

1 Médias et croyances



Aujourd'hui, un Français passe en moyenne trois heures par jour devant sa télévision. Il entend la radio murmurer en permanence pendant son petit-déjeuner ou à sa pause de midi, ouvre le journal du soir en se posant dans le fauteuil du salon, lorsqu'il ne surfe pas sur Internet. En un mot, nous sommes saturés d'informations.

Sans doute cette situation ne s'est-elle jamais produite dans toute l'histoire de l'humanité. Prenez le cas d'un individu quelconque placé devant son poste de télévision lors des informations de 20 heures. Successivement, il apprendra la mort d'un enfant dans l'incendie d'une maison du Doubs, l'explosion d'une bombe à Bali, l'ouverture d'une clinique psychiatrique pour chiens dans un hôpital de Floride, l'échec de négociations israélo-palestiniennes, le résultat d'un match entre un club de football italien et un club de football français, le nouveau disque enregistré par une actrice à la mode, et les progrès de la médecine dans le traitement d'une maladie héréditaire.

Que dire du regard que nous portons de cette façon sur le monde ? Qu'il est périphérique et comme omniscient. La télévision nous transporte dans n'importe quel coin du monde et collecte en quelques instants des données que jamais, en une vie consacrée à parcourir la surface du globe, nous ne pourrions rassembler par nos propres moyens. Et elle fait cela 24 heures sur 24.

Mais en même temps, ce regard n'est pas un regard délibéré, choisi ou maîtrisé. Nous ne le tournons pas là où nous le voulons, il nous est imposé par les caméras. C'est

en outre un regard déformé car les reportages accordent plus d'importance à certains thèmes qu'à d'autres, en fonction de modes, de disponibilité de l'information, de concertations dans les rédactions, de contrats publicitaires.

■■■ **Crédulité, angoisse et paranoïa**

Face à ce spectacle permanent et sur-rythmé, notre psychisme subit un certain nombre de modifications. En premier lieu, nous sommes placés dans une posture de crédulité. Des expériences ont montré que lorsque l'information devient trop rapide, le cerveau humain tend à la considérer comme vraie, sans se poser la question de sa validité. Face au trop-plein d'information, l'esprit critique a tendance, par un mécanisme que nous expliquerons, à s'étioler.

Deuxième point important, nous nous construisons du monde une image fantasmatique. Les psychologues ont qualifié ce phénomène de « syndrome du grand méchant monde » : comme les informations montrent en priorité les meurtres, les viols, les accidents, les guerres, les incendies, les attentats, les catastrophes naturelles, les grèves, les émeutes, il en résulte une représentation du monde plus noire que la réalité. Autre conclusion des recherches en psychologie : plus un citoyen fait une forte consommation de médias, plus il noircit son monde, acquérant la conviction que la Terre est un endroit fondamentalement dangereux.

Mais le phénomène est global. Les biais de perceptions, les distorsions et les illusions se multiplient, faisant de la scène médiatique une forme de rêve éveillé. Face à certaines informations, nous développons ainsi de fausses croyances. Celle que la grippe aviaire va bientôt éclater dans nos villes, par exemple lorsque nous avons

vu trop de poulets incinérés aux images du 20 heures. Les mécanismes de ces amplifications de croyances sont aujourd'hui élucidés. Grâce en soit rendue à la psychologie expérimentale, science concrète en progression continue ces dernières années.

■ ■ ■ **Quand la télé s'éteint, le cerveau s'allume**

Pourquoi, dans ce cas, consultons-nous les médias ? La première hypothèse est que nous en soyons en partie dépendants. Il se peut effectivement que cette forme de discours trop rapide finisse par suractiver le système nerveux, lequel aurait alors besoin d'une dose régulière d'images et de sons compressés pour se sentir « à l'aise ». C'est effectivement ce que suggèrent d'autres expériences. Mais il y a plus inquiétant : on sait que les personnes les plus fortes consommatrices de médias utilisent souvent leur télévision pour ne pas penser à toutes les choses réelles qu'elles auraient à affronter (régler une facture, laver la vaisselle, téléphoner à un ami, etc.). La question peut se poser : les médias remplacent-ils l'action réelle, et dans une certaine mesure, la pensée ?

