

MOOC

Lutter contre les fake news

WBFI-06.2.4-FR

LES BIAIS COGNITIFS

Pourquoi croyons-nous
les fausses croyances ?

Pourquoi croyons nous les fausses informations ?

Tout comme pour les illusions d'optique, il y a un tas d'informations qui nous semblent vraies ou plausibles mais ce n'est que lorsque nous remettons en question ces informations que nous réalisons qu'elles ne le sont pas.

Les gens ont des croyances et des idées préconçues et celles-ci peuvent générer des **préjugés** dans la façon dont nous recevons les nouvelles informations. **Un préjugé est une tendance à pencher injustement en faveur d'une idée.**

Un préjugé peut être basé sur le genre, par exemple :

Si quelqu'un nous demande de penser à une brigade de pompiers, nous allons probablement imaginer des hommes éteignant un feu et si on nous dit de penser à un personnel infirmier, nous allons probablement imaginer des femmes.

C'est parce qu'il existe un imaginaire collectif et que la pensée différente requiert une réflexion critique.

C'est-à-dire que cela nécessite un temps de réflexion mais il est plus rapide de ne pas le faire. Nous avons tendance à créer des préjugés car notre cerveau préfère faire des raccourcis. Si nous faisons confiance à quelqu'un, par exemple, il nous sera plus facile de croire cette personne que de réfléchir à ce qu'elle a dit et de chercher plus d'informations.



POURQUOI CROYONS-NOUS LES FAUSSES INFORMATIONS ?

INTRODUCTION

Erasmus+

boomer

Contenu de ce module

- définition du biais
- biais cognitifs, définition & types
- Exemples :
 - Biais d'ancrage
 - Biais d'attention sélective
 - Biais de groupe
 - Biais de confirmation
- Pourquoi le biais de confirmation est-il si fréquent ?
- Comment rompre avec le biais de confirmation ?

boomer

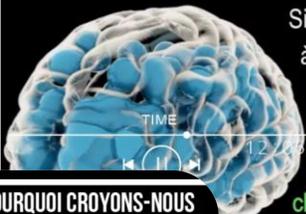
Pourquoi croyons nous les fausses informations ?

Contenu de ce module

- Définition du biais
- Biais cognitifs, définition & types
- Exemples :
 - Biais d'ancrage
 - Biais d'attention sélective
 - Biais de groupe
 - Biais de confirmation
- Pourquoi le biais de confirmation est-il si fréquent ?
- Comment rompre avec les biais de confirmation ?



POURQUOI CROYONS-NOUS LES FAUSSES INFORMATIONS ?
Qu'est-ce qu'un biais ?



Si nous faisons confiance à quelqu'un, il nous sera **plus facile de le croire que de réfléchir** à ce qu'il a dit et de **chercher à en savoir plus**



POURQUOI CROYONS-NOUS LES FAUSSES INFORMATIONS ?
Qu'est-ce qu'un biais cognitif ?



Les **biais cognitifs** sont des **erreurs subconscientes de pensée** portant sur la connaissance, la mémoire, l'attention, la perception, la pensée abstraite et la créativité.

Ces biais cognitifs **expliquent pourquoi nous croyons** aux fausses informations



POURQUOI CROYONS-NOUS LES FAUSSES INFORMATIONS ?
Qu'est-ce qu'un biais ?



"Préjugé" : tendance à pencher **injustement** en faveur d'une idée

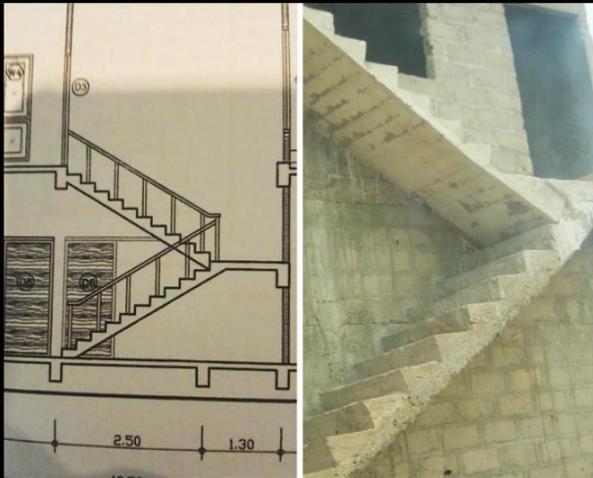


Préjugés cognitifs

La confirmation des préjugés nous limite car elle restreint notre capacité à penser différemment des hypothèses. Une stratégie pour ne pas tomber dans ces préjugés est de suivre les critères de falsifiabilité de Karl Popper qui implique que lorsque l'on pense à une hypothèse, nous devons essayer de la réfuter. En d'autres termes, nous devons essayer de nier ce que nous croyons. S'il n'y a aucun moyen de le nier, même en essayant, nous dirons que c'est vrai tout en gardant la possibilité qu'une nouvelle information puisse venir démentir nos croyances.

