont qu'une seule devise « obtenir et partir ».

C'est le guichetier de la banque qui, sous l'influence d'un système de prime, propose à une personne âgée propriétaire un plan épargne logement. La banque en question vous expliquera par l'intermédiaire de son directeur de la communication que la charte éthique signée par tous les employés garantit que c'est une exception. Le boucher de ma grand-mère n'avait pas besoin de signer une charte, ni de la coller sur les murs, il avait une culture éthique qu'il partageait avec sa communauté.

Pour être optimiste, il existe des acteurs économiques de premier plan qui n'ont besoin ni de charte, ni d'affiches car ils ont une culture éthique partagée.

Sous l'influence de la mondialisation l'univers économique a vu émerger des affrontements éthiques créant une instabilité du cadre social. Lorsque l'on compare la culture éthique d'une entreprise nord-américaine à celle d'une allemande ou d'une danoise on découvre la variabilité du référentiel.

Nous voilà dans une société où l'influenceur, pour ne pas le nommer le manipulateur, échappe à la conséquence durable de son action dans sa relation avec les autres.

Pourquoi se priver de tenter de s'approprier de l'argent, du pouvoir, de l'influence ?

Toujours plus, voilà bien une constante comportementale partagée par tous.

L'outil numérique offre la mise en condition, la prise de contrôle et l'exploitation ... que de tentations pour tous les prêcheurs, exploiters, tyrans en herbe ou professionnels. Rien d'étonnant à l'émergence explosive de l'endoctrinement numérique (politique, théologique, économique,...) dont nos sociétés sont victimes.

L'armement existe, l'envie est génétique, la morale est défaillante et la règle n'existe pas ...bonne chasse !

L'instabilité culturelle

Si on formule que l'histoire est l' « Évolution de l'humanité à travers son passé, son présent, son avenir »¹⁸ pour apprendre à se connaître, à se comprendre afin de se préparer, alors l'ignorance est un problème.

On a de tout temps instrumentalisé l'histoire officielle à des fins politiques allant jusqu'à construire des « vulgates¹⁹ » manipulateurs. Les variations culturelles étaient liées aux mobilités, à l'évolution des techniques et des environnements donc lentes et subtiles. Les deux derniers siècles avec les colonisations, les mondialisations, les migrations et les conflits ont multiplié les « intrusions » et les « apports » culturels je vous laisse le choix du terme en fonction des circonstances. Coca-cola, hamburger, pizza, halloween, halal, couscous, végétarien, rock and roll, PC ... autant de mots qui témoignent d'une société de diversité soumise à des influences extérieures. Dans une perspective plus large l'allongement de la durée de vie, 25 ans au XVIIIe siècle, 43 ans en 1850. 80 ans aujourd'hui a créé un prisme d'instabilité^{20 21}. Nos ancêtres vivaient dans des cadres temporels limités ce qui réduisait le nombre de changements culturels auxquels ils avaient à faire face. Nos anciens naissaient, grandissaient, étaient élevés dans un cadre culturel de référence quasi stable. Les soubresauts de l'histoire telle la fin de la royauté ou la révolution industrielle était l'affaire d'une vie. Le dernier siècle a vu l'émergence de nouvelles formes de guerre, la digitalisation du lien social, la mondialisation de nos activités, la réduction globale des fléaux immaîtrisables (famine, maladie, ...) ...

¹⁸ <https://www.cnrtl.fr/definition/histoire>

¹⁹ Vulgate : Texte qui fait foi. <https://www.cnrtl.fr/definition/vulgate>

²⁰ <https://www.ined.fr/fr/tout-savoir-population/memos-demo/focus/la-duree-de-vie-en-france/>

²¹ <https://www.franceculture.fr/histoire/cetait-mieux-avant-et-ca-fait-2-000-ans-que-ca-dure>

Notre siècle s'ouvre sur une maladie planétaire, un conflit ukrainien d'un autre siècle, le retour de la propagande, le besoin de maîtriser le CO2... nous voilà pris entre deux lectures de l'avenir.

Le prochain siècle est à écrire mais face aux défis et enjeux la tentation sera grande de faire disparaître la liberté de pensée qui encombre...



Raisons de notre inaction.

L'enfermement numérique

Depuis quelques décennies émerge l'enfermement numérique, le terme d'enfermement pourrait laisser croire qu'il s'agit d'une contrainte, il n'en ait rien, nous sommes face à un choix perçu comme « libre » par celui qui le fait.

Le choix est-il libre et éclairé voilà la question ? Nous avons des exemples de choix d'enfermements volontaires dans notre société l'hermite, la carmélite, le moine ... mais tous procèdent d'une démarche accomplie dans un temps long laissant la place au doute et à la remise en cause.

L'enfermement numérique fonctionne comme une addiction, le silence n'est plus supportable. Depuis l'émergence de la Télévision 24h/24h dans les années 80, de l'internet, du smartphone ... de nombreux citoyens sont dans un état de dépendance à l'écran.

Si vous n'êtes pas convaincu fermez vos accès internet un matin...vous vivrez un putsch des membres de votre famille dans les minutes qui suivront.

Cette dépendance est devenue problématique avec l'émergence d'une nuée de manipulateurs qui utilisent cette situation à leur profit.

On pensera aux djihadistes qui en ont fait un outil méthodologique de la radicalisation ou de « l'extrémisation ». Le lien social passe par l'écran. Il se construit avec d'autres emmurés, regroupés autour d'une thématique. Le manipulateur a beau jeu alors d'aller poser son filet ou sa toile dans un étang ou un lieu qui regroupent les poissons prêts à avaler tous les appâts du pêcheur.

Si on pense naturellement aux sectes ou aux extrêmes, ils ne sont pas les seuls à utiliser l'enfermement à des fins problématiques.

Pourquoi choisir de manquer de l'essentiel et pourtant acquérir le superflu ?

L'enfermement volontaire n'est pas nouveau, ni lié à l'émergence du web, ce qui a changé c'est la disparition des remparts sociologiques. La famille, le village, la communauté, ... ne protègent plus de l'intrusion. Cette situation, associée à l'émergence de la société de consommation et à l'instabilité du lien économique, a généré l'usage massif d'une arme : La tentation.

La tentation

La tentation est à l'origine définie comme une action divine pour tester la résistance de l'Homme à la suggestion du péché²². Cette définition a beaucoup évolué devenant un « Désir, envie de quelque chose ». Cette évolution nous fait oublier le rôle clé du tentateur qui a perdu sa nature divine pour devenir celui ou celle « qui séduit, éveille le désir »²³ de notre prochain. Il est donc devenu socialement acceptable de tenter son concitoyen quelle que soit sa situation économique. C'est pourquoi « Culture pub » est devenue l'émission d'une génération. La tentation est devenue un métier ; c'est comme si le « serpent » de la bible était devenu l'idole d'une société ... Pourquoi vouloir faire une taille 32 au point d'en mourir ?

L'usage massif de la tentation a bien entendu été accompagné par l'appel au désir. Comment générer du désir en l'absence de contact ? En utilisant l'image bien sûr. Nous avons donc pendant les deux derniers siècles créé une société de l'image. L'arrivée de la photo, du cinéma, de la télévision et d'internet associés à l'appropriation par tous des technologies numériques a fait de l'image un enjeu de pouvoir. Images retouchées pour la publicité, détournées pour l'humour, trafiquées pour m'orienter, analysées pour m'espionner, modifiées pour ... l'ensemble avec la contribution efficace de la reconnaissance visuelle, des statistiques, de l'intelligence artificielle... Face à la généralisation d'images corporelles de référence. Il n'est donc pas étonnant qu'au moment où se construit l'adulte entre 14 et 17 ans on voit apparaître l'anorexie mentale dans toutes les catégories sociales. Ce ne sont pas les questions qui manquent. Comment la radicalisation solitaire est-elle possible ?