D'un point de vue cognitif, cette question est légitime : lorsque nous nous livrons à des activités autonomes, notre cerveau suscite des images qui se succèdent selon des motifs et un rythme qui nous sont propres, destinés à résoudre un problème. Par exemple, si je me demande comment je vais organiser la soirée d'anniversaire de mon meilleur ami, mon cerveau fabrique des images qui vont servir à planifier l'action. Il va imaginer la séance de courses et les produits à acheter, le temps mis pour rentrer à la maison, le nom des personnes à contacter, la décoration du salon, etc. Cette activité projective, nommée simulation mentale, structure chacune de nos actions, et repose sur la sécrétion d'images mentales par le cerveau.

Or, lorsque nous regardons la télévision, les images mentales ne sont pas fabriquées par le cerveau. Elles sont proposées par un dispositif électronique et délivrées à grande échelle. Nous ne participons pas à leur élaboration. Nous ne faisons pas œuvre d'imagination. En outre, toutes ces images mentales sont les mêmes pour des millions de personnes. Notre être imaginal se dissout donc dans une passivité indifférenciée. La capacité de planification, la maîtrise de la dimension temporelle de l'existence, en ressortent amoindries.

La lecture de la presse écrite est moins sujette à ces dérives car le cerveau crée des images mentales à partir de mots. Quant à la radio, elle se situe à mi-chemin : le cerveau peut toujours susciter des images mentales à partir des mots entendus, mais non choisir le rythme de production de ces images, qui reste dicté par le rythme de l'élocution et par la programmation radiophonique.

C'est peut-être la raison pour laquelle Internet se développe actuellement si rapidement. Le modèle d'un média centralisé qui diffuse l'information à des masses passives pourrait avoir fait son temps. Les blogs, forums de discussion, émissions sur Internet, attirent de plus en plus de personnes désireuses d'une information moins passive, plus participative.

Ce qu'il faut garder à l'esprit en abordant ce chapitre, c'est que la représentation de notre monde par la lucarne du poste de télévision, du transistor ou des titres de journaux est une construction. Non pas une pièce de théâtre écrite à l'avance, mais un discours permanent et fluctuant sur le monde, empreint de peurs, d'angoisses et de névroses.

Comment jugerions-nous ce discours s'il nous était délivré par un être humain, assis en face de nous dans notre salon ? Nous le trouverions aussitôt décousu, péremptoire,

hyperactif, angoissant et considéré comme vrai par un maximum de personnes. Serions-nous alors prêts à accepter un tel interlocuteur dans notre vie quotidienne ? Si oui, quel serait le meilleur moyen de resituer ses propos à leur bonne place, et les empêcher de gouverner toute notre vie ?

1

Pourquoi croit-on les informations reprises en boucle dans les journaux télévisés ?

Rapidité de l'information et crédulité

Les médias nous proposent ce que nous croyons être une juste représentation du monde. Il est bien rare que l'on remette en question leur version des faits, et le plus souvent nous sommes persuadés que le monde est tel que le décrit le journal télévisé. Terrorisme, grèves, enlèvements d'enfants, pédophilie, corruption politique : tout ce qui est dit à la télévision est forcément vrai, puisque « cela passe à la télévision ». Mais derrière cette construction se cache une réalité parfois très différente. Les reportages comportent souvent des approximations, parfois même des inventions pures et simples. Malgré cela, nous les croyons le plus souvent, et n'exerçons pas toujours l'esprit critique nécessaire. Pourquoi cette crédulité ?

Il semble que certaines informations, particulièrement celles qui sont diffusées sur un mode rapide et en flux tendu, soient tenues pour vraies parce que cela rend leur compréhension plus aisée. C'est ce que montre une expérience.

Trois psychologues, Daniel Gilbert, Romin Tatarodi et Patrick Malone de l'Université du Texas, ont fait lire à des volon-

taires un texte décrivant un individu nommé B. Les volontaires devaient d'abord lire le texte, puis on leur présentait des informations qui, dans certains cas, avaient un rapport avec le texte, et dans d'autres avaient été entièrement inventées. Ces « fausses informations » étaient globalement à caractère négatif, et pouvaient donner une mauvaise impression du personnage B. si on les tenait pour vraies.

Les volontaires étaient ensuite répartis en deux groupes. Ceux du premier groupe devaient indiquer, pour chaque information qu'on leur présentait, s'il s'agissait ou non d'une information réelle concernant B. Pour cela, ils avaient le choix entre appuyer sur un bouton portant l'inscription VRAI ou un bouton portant l'inscription FAUX.