POURQUOI CROYONS-NOUS
LES FAUSSES INFORMATIONS ?

Qu'est-ce qu'un biais ?



"Préjugé" : tendance à pencher injustement en faveur d'une idée



Nous nous demandons si les humains sont arrivés sur la lune, nous effectuons des recherches et nous trouvons des informations qui soutiennent cette idée. Mais au lieu de croire ces informations et de maintenir cette croyance, nous devons rechercher des informations qui réfutent l'idée et des preuves de l'arrivée sur la lune. C'est seulement si nous ne les trouvons pas que nous pouvons croire que les humains n'ont pas marché sur la Lune.

POURQUOI CROYONS-NOUS
LES FAUSSES INFORMATIONS ?
Qu'est-ce qu'un biais ?



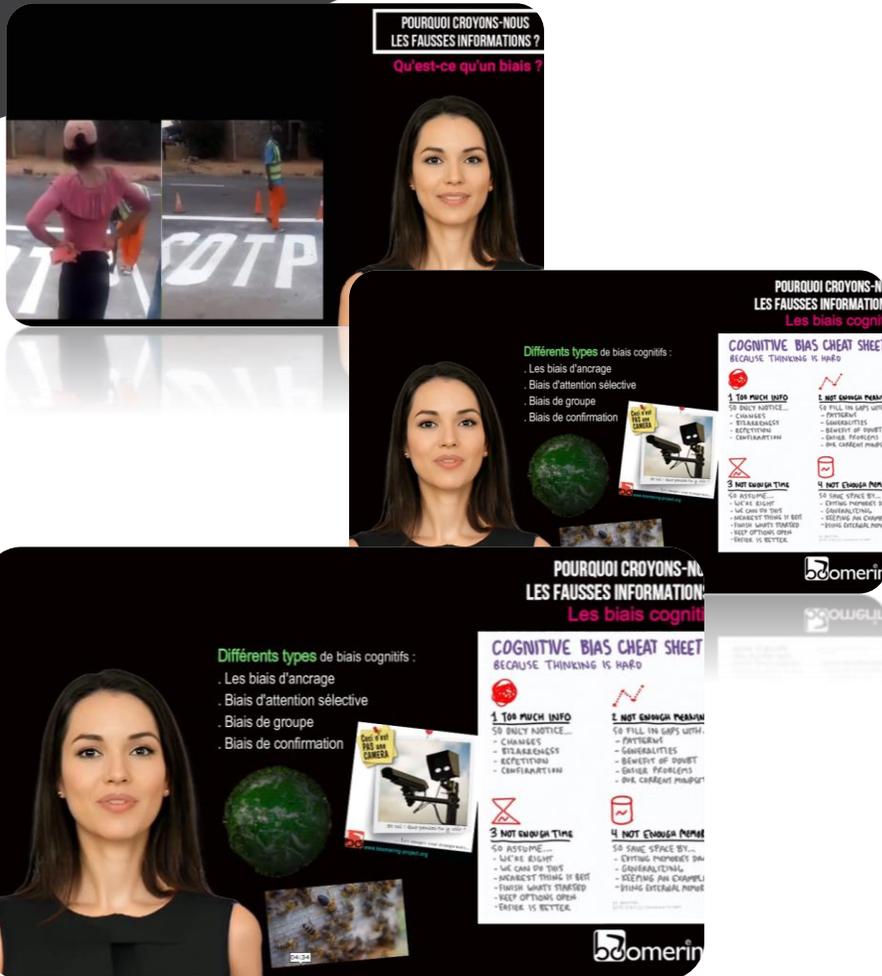
"Préjugé" : tendance à pencher injustement en faveur d'une idée



Préjugés cognitifs

Ces préjugés cognitifs sont des erreurs subconscientes dans nos pensées, faisant face aux connaissances, à la mémoire, à l'attention, la perception, les pensées abstraites et la créativité.