²² <https://www.cnrtl.fr/lexicographie/tentation>

²³ <https://www.cnrtl.fr/definition/tentateur>

La nature des tentateurs.

Vaste question dont la réponse nous dérange tous, En effet nous sommes collectivement, individuellement et simultanément tentateurs ou tentés, naïf ou malicieux, chasseur roué ou gibier innocent.

Avons-nous une excuse pour justifier ne rien faire ? L'insuffisance de réflexion, d'éducation et de sensibilisation sur le sujet nous excuse sûrement un peu ; mais la multitude des enjeux et des champs concernés est au cœur de la difficulté. L'école a fait des efforts mais les méthodes et les outils utilisés par les créateurs d'influence se trouvent généralisés et en mutation permanente.

Interroger cet armement dérange une multitude d'univers qui peu ou prou exploitent les savoirs de l'influence à leur profit.

Comment agir sans bouleverser bien des univers ?

Le monde des affaires qui en use et abuse depuis la nuit des temps il faut bien convaincre celui qui a l'argent, mais aussi celui avec qui je veux échanger. Tout échange de bien intègre un jeu d'influence réciproque entre les deux agents économiques. De la même manière en d'autre temps et d'autres lieux deux autochtones l'un chasseur et l'autre pêcheur argumenteront la qualité de leurs prises pour fixer les termes de l'échange.

Le monde politique il faut bien convaincre celui qui va voter pour moi. Depuis Aristote le démagogue est un objet de réflexion sur le fonctionnement de la démocratie, donc l'affaire n'est pas nouvelle.

Ce qui a changé c'est que « Arx tarpeia Capitoli proxima »²⁴ est devenu « Arx tarpeia Capitoli absit »²⁵ puisque je peux me dissimuler, me faire héberger et surtout disparaître après avoir fauté. Les paradis fiscaux sont une magnifique illustration du propos.

²⁴ « il n'y a pas loin du Capitole à la Roche Tarpéienne »

²⁵ « il y loin du Capitole à la Roche Tarpéienne »

Le monde médiatique il faut bien attirer celui qui va m'écouter. Il n'est pas de journée qui ne nous donne l'occasion de vérifier par soi-même le jeu des médias. Une citation de Wikipédia « Le 18 décembre 1997, Fabrice Fernandez est abattu d'une balle dans la tête, tirée à bout portant pendant un interrogatoire dans les locaux du commissariat du neuvième arrondissement de Lyon. Deux nuits d'émeutes suivent la mort, et pendant plusieurs mois, les bus arrêtent régulièrement leur circuit avant d'entrer dans le quartier de La Duchère, dont il est originaire »²⁶. Le 20 Heure de France 2 ouvre sur le gros plan de deux voitures brûlées devant deux magasins fermés et annonce une émeute à la Duchère. Ayant vécu étudiant dans le quartier et transportant mon fils au lycée de la Duchère, je me suis déplacé sur le lieu du reportage le lendemain matin. Il y avait bien deux voitures brûlées, mais les deux magasins étaient fermés depuis 10 ans, la pharmacie et le bureau de tabac, qui jouxtent, se portaient à merveille. Deux voitures ont brûlées ... les bus desservent le lycée... Triste démonstration des méthodes dites « d'information ».

Le monde de l'éducation a pour objectif de transmettre des connaissances, des compétences, des capacités,...Mais le lien entre le maître et l'élève a changé. Les modalités des acquisitions ont évolué en raison de la « ... masse croissante des connaissances qui sont dispensées par des agences extérieures à l'école et qui exige une nouvelle manière d'enseigner... »²⁷

Cette situation met en exergue la remise en cause du maître comme agent de transfert des savoirs. A cet état de fait Simone Forster auteure de «L'école et ses réformes»²⁸ ajoute, « Une rupture intervient dès la chute du mur de Berlin avec la montée en puissance de la mondialisation. On entre dans l'ère de la culture de l'évaluation,

²⁶ https://fr.wikipedia.org/wiki/Émeutes_dans_les_banlieues_françaises_depuis_les_années_1970

²⁷ [Revue française de pédagogie U.N.E.S.C.O. Paris. — L'Évolution du rôle du maître : Perspectives internationales. \(Par\) Norman M. Goble et James F. Porter](#)

²⁸ « [L'école et ses réformes](#) »

du classement des systèmes éducatifs et des établissements. Les nouvelles techniques de management ont fait leur entrée dans les établissements ; il s'agit de rendre des comptes ... Le statut de l'enseignant s'en trouve modifié.»²⁹ On a basculé d'une école de la transmission à une école de la séduction.

Dans l'enseignement supérieur le maître doit séduire non seulement les pairs, mais aussi les futurs élèves, que l'on veut attirer, sans parler des élèves actuels qui ne manqueront pas de vous dénigrer dans les réseaux sociaux si vous leur déplaitez.

L'intrusion des parents, des inspecteurs, des recteurs et même des ministres dans la manière dont la classe doit être conduite s'ajoute à cette liste. Dans tous les cas, l'influence est au centre du processus éducatif. Ce n'est pas nouveau mais le lien n'est plus unilatéral entre maître et élève, il est devenu multilatéral au centre d'un jeu d'acteurs dont l'outil est l'influence. La liste des communautés affectées est longue et le phénomène ne fait que grandir jour après jour.

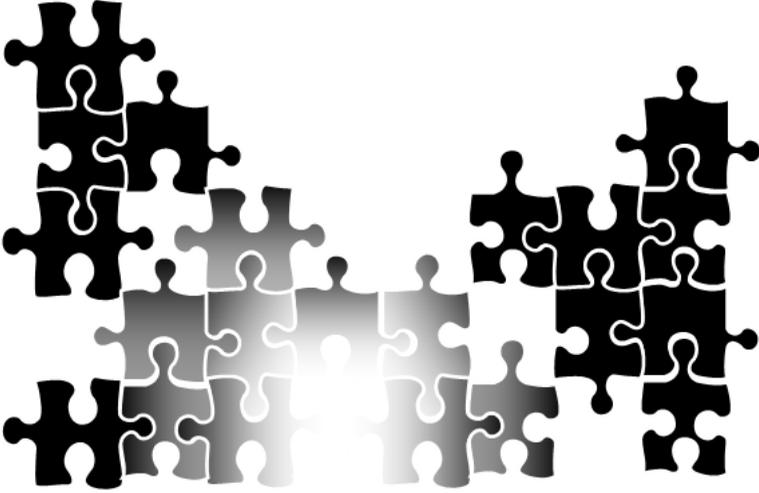
A la question « Pourquoi ne faisons nous rien ? », la réponse la plus simple serait d'affirmer que nous en tirons un profit, un avantage, un intérêt, qu'il soit économique, philosophique ou social.

Réduire la question à ce choix assume des acteurs dont la morale pose l'exploitation de son prochain comme légitime.

Cette problématique morale est-elle interrogée par les profiteurs en influence ? Étonnamment pas toujours. A ce stade on découvre que le questionnement éthique sur l'influence sociale est quasi inexistant. Mais le sujet devient central sous l'impulsion des circonstances, des technologies de l'information et de nos nouveaux jouets, les trames se resserrent, s'insinuent dans tous les pores de nos vies sans autres interdits que ceux que les agresseurs se fixent. La situation peut paraître acceptable pour ceux que compétences et capacités

²⁹ « [l'école c'était mieux avant](#) »

protègent. Elle interroge pourtant nos sociétés sur la protection des plus faibles, ceux qui, faute des bagages suffisants, ont besoin de protection. La « fake news » est devenu un sujet à la mode, mais ce n'est qu'une écume dans un océan d'outils et de situations qui exploitent les plus faibles et les moins aguerris.



La maitrise de l'influence

Un besoin démocratique.

Si on assume comme l'exprime Charles de Gaulle que " La démocratie, c'est le gouvernement du peuple exerçant la souveraineté sans entrave " ; la réponse à la question de l'entrave est au cœur de la démocratie et la régulation des outils et méthodes d'influence de la liberté de penser une nécessité.

