



# LE TAGÈTE

Hors série n° 17, 2015

Marcel JB Tardif

Plante herbacée cultivée pour ses fleurs ornementales jaunes ou orangées à senteur poivrée, appelée communément oeillet.

## LES FAUSSES PERCEPTIONS

Sarah Lichtenstein et Baruch Fischhoff<sup>1</sup> ont mené une étude sur la perception des risques. Ils ont demandé à des enquêtés de considérer des causes de décès par paire d'occurrence. Pour chaque paire, les répondants devaient indiquer a) la cause la plus fréquente de décès et b) le ratio des deux causes proposées. Voici ce qu'ils ont trouvé:

- a) 80 pourcent des répondants ont estimé que les accidents de la route étaient plus fréquents que les arrêts cardiaques, alors que les statistiques établissent que les arrêts cardiaques sont deux fois plus susceptibles de survenir que les accidents de la route;
- b) les répondants ont estimé que les tornades étaient plus souvent cause de décès que l'asthme, alors que les données statistiques publiées indiquent que l'asthme est 20 fois plus responsable de décès que les tornades;
- c) la mort par électrocution (foudre) a été jugée plus fréquente que le décès dû au botulisme (intoxication), alors que ce dernier est 52 fois plus fréquent;
- d) la mort par maladie (affection) et la mort par accident ont été mises sur le même pied, alors que la maladie emporte 18 fois plus de gens que les accidents de la route;
- e) les décès par accident de la route ont été jugés 300 fois plus susceptibles d'arriver que le décès dû au diabète, alors que le ratio, lui, est de 1 pour 4... soit plus que l'inverse.

Ce que les enquêteurs ont établi, c'est que le public, en matière de cause de décès, était fortement influencé par les médias. Le monde, ont-ils remarqué, dans nos têtes, a peu à voir avec la réalité crue des faits. Les statistiques le prouvent sans l'ombre d'un doute.

Les organisations, en fait les gens qui y travaillent, sont aussi influencées par le discours public, et sont impressionnées par les données les plus facilement disponibles, même si elles ne sont pas les plus indiquées face au sujet sur lequel elles portent l'attention du moment. D'ailleurs, nombre d'entre elles savent manipuler les chiffres pour laisser une impression donnée sur leur lectorat ou auditoire. Dire que 53 % de leurs membres se sont montrés résolument défavorables à un projet de législation, c'est médiatiquement beaucoup plus porteur en retombées de couverture que d'affirmer que les 23 membres de l'organisation qui ont répondu non ne représentaient que 12 % du chiffre d'affaires total du secteur. Les manipulations du genre, dont le sensationnalisme journalistique se nourrit volontiers, entretiennent de fausses perceptions dans l'imaginaire populaire. Ce que ne récusent pas les organisations qui profitent de ces distorsions planifiées de la réalité des choses. Le malheur, c'est que les gens lisent de moins en moins, et réfléchissent de moins en moins profondément. Les fausses perceptions n'ajoutent rien à la qualité de vie en société, mais ajoutent au profit de ceux qui les entretiennent. Le public ne pense pas invariablement faux; il est faussement informé le plus souvent. Et puisqu'il lit peu, il sait peu... et s'en contente. Votre perception ?

---

<sup>1</sup> Thinking, Fast and Slow by Daniel Kahneman (Apr 2, 2013), p. 138.