



Biais cognitifs et perception médiatique : sommes-nous réellement maîtres de nos opinions ?

Dans notre monde où l'information est omniprésente et où les chaînes d'information en continu se livrent une bataille pour l'attention, il est légitime de se demander dans quelle mesure notre perception du monde est façonnée – voire biaisée – par les médias. En France, comme ailleurs en Europe, l'évolution du paysage médiatique a accompagné une transformation de l'opinion publique, marquée par une montée du pessimisme, du rejet de l'autre et d'une vision de plus en plus fragmentée de la société.

Mais sommes-nous réellement devenus plus individualistes, plus conservateurs, plus enclins à la peur et au rejet de l'autre ? Ou sommes-nous simplement victimes de nos propres biais cognitifs, exploités et amplifiés par le traitement médiatique de l'actualité ?

Les biais cognitifs : des distorsions naturelles de la pensée

Les biais cognitifs sont des mécanismes psychologiques qui influencent notre manière de percevoir la réalité et de prendre des décisions. Ils nous

permettent de traiter rapidement l'information mais, en contrepartie, ils nous exposent à des erreurs de jugement. Ces biais sont bien documentés dans la littérature scientifique, notamment dans les travaux de Daniel Kahneman, prix Nobel d'économie, et Amos Tversky, qui ont largement exploré les heuristiques et les biais cognitifs dans leur livre *Thinking, Fast and Slow* (2011).

Parmi les biais qui jouent un rôle clé dans notre rapport à l'information et à l'actualité, deux sont particulièrement puissants :

1. Le biais de négativité : une attraction irrésistible pour le pire

Le biais de négativité est un phénomène bien documenté en psychologie : notre cerveau accorde instinctivement plus d'attention aux informations négatives qu'aux informations positives. Ce biais a une origine évolutionniste : être attentif aux menaces a toujours été un facteur de survie. Cependant, dans un monde ultra-connecté, ce mécanisme est exploité à outrance.

Les chaînes d'information en continu et les médias en général l'ont bien compris : une actualité anxiogène attire davantage de spectateurs. Ainsi, les faits divers tragiques, les crises économiques, les conflits internationaux ou encore les scandales politiques sont surreprésentés, reléguant les initiatives positives et les réussites économiques ou sociales au second plan.

Le résultat ? Une perception biaisée du monde, où tout semble aller de mal en pis, alimentant un climat de défiance, de résignation et d'anxiété permanente. Une étude publiée dans *Psychological*

Science (Baumeister et al., 2001) a montré que les individus accordent plus de poids aux expériences négatives qu'aux positives, ce qui influence durablement leur perception de la réalité.

2. Le biais de confirmation : quand nous ne voyons que ce qui conforte nos croyances

Le biais de confirmation est un autre phénomène puissant : nous avons tendance à chercher, interpréter et mémoriser les informations qui confirment nos croyances préexistantes, tout en rejetant celles qui les contredisent. Ce biais a été largement étudié dans le cadre de la psychologie sociale, notamment par des chercheurs comme Peter Wason dans les années 1960.

Dans le contexte médiatique actuel, où chacun peut choisir ses sources d'information en fonction de ses affinités idéologiques, ce biais est exacerbé. Un individu qui croit que « tout va mal » ne consommera que des contenus allant dans ce sens et écartera toute information plus nuancée ou positive. Il renforcera ainsi, inconsciemment, sa vision pessimiste du monde.

Les médias eux-mêmes s'appuient sur ce phénomène : en créant des formats d'émissions où des experts viennent débattre en boucle sur les mêmes thématiques, en insistant sur certains faits divers récurrents (délinquance, immigration, conflits sociaux...), ils alimentent une spirale où chaque spectateur se voit conforté dans ses craintes et ses certitudes.

Un terreau fertile pour le rejet et le repli sur soi

L'association de ces biais crée un cercle vicieux : plus les médias diffusent des informations anxiogènes et orientées, plus les individus y sont sensibles et y adhèrent, et plus il devient difficile d'avoir un regard critique sur la réalité.