Oui mais comment ?

Le sigle « Règlement Général sur la Protection des Données » ou RGPD est un premier pas pour encadrer le traitement des données personnelles sur le territoire de l'Union européenne.

Ce règlement, outil de contrôle par les citoyens de l'utilisation des données les concernant, oublie les usages et les méthodes. La légitimité et la transparence de l'approbation initiale de l'internaute sont les seules protections, mais qui lit le détail des textes ? Qui renonce à l'accès ?

La prochaine étape concerne l'introduction de l'intelligence artificielle ou IA. Les premières perspectives d'une IA dépassant les probabilités et les scénarii a généré en 2017 un premier questionnement éthique dont les principes sont plus proches de mon propos:« L'application de l'Intelligence Artificielle aux données personnelles ne doit pas restreindre indûment la liberté réelle ou perçue des personnes ».

Dans ce no man's land il convient à mon sens de construire une démarche de société pour obliger la surprise. La statistique tend à dupliquer le passé, l'algorithme réplique, il n'innove pas, il ne surprend pas, il atrophie la créativité et anesthésie la curiosité. Il enferme le citoyen dans un autisme social au risque, déjà avéré, de générer des clans.

STOP

La complexité des situations

Nous avons dans nos sociétés l'habitude de réguler la vie commune en utilisant des règles fixes (la loi, la morale, la liturgie, la doctrine, l'usage, la coutume ...) ce mode de fonctionnement qui nous encadre depuis la nuit des temps est adapté à une stabilité environnementale. Les acteurs individuels ou collectifs disposent ainsi du temps nécessaire à l'appropriation, l'application et l'adaptation de la règle.

Actuellement la vitesse du changement est telle que nous sommes dans l'incapacité de suivre le rythme, pire, les exploités sont très avancés alors même que l'exploité n'en a pas conscience.

Cette réflexion sur le sujet conduit à constater que les règles fixes sont presque toujours en retard sur le besoin d'encadrement. Il conviendrait donc d'évoluer vers la fixation de principes capables de constituer un système éthique.

Dans le domaine du droit cela reviendrait à réduire le poids de la loi au profit de la jurisprudence tout en s'appuyant sur les principes, républicains de référence (tels que liberté, égalité, fraternité).

La comparaison est caricaturale mais donne la possibilité de lister quelques questions qui devraient générer des principes éthiques dans le domaine de l'influence.

-Toutes les cibles à influencer sont-elles équivalentes ? : Clients, électeurs, administrés, élèves, amis, bandits,

-L'influence est-elle acceptable dans tous les domaines : privé, public, professionnel...?

-L'effet d'influence doit-il être limité dans le temps ?

-La technique, la méthode, le savoir d'influence doivent-ils être partagés ou appropriés au profit de certains ?

-Au profit de qui va le bénéfice de l'influence ? L'influencé ou L'influenceur, ou les deux ?

-La cible d'influence est-elle encore libre après avoir été influencé...?

-Quelles sont les intrusions acceptables : habitudes, cognition, addiction... ?

-L'addiction est-elle comparable à la tentation ?

-Quelles sont les modifications admissibles dues à l'influence subie : liens sociaux, perception... ?

...

Sans être limitatif ce questionnement devrait engendrer une réflexion sociétale dans le but de former, protéger, non pas le citoyen d'hier mais celui de demain.

C'est ce questionnement qui vous nous accompagner tout au long de notre propos.

La durée de l'influence

Dans la plupart des travaux réalisés sur l'influence, qu'elle soit individuelle ou sociale, la question de la durée de l'effet de l'influence n'est à ma connaissance que peu abordée. Stanley Milgram³⁰ ou Solomon Asch³¹ analysaient, expérimentaient pour comprendre et la durée n'était pas une dimension significative de l'objet de leur étude. Cette dimension fut abordée par Jerry Berger³² (2007, 30 ans plus tard) lors de la réplique de la fameuse expérience de Milgram, en raison des risques traumatiques liés à l'expérience.

L'influence a une durée, dont on mesure au jour le jour l'importance dans notre vie.

Qui n'a pas affirmé :

J'ai appris à faire comme ça ...

J'ai l'habitude de ...

L'influenceur qu'ils se dénomment parents, professeur, maître, formateur, tentateur, prêcheur... devrait intégrer la durée de l'effet qu'il provoque dans son questionnement éthique, s'il en a un ?

Le supermarché qui tente l'enfant en positionnant des sucreries à portée de sa main est un « filou »; en s'attaquant à une cible sans défense, il heurte une certaine éthique ; la durée limitée de la conséquence a conduit à l'acceptation sociale de cette déviance.

Je ne suis pas sûr qu'un ancien ait accepté une telle pratique de l'épicier de son village.

³⁰ https://fr.wikipedia.org/wiki/Stanley_Milgram

Pour rappel, entre 1960 et 1963 il cherchait à évaluer le degré d'obéissance d'un individu devant une autorité jugée légitime et à analyser le processus de soumission qui induit des actions posant des problèmes de conscience au sujet. En l'occurrence un comédien en blouse blanche simulant un scientifique mettait un sujet en situation d'infliger des secousses électriques douloureuses à un autre comédien

³¹ https://fr.wikipedia.org/wiki/Solomon_Asch

expérience sur le conformisme au groupe

³² https://fr.wikipedia.org/wiki/Exp%C3%A9rience_de_Milgram#Reproductions_de_l%27exp%C3%A9rience

Le pervers narcissique destructeur de la confiance de son conjoint, le boulanger formateur de ses apprentis, le champion modèle pour les jeunes... génèrent tous des effets durables impactant sur la vie des cibles d'influence.

La dimension temporelle de l'effet de l'influence interroge, en effet, la notion de liberté. Nombreuses sont les conséquences de l'influence qui sont pérennes, ma culture, mon éducation, mon parcours de vie ... la durée est au cœur de la question du libre arbitre.

L'influence doit-elle toujours afficher sa date de péremption ? Cette question aurait paru saugrenue au début du siècle dernier mais devient très actuelle. Les péremptions des savoirs, des idéologies, des cultures, sans oublier les modes, les théories et les modèles sont permanentes dans la civilisation de la connaissance qui est la nôtre.

Question complexe que d'anticiper la péremption. Sans la fixer à priori le seul fait d'exprimer l'existence possible d'une durée de validité constitue un premier niveau de protection et ceci même si tout n'est pas périssable.

Les conséquences de l'influence doivent-elles être assumées par l'influenceur ?

Lorsque les conséquences sont nuisibles et la responsabilité établie il est assez simple d'en tirer une règle.

Pour autant le pervers narcissique³³ doit-il assumer financièrement les soins psychologiques de son ex-conjoint jusqu'à la disparition de l'effet ? Question sociétale à laquelle la loi de 2010³⁴ a partiellement répondu. Notre droit à travers « la responsabilité du fait d'autrui »³⁵ offre une réponse potentielle à cette question.

³³ https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000042193490/

³⁴

https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000006070719/LEGISCTA000006165282/#LEGISCTA000006165282

³⁵ Article 1242 du Code civil, « On est responsable non seulement du dommage que l'on cause par son propre fait, mais encore de celui qui est causé par le fait des personnes dont on doit répondre, ou des choses que l'on a sous sa garde. »

L'influenceur pourrait être responsable du dommage que l'influencé se fait à lui-même ou à des tiers puisque l'influencé lui en répond. Malheureusement nos usages, qui intègrent l'emprise, écartent l'influence du champ d'application de la loi, pourquoi ne pas l'intégrer dans le champ de l'influence ? C'est mon option, elle est radicale ; mais serait-elle efficace quel que soit le domaine économique, sociétal, politique ? Si sur le fond on peut douter de la mise en œuvre juridique d'une telle démarche, l'existence de cette responsabilité putative aura de conséquences comportementales sur des araignées mal intentionnées.