Biais ou Préjugés cognitifs



1. **Les biais de confirmation**, sont une tendance qui confirme les croyances que nous avons déjà.
2. **Les biais d'ancrage**, nous comprenons par là, la tendance à retenir les premières informations qui sont ancrées dans nos têtes. Si un média écrit un article et qu'ensuite il le rectifie, nous retiendrions la première version de l'article et non les modifications faites. Ce préjugé fonctionne aussi lorsque nous croyons payer moins parce que le produit est soldé alors qu'il est au même prix dans un autre supermarché.
3. **Les biais sélectifs**, ici l'attention est portée uniquement sur ce qui est dans notre intérêt. On se concentre sur une partie de l'image car il est impossible de tout regarder à la fois. Ce type de préjugés génère des pertes d'informations. ([exemple vidéo test d'attention sélective des gorilles](#))
4. **Les biais de groupe** consistent en une tendance à placer les personnes dans le groupe auquel nous appartenons ou dans le groupe dont nous sommes exclus. Nous sommes les gentils, ils sont les méchants : ensuite les informations que nous recevrons seront filtrées par cette idée et nous croirons les informations qui vont renforcer les groupes. Par exemple, dans une société rejetée par l'Islam, les personnes de confession musulmane croiront plus facilement d'autres personnes musulmanes également, quand bien même elles seraient intolérantes et avec des préjugés, plutôt que de croire d'autres personnes.

Biais ou Préjugés cognitifs



1. **Les biais de confirmation**, sont une tendance qui confirme les croyances que nous avons déjà.
2. **Les biais d'ancrage**, nous comprenons par là, la tendance à retenir les premières informations qui sont ancrées dans nos têtes. Si un média écrit un article et qu'ensuite il le rectifie, nous retiendrions la première version de l'article et non les modifications faites. Ce préjugé fonctionne aussi lorsque nous croyons payer moins parce que le produit est soldé alors qu'il est au même prix dans un autre supermarché.
3. **Les biais sélectifs**, ici l'attention est portée uniquement sur ce qui est dans notre intérêt. On se concentre sur une partie de l'image car il est impossible de tout regarder à la fois. Ce type de préjugés génère des pertes d'informations. ([exemple vidéo test d'attention sélective des gorilles](#))
4. **Les biais de groupe** consistent en une tendance à placer les personnes dans le groupe auquel nous appartenons ou dans le groupe dont nous sommes exclus. Nous sommes les gentils, ils sont les méchants : ensuite les informations que nous recevons seront filtrées par cette idée et nous croirons les informations qui vont renforcer les groupes. Par exemple, dans une société rejetée par l'Islam, les personnes de confession musulmane croiront plus facilement d'autres personnes musulmanes également, quand bien même elles seraient intolérantes et avec des préjugés, plutôt que de croire d'autres personnes.

Les biais de confirmation

Les gens sont conditionnés aux informations qu'ils ont déjà et qu'ils pensent être les bonnes. Ensuite, nous cherchons des informations compatibles avec ces idées. Les préjugés de confirmation représentent une recherche d'informations qui valident nos croyances. Donc si on nous dit quelque chose qui correspond à ce que nous pensons, nous y croirons plus facilement que si ces informations vont à l'encontre de nos idées.

BIAS DE CONFIRMATION | EXEMPLE

Consiste à **rechercher des informations** qui confirment ce **que nous croyons**

POURQUOI CROYONS-NOUS
LES FAUSSES INFORMATIONS
Les biais cognitifs



EXEMPLE

Nous croyons que les humains n'ont pas été sur la Lune, nous faisons des recherches et nous trouvons des informations qui valident cette idée et aussi des informations qui l'invalident.

En accord avec ce biais de confirmation, nous allons mettre en avant la source qui confirme notre croyance qui dit que les humains ne sont jamais allés sur la Lune...