Mais les volontaires du second groupe recevaient la consigne suivante : « lisez chaque information le plus vite possible et efforcez-vous de la comprendre. »

À l'issue de ces deux premières phases, les psychologues ont demandé à tous les participants leur impression sur le personnage B. Il s'est avéré que les volontaires du premier groupe avaient une impression assez juste de Monsieur B., qui correspondait à la description initiale. Mais les volontaires du second groupe avaient une impression négative de Monsieur B. Ils avaient cru une majorité d'informations fausses, qui colportaient une mauvaise opinion de B. À la différence des membres du premier groupe, ils avaient tenu ces informations pour vraies.

Ainsi, le seul fait de devoir comprendre l'information rapidement les avait conduits à croire ces informations vraies.

Comment interpréter cette expérience ? La nécessité de comprendre rapidement une information pousse l'individu à supposer cette information vraie. Le présupposé de vérité est une aide à la compréhension. Croire qu'une information est vraie aide à en assimiler le contenu, l'articulation, le sens. Ainsi, lorsque le flux de l'information se déroule vite, nous avons tendance à céder à ce présupposé de vérité, pour mieux assimiler le sens.

Ce phénomène s'applique bien entendu à l'information télévisée. La télévision est spécialiste de l'information rapide. On ne dispose que de très peu de temps pour l'analyser. Dans ces conditions, ce « biais de crédulité » joue à fond : vous devez vous accrocher au flux rapide du discours et des images pour suivre le propos et le comprendre. Dans ce contexte, le réflexe du cerveau est de croire l'information vraie.

■■■ Conclusion

Le flux rapide d'information est un piège pour l'esprit critique. Le cerveau humain est vulnérable aux situations où il faut « comprendre rapidement ». Heureusement, l'expérience ci-dessus révèle un antidote à ce phénomène : plutôt que de vouloir tout comprendre rapidement, mieux vaut se demander si ce qu'on voit est vrai ou non. Les volontaires ayant reçu cette instruction ont peut-être compris moins de choses, mais ont formé une impression plus juste de la situation.

2

Pourquoi êtes-vous persuadé que la grippe aviaire va éclater lorsque vous voyez des reportages de poulets incinérés ?

L'heuristique de disponibilité

Des milliers de poulets jetés dans des fosses et brûlés avec de l'essence. Des agents de sécurité vêtus de combinaisons intégrales, pulvérisant des produits stérilisants sur des enclos à volailles. En 2005, ces scènes se

déroulaient loin de chez nous, mais nous avons été nombreux à penser : « Ça y est, la grippe aviaire va arriver ! » Passées en boucle sur toutes les chaînes de télévision, avec un luxe de détails sur les méthodes de détection et les élevages contaminés, elles ont créé un début de panique. Pourquoi ces images ont-elles déformé notre perception du risque ?

Lorsque nous essayons de nous représenter la probabilité pour qu'un événement se produise, nous rassemblons à toute vitesse des images mentales liées à cet événement, et plus nous trouvons d'images mentales, plus nous jugeons l'événement susceptible de se produire. C'est ce qu'on nomme l'heuristique de disponibilité : plus les images mentales sont disponibles, plus la probabilité estimée est grande. C'est ce qu'a révélé une expérience :

En 1973, deux économistes, Daniel Kahneman et Amos Tversky, ont réuni des volontaires pour une expérience et leur ont demandé si, d'après eux, la lettre R apparaissait le plus souvent à la première place d'un mot (en anglais) ou à la troisième place. Ils ont alors constaté que la plupart des gens croyaient (à tort) que la lettre R apparaissait plus souvent en première place d'un mot qu'en troisième. Puisqu'ils arrivaient plus facilement à trouver des exemples de mots commençant par R, ils ont cru qu'il y en avait davantage, et ont donc confondu la facilité de trouver des mots avec la fréquence réelle des mots.

En psychologie, on dit qu'ils avaient davantage d'exemples disponibles à la conscience, d'où le nom d'heuristique de disponibilité.

Que se passe-t-il si la télévision et les journaux nous alimentent constamment en images consacrées à la grippe aviaire ? Nous avons alors toute une banque d'images disponibles à notre conscience et nous croyons, d'après

l'heuristique de disponibilité, que c'est un phénomène courant. Cette heuristique de disponibilité nous fait juger involontairement comme très élevé le risque d'une épidémie réelle.

Cette heuristique de disponibilité est flagrante dans un autre exemple, bien connu : nous avons plus peur de l'avion que de la voiture. Pourquoi ? Parce que nous avons en tête (grâce aux médias) de nombreuses images de crashes aériens, et que ces images nourrissent notre heuristique de disponibilité. Les images de crashes aériens, à cause de leur côté télégénique, remplissent nos écrans et faussent notre perception du risque statistique réel. C'est ainsi que l'on en vient à se tromper lourdement sur la probabilité d'une catastrophe, ce qu'a montré une expérience :

En 1991, trois psychologues de l'Université de Zurich, Carmen Keller, Michael Siegrist et Heinz Gutscher, ont distribué à des volontaires des notices d'information sur les inondations dans la région, et ont étudié la façon dont ces volontaires percevaient le risque.