La visibilité et l'acceptation sociale.

A la question « la génération d'addiction est-elle comparable à la tentation ? » vaste question qui lorsqu'on laisse voguer la question du théorique au pratique ne manque pas d'ouvrir des controverses.

L'addiction au sucre est-elle plus acceptable que celle à l'alcool ? Selon Santé Publique France l'un serait impliqué pour 6% des décès et l'autre pour 7%. La question n'est donc pas dans l'issue du jeu d'influence mais ailleurs. Si à ce début d'inventaire des lieux on ajoute l'utilisation massive de casques son dont les conséquences prévisibles dommageables sont avérées, ou bien, l'acceptation sociale de la tentation publicitaire cela conduit rapidement la réflexion non pas vers l'influence mais sur la relation entre l'objet d'influence et le corps social.

De ce constat, on déduit que la remarque, évoquée plus haut, concernant la relation des anciens avec leur épicier est d'un autre temps. Je vous concède l'anachronisme avec plaisir.

Il n'en demeure pas moins que l'acceptabilité sociale n'éclot pas comme les roses. Elle se développe, se construit, se refuse et s'accepte dans des vagues successives de flux et reflux.

La réclame, qui deviendra après-guerre la publicité, correspond parfaitement à cette logique ; généralisée dès la fin du XIX^{ème}, elle sera utilisée pour influencer quitte à « enjoliver » beaucoup le réel.

C'est ainsi qu'au XIX^{ème} siècle un grand magasin parisien promettait à ses clients de l'époque de rendre « l'argent de tout achat qui a cessé de plaire »³⁶ on ne sait pas si cela conduisit le propriétaire à la richesse ou à la faillite.

Cette situation d'exploitation par un petit nombre des techniques de séduction publicitaire perdura jusqu'à la fin du XX^{ème}, période à

³⁶ <http://passerelles.bnf.fr/albums/publicite/index.htm>

laquelle les techniques, méthodes, roueries de la publicité furent largement diffusées dans l'opinion, mettant ainsi le corps social en situation de se protéger. L'émission « Culture Pub » a largement contribué à la banalisation des savoirs.

La période transitoire a duré plus d'un siècle, pendant toute cette période quelques individus ont tiré profit de cette situation au détriment de beaucoup d'autres.

Heureusement toutes les transitions ne sont pas aussi longues. Pour ceux qui ont été formés aux analyses statistiques (factorielle, typologique, segmentation...) et ont surfé dès l'arrivée de CompuServe³⁷ en France ; l'émergence de Yahoo, Google et autres réseaux pouvait s'anticiper dès l'origine. A l'origine CompuServe proposait déjà un moteur de recherche, des forums communautaires, une messagerie Mais qui a su anticiper ? Depuis l'arrivée de Google (1998) et la généralisation de Facebook (2006) moins de 20 ans se sont écoulés. L'émergence du règlement général sur la protection des données où RGPD(2021) intervient comme une étape vers la maîtrise des outils de l'influence.

Mais le chemin à parcourir reste long pour éviter l'exploitation de l'ignorant par le sachant. La durée de la transition, entre l'émergence de la technique et la connaissance par ceux qui la subissent, est une dimension à prendre en compte. Ces périodes grises d'entre deux ouvrent toujours la porte à des actions « questionnables ». A ce stade de la réflexion on comprend que la question n'est pas dans la nature de l'objet d'influence mais dans le partage de la connaissance

³⁷ « CompuServe lance ses services en France en novembre 1993. Mais à l'époque la connexion nécessite un appel téléphonique payant jusqu'à un central, aux frais de l'utilisateur.... L'Express, puis un peu plus tard Le Monde, y ouvrent leurs premiers forums et l'utilisent comme un moyen supplémentaire pour alimenter leur courrier des lecteurs, et proposent parfois exceptionnellement à un auteur de publier dans leurs pages son texte électronique...
En avril 1995 CompuServe lance son service... L'utilisateur dispose alors d'une adresse électronique en protocole SMTP/POP3 et du navigateur SPRY Mosaic pour explorer le web. Le 15 décembre 1995 les services CompuServe sont reliés à l'internet.... Un éditeur HTML en ligne permettait également de créer ses propres pages web en quelques minutes »

et dans la durée de la diffusion du savoir. Il convient donc de traiter ce déséquilibre.

Asymétrie de connaissances, de compétences et liberté de choix

Dans nos sociétés modernes, il est d'usage de considérer que le sachant, celui qui dispose de la connaissance, de la compétence peut tirer un profit de cette situation.

C'est d'ailleurs ce ne que ne manque pas de faire le vendeur, le spécialiste marketing, l'avocat, le médecin, le professeur...

Notre référentiel commun c'est que le sachant est légitimé à influencer nos choix. Cette légitimité que nous lui donnons est connue et elle devrait être transparente.

Les professions médicales ont intégré cette dimension ainsi « le consentement doit être "libre et éclairé". Cela signifie qu'il ne doit pas être obtenu sous la contrainte. Le patient doit donner son consentement après avoir reçu préalablement du médecin une information claire, complète, compréhensible et appropriée à sa situation ». Nous n'évoquerons pas ici le médecin motivé par les laboratoires, ni le vendeur par les primes, la question éthique dans ces cas se pose : A ce stade elle n'existe pas.

Nous aborderons le cas où le sachant dispose du pouvoir lié à la compétence ou la connaissance quand la cible ne disposant pas des mêmes capacités ne l'a pas en pleine conscience légitimé.

Tous les jours nous sommes confrontés à des situations de ce type, c'est votre téléphone qui vous propose un restaurant, votre journal qui oriente une information, votre oncle qui vous conseille...

On parle d'égalité, mais quelle égalité quand j'utilise ce que je sais pour orienter mon concitoyen ignorant ?

Le sachant a un devoir éthique celui de la contre-influence ; il se doit de présenter le contre point afin d'éclairer le champ du libre choix.

Il faut d'ailleurs préciser que certains professionnels comme les notaires ... intègrent déjà cette logique.

Ce sujet pose la question du déséquilibre ; c'est une question ancestrale dans nos sociétés.

Dans de multiples domaines nous avons répondu à cette question par des règles communes :

En ce qui concerne la force nous avons fait appel à la « légitime défense ».

En ce qui concerne la richesse nous avons développé une politique de redistribution sociale.

En ce qui concerne le savoir nous avons créé l'école obligatoire et gratuite.

Nous n'aimons pas les déséquilibres quand ils sont de nature à mettre en cause la vie commune. Le jeu des influences n'est-il pas en train de déstabiliser la vie commune, désinformation, gaspillage, endoctrinement, ... Alors pourquoi ne pas intégrer le déséquilibre face à l'influence dans nos règles communes. Ne devons-nous pas protéger les plus fragiles ceux qui sont mal ou peu armés pour se protéger des sirènes qui ne sont que des araignées maquillées. S'il convient de protéger ceux incapables de se protéger, toutes les cibles sont-elles justifiables de cette protection ? Toutes les circonstances sont-elles concernées ?

Modalités et acceptation de l'influence.

Si l'on examine la question, on constate que certains champs sont exonérés du principe de protection de la cible. C'est ainsi que le code pénal prévoyait : « ... les agents de police judiciaire peuvent, avec l'autorisation du procureur de la République ou du juge d'instruction, ... sans être pénalement responsables de ces actes : Acquérir des produits stupéfiants... mettre à la disposition des personnes se livrant à ces infractions des moyens... »³⁸.

Les articles associés de cette loi intègrent aussi d'autres domaines tels que l'utilisation d'une fausse identité numérique ou la mise en place de moyens de surveillance d'un suspect. Le champ d'application des méthodes d'influence est-elle de nature à justifier la manipulation ? Autrement exprimé qui est légitime à agir ainsi ?

