

William Wannyn, M.Sc.  
Récipiendaire du Prix George-Henri Lévesque 2016  
Meilleur mémoire de sociologie en langue française

Le cerveau fascine. Difficile aujourd'hui d'écouter le journal télévisé, d'ouvrir un magazine de psychologie populaire ou de lire une revue scientifique généraliste sans qu'au moins un article ne soit consacré aux découvertes neuroscientifiques. La recherche scientifique sur le cerveau n'est pas chose nouvelle, mais l'intérêt des neuroscientifiques pour les corrélats neuronaux de la sociabilité n'est apparu qu'à partir des années 1990. Des facettes de notre humanité aussi variées que l'empathie, l'amour, l'agressivité, le leadership, les préjugés raciaux ou encore le goût pour l'art se sont vues tour à tour attribuer une existence matérielle, une zone cérébrale. L'explication neurobiologique des comportements sociaux remplace ainsi de plus en plus fréquemment les explications sociologiques dans les revues scientifiques et les grands journaux quotidiens.

Cet intérêt pour les bases neuronales de notre humanité suscite l'engouement de nombreux chercheurs en sciences humaines et sociales. Une constellation de domaines de recherche apposant le préfixe neuro au nom de leurs disciplines de rattachement telles que la neuroéconomie, la neuroéducation ou encore le neurodroit sont ainsi apparus dans les vingt dernières années. La combinaison de théories et de méthodes issues du champ biomédical avec des approches et des pratiques propres au champ des sciences humaines et sociales comporte cependant de nombreux défis dont l'impact se fait ressentir à la fois sur la scientificité des connaissances produites et sur les trajectoires individuelles des chercheurs qui se lancent dans cette aventure. C'est aux enjeux entourant la constitution de l'un de ces domaines de recherche interdisciplinaire, le neuromarketing, que j'ai consacré mon mémoire.

Après un baccalauréat en psychologie et sociologie, j'ai décidé de poursuivre mon parcours universitaire en sociologie. La maîtrise a été pour moi l'occasion de m'intéresser au développement de nouveaux programmes de recherche scientifique en prenant pour objet le neuromarketing. Ce travail de recherche sur l'utilisation des neurosciences par les chercheurs en marketing est né d'un double intérêt. Une passion profonde pour la science tout d'abord, parce qu'elle est pour moi une source inépuisable de réflexions et d'émerveillement, et que malgré les nombreuses limites de cette entreprise humaine, elle nous permet d'admirer le monde qui nous entoure et de nous penser nous-mêmes. Un questionnement plus général sur la place croissante des connaissances sur le cerveau d'autre part, à la fois dans le champ scientifique, dans l'espace public et dans les politiques publiques. Malgré la fragilité des connaissances tant théoriques qu'empiriques issues des neurosciences, le pouvoir d'attraction de l'explication neurobiologique suscite en effet beaucoup d'intérêt auprès de chercheurs d'horizons variés, de politiciens d'allégeances diverses et de publics souvent crédules face aux discours prophétiques de chercheurs eux-mêmes piégés dans la logique de la promesse du système actuel de production de la connaissance scientifique.

Ma thèse s'inscrit dans le prolongement de mon mémoire de maîtrise puisque je m'intéresse à l'émergence et au développement du neurodroit, un domaine de recherche scientifique dont l'objectif principal est d'informer et de réformer le système de justice à la lumière des avancées des neurosciences. Combiné à mes résultats de recherche sur le neuromarketing, mon travail sur le neurodroit me permettra d'élaborer une réflexion théorique plus générale sur le développement de nouvelles spécialités de recherche en science, de saisir les forces sociales qui structurent

l'évolution de la science et de produire une réflexion originale sur les rapports entre science et droit.