Une première version de la notice comportait un descriptif des risques sur les trente dernières années, l'autre version se concentrant sur une durée d'un an. La première version proposait donc davantage d'images d'inondations, même si le nombre de sinistres par unité de temps était le même. Cependant, les volontaires exposés à cette notice ont jugé les risques bien supérieurs !

Ils avaient davantage d'images mentales disponibles pour fonder leur estimation. L'heuristique de disponibilité leur faisait donc surestimer le risque.

A priori, ces effets semblent donc s'expliquer par un mécanisme simple : plus nous avons d'images disponibles pour un événement, plus nous jugeons cet événement probable. Mais le mécanisme fondamental pourrait

être légèrement différent : c'est la facilité avec laquelle nous pouvons nous représenter un événement qui nous le fait paraître plus probable. Cela est compatible avec le nombre d'images disponibles (plus on nous propose d'images parlantes et originales, plus il nous sera facile de nous représenter l'événement), mais cela se situe à un échelon légèrement plus fondamental. C'est ce que montre une expérience :

Le psychologue Norbert Schwarz, à l'Université du Michigan, a demandé à des volontaires de citer soit six exemples, soit douze exemples de situations où ils s'étaient illustrés par leur bonne analyse d'une situation, et où leur avis avait permis d'aboutir à un succès. Lorsque les volontaires ont fini de dresser leur liste, il leur a demandé de s'évaluer eux-mêmes : ils devaient estimer à quel point ils étaient dotés d'une bonne intelligence et d'une bonne capacité d'analyse.

N. Schwarz a alors constaté que les personnes ayant dû trouver six exemples de situations avaient une bonne opinion d'elles-mêmes, s'estimant douées d'un bon sens d'analyse et se trompant rarement. Mais les autres, à qui l'on avait demandé de trouver douze exemples de situations, avaient une moins bonne opinion d'elles-mêmes. Elles se disaient plutôt débrouillardes, mais pas davantage que la moyenne.

Comment expliquer cette différence ? Tout simplement par le fait qu'il est bien plus facile de trouver 6 exemples de situations où l'on a été efficace, que 12 exemples. Les personnes ayant dû trouver 6 exemples de l'événement « j'ai une bonne capacité d'analyse » ont eu de grandes facilités à le faire, et elles ont tenu le raisonnement : « S'il est facile de trouver des exemples, c'est que c'est vrai. » Au contraire, les personnes ayant dû trouver 12 exemples de l'événement « j'ai une bonne capacité d'analyse » ont eu des difficultés à le faire, et elles ont tenu le raisonnement : « S'il est malaisé de trouver des exemples, c'est peut-être que ce n'est pas vrai. »

On s'aperçoit de la subtilité et du caractère insidieux de ce mécanisme. Lorsque les médias nous abreuvent d'images, de reportages et d'articles sur un événement possible, il nous devient facile de trouver des « façons dont cela pourrait arriver », et nous pensons inconsciemment : « S'il est facile de trouver des façons dont cela pourrait arriver, c'est que cela a de bonnes chances d'arriver. » Bien sûr, tout cela se fait sur le mode de l'automatisme mental, et il est très difficile de le démêler. Plus un média livre des descriptions imagées et détaillées d'un événement (même si celui-ci est rare), plus il augmente la facilité avec laquelle le spectateur pourra se représenter cet événement. Inconsciemment, le cerveau interprétera cette facilité de représentation comme une probabilité importante que l'événement se produise.

■■■ Conclusion

Le niveau de détail d'un reportage, ou la répétition des images sur un thème donné, alimentent notre cerveau en « exemples » qui peuvent nous faire percevoir un événement comme hautement probable. Cela peut prendre de multiples formes à l'écran, à la radio ou dans les journaux. Les accumulations de témoignages, par exemple, jouent en ce sens. Même un homme politique qui, pour nous convaincre de la nécessité d'abolir la loi sur les 35 heures, nous cite de multiples cas de personnes rencontrant des difficultés dans leur vie à cause de cette loi, augmente le nombre d'exemples selon lesquels « la loi des 35 heures est mauvaise », et la probabilité que nous trouvions cette loi mauvaise.