La légitimité, vue comme une reconnaissance par un groupe, est différente de la légalité, émanation de la loi commune. Doit-on limiter l'usage de la manipulation sur la base de la légalité ou l'étendre à la légitimité pour des circonstances spécifiques ?

La question ouverte interroge la manière dont collectivement nous choisissons les champs d'action dans lesquels nous acceptons la mise en œuvre des techniques d'influence.

La pratique sociétale actuelle a laissé l'habitude créer une forme d'acceptabilité par l'usage. Ce processus assume une forme de processus d'apprentissage dont on devrait interroger la morale.

En effet si les plus agiles, les mieux informés, identifient, comprennent et se protègent assez rapidement, cela laisse momentanément une majorité désarmée.

Dans une société en mutation lente, ne disposant pas d'outils de diffusion de masse, ce cycle n'avait pas un impact massif sur nos

³⁸ Code de procédure pénale Article 706-32

communautés. Le temps de la diffusion laissait à beaucoup d'entre nous la possibilité de comprendre, de se protéger et finalement d'échapper à la tentative de soumission. Dans le moment qui est le nôtre, le temps est devenu court, la vitesse du déploiement est fulgurante, la largeur de l'impact global, les conséquences peuvent être désastreuses pour nos l'avenir des sociétés démocratiques. Prenons un exemple global, le transfert, en l'espace de 50 ans (1950-2000) de la vente des produits de consommation d'un conditionnement en vrac vers une mise sous emballage a bouleversé notre planète. L'utilisation massive de l'emballage vecteur de tentation et d'influence ... a eu pour conséquence de générer l'un des plus grands défis environnementaux du XXI^{ème} siècle. L'emballage a conquis la planète passant d'un usage limité à un usage généralisé. Si vous comparez à l'émergence et la diffusion de la conserve³⁹ vous constaterez la différence de vitesse. On passe d'une innovation fin XVIII^{ème}, l'appertisation, à une industrialisation milieu XIX^{ème} pour une généralisation au XX^{ème}.

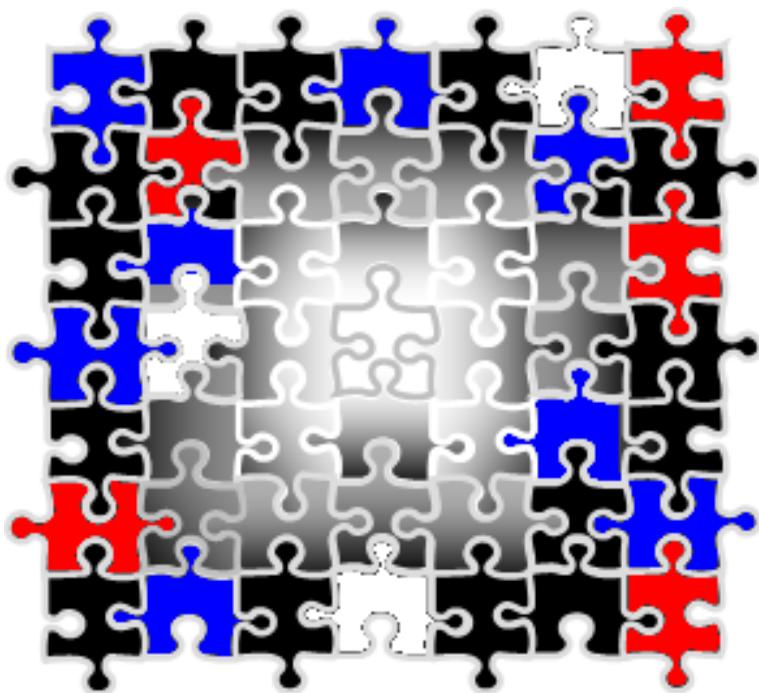
La rapidité de diffusion interroge les habitudes qui sont les nôtres. La méthode qui consiste à faire, observer, réguler ne fonctionnent plus correctement. Il est nécessaire d'anticiper. Attendre c'est constater le « trop tard ». Le déploiement d'internet et des technologies mobiles multiplient les exemples de « trop tard ».

Les réseaux sociaux pourtant pointés par Elizabeth Spillius (Bott) et Stanley Milgram dès le milieu du XX^{ème} siècle n'ont pas été pris en compte avant une date récente. Alors comment réguler nos sociétés ? Probablement en revenant aux principes qui nous ont permis de vivre ensemble durablement depuis trois siècles en partageant des valeurs.

« La déclaration universelle des droits de l'homme et du citoyen »

³⁹ <https://www.cancentral.com/can-stats/history-of-the-can>

Des principes forts mais larges, robustes au changement sociétal et dont la mise en œuvre permet d'anticiper l'émergence de la loi, du décret ou de la règle.



Les principes d'une déclaration
universelle des droits de
l'influencé

« Art 1 : L'influenceur s'oblige au respect de la libre conscience de l'influencé »

Aucune influence ne doit donc affecter la liberté de penser et de choix. Magnifique ! Mais comment je fais ?

En posant comme principe que tout influencé doit rester libre d'échapper aux conséquences de l'influence, j'oblige l'influenceur à protéger le libre choix de l'influencé, devenant ainsi le procureur de sa propre cause.

Perspective troublante que d'être l'avocat d'une cause mais aussi son détracteur. On pourrait penser que c'est impossible, et pourtant c'est déjà le cas du médecin oncologue qui explique à son patient les issues possibles du traitement ou non d'une tumeur. Il présente toutes les facettes de la décision. Si sa conviction personnelle est faite, il s'oblige à respecter le libre choix du patient.

Cette situation n'est pas unique mais malheureusement limitée aux situations extrêmes.

En posant le principe, on fixe l'obligation pour l'influenceur de justifier la manière dont il a conduit son action d'influence ; on retourne la charge de la preuve. Ce n'est plus au manipulé de démontrer la manipulation, l'escroquerie ou l'abus de confiance pour les juristes, mais à l'influenceur de justifier du respect de l'obligation de contre-influence.

C'est bien moins compliqué que cela paraît, nous l'avons déjà fait dans le domaine de la vente par correspondance. En effet l'influencé a « un délai de 14 jours pour changer d'avis en cas d'achat par internet ou par téléphone »⁴⁰. C'est le droit de rétractation. Si vous exercez ce droit, le vendeur doit vous rembourser le bien ou la prestation de service commandé. Certains contrats ne sont toutefois

⁴⁰ <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F10485>

pas concernés »⁴¹ mais « Le vendeur doit vous informer de l'existence ou de l'absence de ce droit avant la conclusion de votre commande. »⁴²

L'exemple est isolé et tardif, un siècle s'est écoulé entre les premiers catalogues de vente par correspondance et le texte en question. Nous faisons face à cette incapacité à réagir vite en l'absence de principes généraux ; nous restons englués dans une logique qui ressemble beaucoup aux pièges que certains chasseurs utilisent.

1-Manipulation

2-Abus

3-Réaction

4-Legislation

Et pendant tout ce temps les araignées se régalent...bon appétit !

En posant un principe dans nos textes constitutionnels nous permettrions :

L'action juridique immédiate.

Le jeu de la jurisprudence.

L'interprétation avant l'émergence de la loi ou du décret.

⁴¹ <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F10485>

⁴² <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F10485>

« Art 2 : L'influence n'est acceptable qu'envers des adultes responsables de leurs actes. »

A première vue ce principe paraît une évidence, profitez de la naïveté et de l'inexpérience d'enfants ou d'adolescents n'est pas acceptable.

Quand on liste les champs d'influence auquel les enfants et adolescents sont confrontés on trouve :

La famille

L'école

La vie associative

Le sport...etc

La liste est longue et nous laisse envisager que l'article que nous évoquons n'a pas de fondement. C'est allez bien vite en besogne, nos sociétés ont déjà mis en œuvre ce principe à travers le droit de vote qui depuis 1791 s'acquiert à partir d'un âge fixé par la loi. Nous avons donc décidé qu'enfants et adolescents ne sont pas en capacité de faire un choix autonome lors des élections de nos représentants. A la question pourquoi ? La réponse communément avancée est qu'ils ne sont pas autonomes, argument qui a fait l'objet de débat en Allemagne⁴³.