En France, comme ailleurs en Europe, cette dynamique alimente un climat de méfiance généralisée, un rejet des institutions et une radicalisation des opinions. Ce mécanisme ne concerne pas seulement les sujets liés à l'immigration ou à l'insécurité, mais aussi l'économie, la politique, l'entrepreneuriat : aucune initiative n'est perçue positivement, aucune réforme n'est envisagée sous un angle optimiste, et toute décision politique est immédiatement critiquée sous un prisme négatif.

Cette perception exagérée d'un monde en crise permanente alimente l'individualisme et le retour à des valeurs conservatrices, portées par une nostalgie d'un passé idéalisé. Cela se traduit dans les urnes par une montée des votes populistes et un rejet des idéologies progressistes, non seulement en France, mais dans toute l'Europe.

Sommes-nous vraiment racistes, intolérants et pessimistes ?

Probablement pas. Pourtant, le climat médiatique et la mécanique des biais cognitifs créent un terrain favorable à ces tendances. Nous ne sommes pas fondamentalement différents des générations précédentes, mais nous sommes davantage exposés à un flux d'informations qui joue sur nos peurs et nos instincts primaires.

La question à se poser est donc la suivante : voulons-nous continuer à nous laisser guider par ces biais et cette perception tronquée du monde, ou pouvons-nous reprendre le contrôle de notre regard sur la réalité ?

Comment dépasser ces biais et adopter une vision plus équilibrée ?

1. **Multiplier les sources d'information** : Lire des médias aux lignes éditoriales différentes permet de nuancer sa perception de l'actualité et de prendre conscience des angles de traitement. Une étude de l'Université de Stanford (2019) a montré que la diversification des sources d'information réduit les effets du biais de confirmation.
2. **Adopter une vision factuelle et équilibrée** : Il est essentiel de ne pas se laisser enfermer dans une perception uniquement négative du monde. Identifier les faits avec objectivité permet d'éviter les exagérations et de reconnaître à la fois les problématiques réelles et les avancées positives. Cette approche permet d'éviter la manipulation émotionnelle et de mieux comprendre les dynamiques en jeu.
3. **Pratiquer la pensée critique** : Questionner ses propres croyances et se demander si l'information que l'on consomme est complète ou biaisée. Des outils comme la méthode du doute cartésien ou les techniques de déconstruction des arguments peuvent aider à développer une pensée plus critique.

4. **Éviter la surconsommation médiatique** : Se limiter dans le temps passé à regarder les chaînes d'information en continu et privilégier des formats longs et analytiques. Une étude de l'American Psychological Association (2020) a montré que la surconsommation d'information anxiogène augmente les niveaux de stress et d'anxiété.

Conclusion

En prenant conscience de nos biais et en modifiant notre manière de nous informer, nous pouvons espérer retrouver une vision plus juste et plus sereine du monde. Car après tout, si l'information peut façonner notre perception, nous restons les seuls maîtres de notre capacité à voir la réalité sous un jour plus éclairé et plus équilibré.

Comment Ataraxia Solutions peut vous accompagner ?

Chez **Ataraxia Solutions**, nous aidons les dirigeants et les managers à prendre du recul sur leur perception de l'information et à développer une pensée critique face aux biais cognitifs qui influencent leurs décisions. Nos accompagnements en **coaching cognitif et comportemental** vous permettent de :

- **Identifier et déconstruire vos propres biais cognitifs** pour prendre des décisions plus rationnelles et éclairées.
- **Améliorer votre gestion de l'information** en développant

des stratégies de lecture et d'analyse plus objectives.

- **Renforcer votre intelligence émotionnelle** pour ne pas vous laisser submerger par des émotions influencées par un climat anxiogène.

Nos programmes sont conçus pour vous aider à **reprendre le contrôle sur votre perception du monde**, afin que vous puissiez prendre des décisions stratégiques en toute confiance, sans subir l'influence des biais cognitifs et de la surmédiation.



Références :

- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Baumeister, R. F., et al. (2001). "Bad is Stronger than Good". *Review of General Psychology*.
- Wason, P. C. (1960). "On the Failure to Eliminate Hypotheses in a Conceptual Task". *Quarterly Journal of Experimental Psychology*.
- Stanford University (2019). "The Impact of Diverse News Sources on Political Polarization".
- American Psychological Association (2020). "The Effects of News Consumption on Mental Health".