Quoiqu'il en soit comment faire pour appliquer ce principe sans bouleverser nos coutumes ?

La première manière de résoudre la question des domaines évoqués précédemment serait de considérer l'apprentissage, non pas comme une influence mais comme un transfert.

L'apprentissage se définissant alors comme le transfert d'une compétence, d'un savoir, d'un usage, d'une coutume ... partagées

⁴³ https://www.persee.fr/doc/phlou_0035-3841_2007_num_105_1_7711#phlou_0035-3841_2007_num_105_1_T1_0049_0000

par l'ensemble de la communauté auquel l'enfant ou l'adolescent appartiennent.

Cette seule définition ne nous protège pas de l'endoctrinement religieux, politique ou idéologique ou sein d'une même communauté. Associé à l'article premier évoqué ci-dessus ; « L'influenceur s'oblige au respect de la libre conscience de l'influencé », article qui conduit à l'obligation de contre-influence cette formulation offre un niveau acceptable de protection de « l'innocent » ou plutôt de « l'inconscient ».

« Art 3 : La durée des conséquences de l'influence est limitée au choix libre de l'influencé »

Nous avons abordé cette question précédemment à travers « La durée de l'influence et la question éthique ». Envisager cette question nous conduit à aborder le processus qui génère le changement.

Comment intégrer une date de péremption ? Est-ce possible ?

Existe-t-il des précédents dans nos pratiques ?

Nos sociétés, nos cultures et nos coutumes n'ont pas très souvent intégré la remise en cause comme un élément fondateur de toute démarche d'influence.

Imaginez une publicité qui conclut la présentation alléchante de la dernière merveille par une annonce qui vous informe que l'an prochain le modèle sera encore mieux.

Si dans le domaine du marketing c'est étonnant, pour ne pas écrire détonnant, il est des circonstances où cela est un état de fait.

Ainsi la formation des doctorants, futurs chercheurs pour certains d'entre eux, intègre dès l'origine la remise en cause et le questionnement comme fondement épistémologique.

Une telle attitude de l'influenceur est-elle généralisable quel que soit le champ d'application ? Sans en avoir identifié tous les chemins pour la mise en œuvre, on pourrait s'inspirer des mathématiques qui utilisent le postulat et l'axiome comme fondement d'une démarche de construction théorique.

Toute influence ne devrait-elle pas identifier et formuler les postulats et les axiomes qui périssent son contenu.

C'est ainsi que l'on peut imaginer des publicités intégrant une annonce contenant l'explication détaillée des séductions, tricheries et autres roueries destinées à séduire. À la lecture de ces lignes vous pensez peut-être qu'il s'agit d'un doux rêve d'utopiste. Pour vous

convaincre du possible de cette proposition il vous suffit d'entrer dans un bureau de tabac et d'examiner le packaging des cigarettes.

Qui aurait imaginé ? Ceux qui ont connu la distribution gratuite de « Gauloises » aux militaires appelés du contingent !

Ils constatent l'obligation actuelle, pas seulement de contre argumentation, mais de faire appel au dégoût et non à la tentation.

« Art 4 : Les capacités de l'influencé doivent être équivalentes à celles de l'influenceur, dans le cas contraire l'influenceur doit argumenter dans le sens qui lui est propre mais aussi défendre le point de vue opposé afin de préserver le libre arbitre de l'influencé. »

Ce principe semble contraire à la logique comportementale de l'influenceur, puisque le but de son action est d'obtenir la modification de la perception de l'influencé.

Cette attitude n'est pas généralisée dans l'état de nos relations sociales ; mon instituteur ne m'a pas expliqué les conséquences négatives de l'apprentissage de la lecture ou du calcul. Lire et compter ont des effets certains sur nos perceptions. Lire nous fait prendre conscience de ce que nous ne connaissions pas et compter de ce que nous n'avons pas.

Dans un questionnement aussi caricatural, on voit émerger deux questions : « qui profite de l'influence » et « celui-ci est-il le seul à en profiter ? ».

Nous reviendrons ultérieurement sur ce sujet.

Il existe pourtant des situations où cette pratique de la contre-influence est pratiquée. Ainsi un médecin, face à une pathologie qui offre plusieurs choix en matière de traitement, va quasi systématiquement présenter les aspects positifs et négatifs de chacun des choix, laissant le patient face à la décision. Décision que le patient prendra non sans avoir demandé « si vous étiez à ma place que feriez-vous ? ».

Dans le domaine du conseil, on retrouve cette pratique, notaire, avocats, expert-comptables, sans pour autant qu'elle soit généralisée ou inscrite dans les pratiques recommandées par les institutions.

C'est ainsi que le notariat dans son « Règlement National » édicté par le « Conseil supérieur » consacre trois lignes au sujet.

« Art. 3.2.1 Le notaire doit à sa clientèle sa conscience professionnelle, ses égards, l'impartialité, la probité et l'information la plus complète. L'intérêt du client prime toujours le sien. »

La profession d'avocat dans son « Règlement Intérieur National de la profession » aborde la partie concernant le « code de déontologie des avocats européens » à travers l'intérêt du client

« 21.2.7 Sous réserve du strict respect des règles légales et déontologiques, l'avocat a l'obligation de toujours défendre au mieux les intérêts de son client, même par rapport à ses propres intérêts ou à ceux de ses confrères. »

La question de l'équilibre de la connaissance et de la contre-influence n'est pas abordée directement, elle est pourtant sous-jacente de la question de la défense prioritaire de l'intérêt du client. Comme exposé, des professions ont intégré cette article sous une forme, non pas de partage de compétence, mais de défense de l'intérêt de l'influencé. Notre droit a déjà abordé cette thématique, « l'escroquerie, l'abus de confiance, celui de faiblesse, la tromperie, le conflit d'intérêt ... » sont des contextes d'utilisation du déséquilibre de compétences. Nous n'en avons pas extrait la source à l'origine du délit ou du crime : l'asymétrie de compétences.

L'objet de cet article est de pallier ce manque.

« Art 5 : Quand l'influenceur tire un bénéfice, l'influencé doit en avoir connaissance. »

La question du bénéfice est centrale dans le questionnement éthique.

Si on pose comme postulat la formulation de l'article un de notre plaidoyer « : L'influenceur s'oblige au respect de la libre conscience de l'influencé », l'existence d'un bénéfice assume un questionnement sur le respect de la liberté de choix de l'influencé par l'influenceur. La distance entre l'influenceur et le bénéfice est-elle suffisante pour le laisser seul gérer cette problématique ?

Il n'est pas un jour qui ne nous confronte à cette absence de distance.

Qui n'a jamais été incité par le vendeur, dans un commerce, à choisir un produit sur recommandation ? Qui n'a pas regretté d'avoir écouté, un fois rentré chez lui, en découvrant l'état de fraîcheur ou l'adéquation partielle des caractéristiques du produit ?

Nous avons tous vécu cette mésaventure ; souvent, notre mansuétude aidant, nous n'en avons pas tenu rigueur à notre boucher, épicier, boulanger ...etc.

Dans le cas évoqué, l'influenceur tire un bénéfice alors que l'influencé en paye le prix. Ce n'est pas toujours le cas, les deux peuvent aussi parfois en tirer profit, c'est ce que le jargon du management appelle un scénario « gagnant-gagnant ».

Dans le champ des affaires, cette situation, souvent précédée d'une négociation entre professionnels, laisse aux acteurs le loisir d'évaluer, d'imaginer et de prévoir le profit retiré par l'influenceur.

Le jeu de l'influence est équilibré, les acteurs changeant de rôle, l'influenceur devenant l'influencé et réciproquement.

Dans cette situation, le questionnement doit aussi se porter sur l'équilibre des capacités comme nous le posons dans l'article quatre de notre propos qui postule que « les capacités de l'influencé doivent être équivalentes à celles de l'influenceur ».

Si les capacités sont déséquilibrées, les questions de la connaissance et de la contre-influence resurgissent.

Il est un domaine qui a répondu à ce questionnement : le sport.

Dans le domaine sportif, en plus de s'affronter selon les modalités prévues et en dépit de l'usage du « fairplay », les adversaires pratiquent un jeu d'influence pour décourager, tromper, manipuler, ... Il s'agit de provoquer la faute de l'adversaire.

Pourquoi est-ce accepté par tous les participants ?

Sans être exhaustifs, la connaissance des manœuvres, des roueries et de leurs conséquences par tous les participants est probablement à l'origine de l'acceptation de cette « déviance ».

On peut raisonnablement en conclure que le partage des compétences et la compréhension des conséquences constituent une brique d'une démarche éthique sur le sujet.

Si la contrepartie de l'influence est un échange économique, sociologique, psychologique... la capacité à en comprendre la nature est un prérequis. Sans ce composant le système éthique de la transaction se trouve à nouveau en déséquilibre.

Quelles attitudes sont possibles pour l'influenceur ?

Le renoncement à l'échange ou à la contrepartie qu'il tire de l'échange peuvent constituer une réponse.

Cette nécessité de comprendre avant de s'engager se retrouve dans de nombreux actes de nos vies. Lors de la cérémonie du mariage civil l'officier d'état civil énumèrera les conséquences de l'engagement marital tel que décrit dans le code civil.

« Article 212 : Les époux se doivent mutuellement respect, fidélité, secours, assistance...

Article 215 : Les époux s'obligent mutuellement à une communauté de vie. La résidence de la famille est au lieu qu'ils choisissent d'un commun accord... »

Cette question de la compréhension a limité jusqu'en 2019⁴⁴ la liberté des majeurs protégés qui souhaitaient se marier, se pacser ou divorcer.

44 <http://www.justice.gouv.fr/bo/2019/20190329/JUSC1909309C.pdf>

« Art 6 : Quand l'influencé seul tire un bénéfice de l'influence, l'action est réputée éthique. »

Dès notre naissance nous entrons dans un processus d'influence que nous dénommons « éducation ». Des apprentissages élémentaires distillés par nos parents, aux compétences construites par nos professeurs, nous sommes les bénéficiaires d'influences qui nous sont favorables. Elles ne sont pas toujours transparentes, nous souvenirs sont pavés des pieux mensonges distillés par nos parents pour nous convaincre de manger, de nous protéger du froid, ... Si dans le cas de la relation entre parent et enfants la question du bénéficiaire est presque toujours claire. Dans les autres situations la question est bien souvent plus complexe.

Le professeur est réputé, comme les parents, ne bénéficier que des progrès de l'élève. Si cette situation semble évidente, elle cache cependant des cas où le professeur tire un profit direct du travail de l'élève. C'est le cas du directeur de thèse qui verra son nom associé à la publication scientifique de son élève, ou celui de l'instituteur qui aura « préparé » la venue de l'inspecteur d'académie.

La question du bénéficiaire n'est donc pas catégorielle, elle est le fruit du croisement du rapport de l'influenceur avec l'influencé et du contexte de la situation.

« Art 7 : Quand l'influenceur agit pour le respect de la loi commune, il doit justifier de la légitimité de l'action. »

Le XXème siècle nous a largement montré que l'influenceur peut agir pour le respect de la loi commune sans pour autant que la loi soit légitime. Ce fut le cas dans l'Allemagne nazi, l'Italie fasciste ou la France pétainiste avant 1945 avec des lois et des campagnes de communication antisémites non conformes aux principes de la déclaration universelle des droits de l'homme.

La propagande des régimes dictatoriaux du XXème siècle constitue l'un des précédents historiques mais les exemples ne manquent pas dans notre histoire.

Poser la question de la légitimité de l'action dans ces termes nous place devant un conflit de légitimité qui pourrait s'exprimer ainsi :
« J'agis pour le respect de la loi commune légitime mais l'action que je mène dans ce cadre est-elle légitime ? »

Le policier qui arrête légalement un voleur qui résiste n'est pas légitime à le faire avec une violence disproportionnée. Plus qu'une certitude, c'est bien d'un questionnement dont il s'agit pour le porteur de l'action publique.

Dans notre société inscrite dans la déclaration des droits de l'homme et du citoyen le porteur de l'action publique dispose d'un texte et d'un contexte qui l'aide à l'évaluation. Ce n'est pas toujours le cas.

« Art 8 : Quand l'influence est indirecte, utilisant des acteurs tiers, elle est réputée insidieuse et perverse. »

Deux aspects s'affrontent dans ce principe, d'une part l'utilisation de l'enfant pour obliger les parents à acheter⁴⁵, d'autre part la souricière du policier pour capturer la tête de réseau. L'influence peut donc être insidieuse et perverse mais légitime, les campagnes nationales pour la vaccination, l'arrêt du tabac, la vitesse... autant de sujets exemplaires de cette situation. Pour être plus général, les systèmes mis en place par les GAFAM tendent tous à nous faciliter la vie pour mieux nous enfermer. C'est une approche de même nature qui a été regroupé sous le terme de « nudges »⁴⁶. Dans les deux cas nous sommes bien face à un esclavage larvé⁴⁷: « état ou condition d'un individu sur lequel s'exercent les attributs du droit de propriété ou certains d'entre eux »⁴⁸. Quand le citoyen, que je suis, finit par se définir comme l'esclave larvé d'organisations qui n'ont comme légitimité que d'exploiter ma négligence ou mes faiblesses, cela m'interroge sur le respect de nos principes fondamentaux. Les réponses institutionnelles sont faibles et inadaptées, toujours en retard de 20 ans ...il faut traiter la question autrement, l'influenceur doit avoir peur de la liberté du juge dans l'application des principes. Cela constitue un appel à modifier notre cadre juridique.

⁴⁵ Pratique remise en question en France, interdite à partir de 2022 en Angleterre et en Californie.

⁴⁶ https://fr.wikipedia.org/wiki/Th%C3%A9orie_du_nudge

⁴⁷ <https://www.agencefove.com/articles/36-le-nudge-marketing--comment-utiliser-les-biais-cognitifs-pour-faire-passer-vos-messages-plus-efficacement-.html>

⁴⁸ <https://www.ohchr.org/fr/professionalinterest/pages/slaveryconvention.aspx>

« Art 9 : L'influenceur est le premier responsable du respect de cette éthique. »

Dans nos sociétés, il est d'usage, en vertu du principe de liberté de choix, de s'exonérer de cette responsabilité. C'est ainsi que le marchandiseur placera les produits qu'il veut promouvoir à bonne hauteur dans le rayon positionnant le concurrent tout en haut de la gondole rendant ainsi l'accès difficile de la cliente de moins de 1M75. C'est la même logique qui conduit le commerçant du net lors d'une interrogation en ligne à trier les réponses « par défaut », mais avec orientation. Le choix est libre mais contraint il se trouve donc restreindre l'usage de la liberté en le rendant plus difficile. Quand l'influenceur restreint ou limite le champ du possible il se place en dehors du cadre de notre approche. C'est ce que notre code électoral⁴⁹ a recherché depuis l'origine en fixant jusque dans le détail l'équité entre les candidats.

En faisant assumer à l'influenceur la responsabilité de l'éthique, nous ne faisons que constater qu'il est le seul à maîtriser les méthodes, le contexte, les cibles, les limites... A ces titres il est naturel que la charge du respect global du code éthique de l'influence lui incombe. Ce statut aura des conséquences économiques que nous abordons à l'article 10.

⁴⁹ <https://www.legifrance.gouv.fr/codes/id/LEGITEX/T000006070239/>

« Art 10 : L'influenceur n'ayant pas respecté les principes qui précèdent est responsable des conséquences subies par l'influencé. »

A ce jour notre approche de la responsabilité de l'influenceur se cantonne à la véracité, l'oubli et l'acceptation des méthodes par l'influencé. Nous constatons tous au jour le jour les effets de la RGPD sur nos usages d'internet. A chaque nouvelle connexion nous devons paramétrer les droits que nous concédons. Les questions varient d'un site à l'autre en nature et quantité. En complexifiant notre pratique elle tend à nous inciter à accepter la violation de notre intimité. La RGPD a-t-elle protégé nos sociétés de pratiques informationnelles dommageables ? Avons-nous mieux protégé notre intimité ? L'avenir répondra peut-être à cette question mais devant l'explosion de l'usage des systèmes d'influence il nous appartient de décadrer notre logique. L'individu pris dans un système d'influence n'est pas libre à l'instant de la décision. Il se trouve peut-être contraint par l'environnement, l'endoctrinement ou la propagande mais il n'en a pas conscience. Cela nous renvoie à la définition de « l'escroquerie lorsqu'une personne se fait remettre un bien, de l'argent ou se fait fournir un service en trompant sa victime. L'auteur des faits exploite la victime en dissimulant la vérité. La victime donne son bien ou son argent volontairement, car elle a été trompée sur les intentions de l'auteur »⁵⁰. Si la référence paraît excessive elle pose la question de la qualification des systèmes d'influence mensongers à finalité économique. L'influenceur ne devrait-il pas être responsable financièrement ? Une question qui mérite une réflexion au moins pour

⁵⁰ <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F1520>

protéger ceux qui ne disposent pas des capacités à se protéger de l'action du manipulateur.

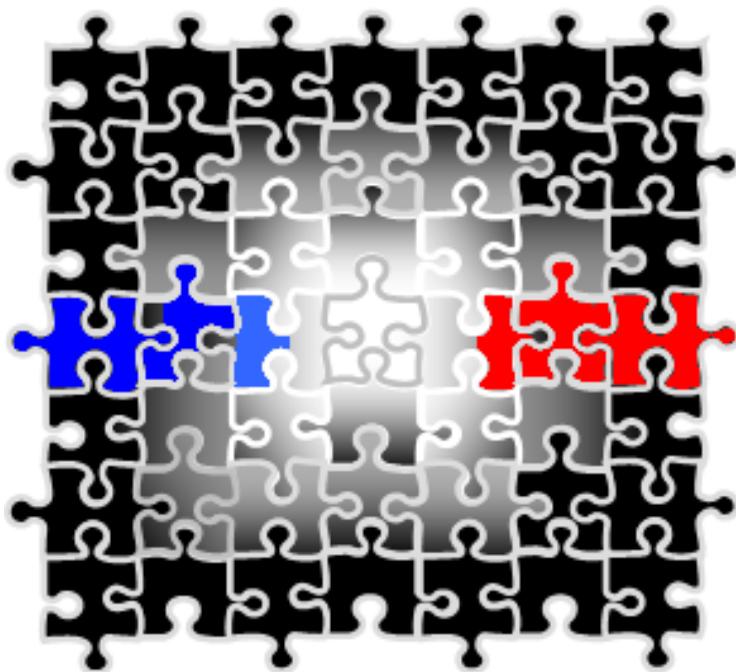
Conclusion

Les déclarations des droits de 1789, comme celle de 1795 qui intègre les devoirs de l'homme et du citoyen, étaient utopiques dans l'époque qui les a formulées. En posant des principes et des valeurs, elles ont constitué un cap, un objectif à partager, que même les monarques de la restauration ont conservé. Ce présent document a vocation à provoquer l'émergence d'un texte de même nature. L'intention est de ne pas abandonner une part de notre liberté de pensée quels que soient nos engagements, nos sensibilités, nos croyances..., voilà bien l'objet de cet appel. Jerome Bondu dans son post « Recouvrer une souveraineté numérique »⁵¹ a ouvert le dossier du point de vue de la souveraineté, ce texte a vocation à étendre le champ du sujet à notre

Fonctionnement démocratique.

Aux armes citoyens, citoyennes !

⁵¹ <https://cercle-k2.fr/etudes/recouvrer-une-souverainete-numerique-498>



Déclaration des devoirs de l'influenceur et des droits de l'influencé

Art 1 : L'influenceur s'oblige au respect de la libre conscience de l'influencé;

Art 2 : L'influence n'est acceptable qu'envers des adultes responsables de leurs actes.

Art 3 : La durée des conséquences de l'influence est limitée au choix libre de l'influencé.

Art 4 : Les capacités de l'influencé doivent être équivalentes à celles de l'influenceur, dans le cas contraire l'influenceur doit contre-argumenter l'influencé afin de préserver son libre arbitre.

Art 5 : Quand l'influenceur tire un bénéfice, l'influencé doit en avoir connaissance.

Art 6 : Quand l'influencé seul tire un bénéfice de l'influence, l'action est réputée éthique.

Art 7 : Quand l'influenceur agit pour le respect de la loi commune, il doit justifier de la légitimité de l'action.

Art 8 : Quand l'influence est indirecte, utilisant des acteurs tiers, elle est réputée insidieuse et perverse.

Art 9 : L'influenceur est le premier responsable du respect de cette éthique.

Art 10 : L'influenceur n'ayant pas respecté les principes qui précèdent est responsable des conséquences subies par l'influencé.

Bibliographie

1. V Lemieux « Les cheminements de l'influence »
http://classiques.ugac.ca/contemporains/lemieux_vinc/ent/cheminements_de_influence/cheminements_de_influence.pdf
2. Baudrillard J, 1972, *pour un critique de l'économie politique du signe*, Gallimard, 268 p
3. Machiavel « le prince »
http://classiques.ugac.ca/classiques/machiavel_nicolas/le_prince/le_prince.pdf
4. Sun Tse
http://classiques.ugac.ca/classiques/sun_tse/B24_sun_tse_anciens_chinois/sun_tse.pdf
5. Algoud J-P, 2001, *Systémique : vie et mort de la civilisation occidentale* », L'Interdisciplinaire, 1581 p.
6. Crozier M, Friedberg E, 1977, *L'Acteur et le système : Les contraintes de l'action collective*, Seuil, 500 p
7. Kiesler CA, 1971, *The psychology of commitment: experiments linking behaviour to belief* , Academic Press, 190 p.
8. Morin E, 1977, *La méthode : la nature de la nature*, Seuil, 398 p
9. Francart Loup, 2000, *La guerre du sens : Pourquoi et comment agir dans les champs psychologiques*, Economica, 311p.
10. Ford D, Gadde L-E, Hakanson H, Snehota I, 2007, *Managing business relationship*, Wiley, 228p.
11. Hakansson H, Ford DI, Gadde LE, Snehota I, Waluszewski A, 2009, *Business in networks*, Wiley, 318p.
12. Turchany HG, 2008, « La théorie des systèmes et systémiques, Vue d'ensemble et définitions », Actes de la Conférence Internationale de Bordeaux 27, 28, 29 octobre Agir ensemble pour éduquer au développement durable Conférence Internationale de Bordeaux.
13. Bonnafous-Boucher M, Pesqueux Y, 2006, *Décider avec les parties prenantes. Approche d'une nouvelle théorie de la société civile*, La découverte, 304 p.

14. Morin E. 1990 (2005), « L'introduction à la pensée complexe », Edition du seuil, 158 p.
15. Morin E, 2005, " Sur l'interdisciplinarité", Chemin de Traverse, n°2, pp. 27-34.
16. Pesqueux Y; et Biefnot Y., 2002, L'éthique des affaires: management par les valeurs et responsabilités sociales, Paris, Editions d'Organisations, 239 p..



Jean-Claude Frézal