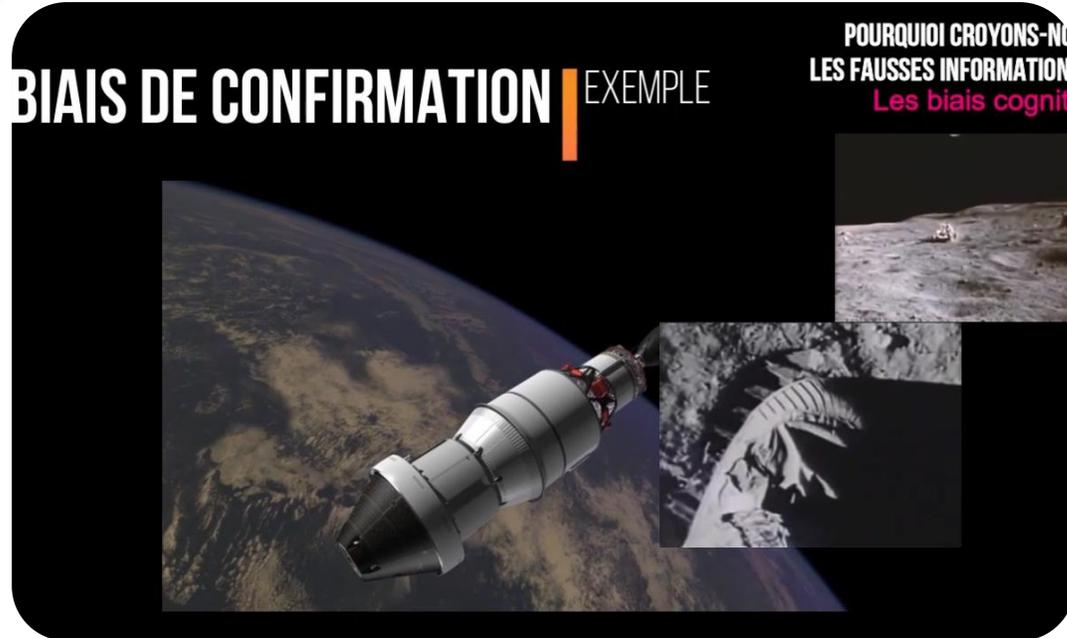
Pourquoi les biais de confirmation sont-ils si fréquents ?



Il est nécessaire de parler du concept que les psychologues appellent **la dissonance cognitive**. La dissonance cognitive fait référence à la tension qui apparaît quand une situation contredit nos idées.

Par exemple, *fumer alors que nous savons que cela est mauvais pour la santé ou encore se déplacer en voiture alors que nous savons que cela crée de la pollution*. Pour briser cette dissonance et réduire les tensions, c'est-à-dire créer de la cohérence, un mécanisme de défense va se mettre en place. Il peut avoir des effets pervers comme nier ce qui n'est pas dans notre intérêt. Exemple : Nier que la voiture pollue ou que cette pollution est vraiment nocive pour l'environnement. Si nous trouvons des informations qui renforcent ces idées, nous les croirons. Nous avons une tendance à la cohérence et à la confirmation.

Comment rompre les biais de confirmation sans souffrir de dissonance cognitive ?



Nous pouvons nous exposer à des croyances qui s'éloignent des nôtres car cela nous permet d'intégrer d'autres points de vue et ainsi développer nos propres idées. Nous pouvons chercher différents points de vue pour une même situation. Une stratégie, qui est l'un des éléments de base d'une pensée critique, c'est **le dialogue**. Le dialogue nous permet d'approfondir notre compréhension des autres phénomènes.

Par exemple, on peut avoir la conviction que la Covid est une maladie comme les autres et qu'aucune action n'est nécessaire et que cela ne nous affectera pas. C'est lorsque nous discutons avec des personnes ayant souffert de la maladie ou de l'isolement de manière grave ou d'un proche ayant souffert et que cela a été dur, que cela change notre vision du phénomène.

Dans le cadre des discours fondés sur les préjugés comme par exemple le vol associé aux « Roms » - gens du voyage - ou lorsque que nous parlons à une personne de cette question avec une perspective contraire à son idée cela peut changer le regard et la croyance que nous avons. Si nous ne sommes pas en contact avec des personnes qui pensent différemment et ne parlons pas à des personnes qui pensent différemment, il sera difficile pour nous de réfléchir davantage et de faire évoluer nos croyances.

CREDITS

SLOVENIA

- . Contact : boomerling.slovenija@gmail.com
- . Katja Jeznik - Team coordinator, pedagogical expert
- . Marko Krevs + Nejc Bobovnik - IT geography - Geography of informational technologies
- . Zala Gruden - Pedagogical expert
- . Patricija Camernik - Pedagogical expert - Researcher

ITALY

- . Contact : Glocal Factory - ITALY
- . Cristina Demartis - Project coordinator, socio-pedagogist
- . Anna Schena - Philosopher, expert in youth & social networks - Glocal Factory President
- . Maria Carla Italia - Expert in political communication

FRANCE

- Udaf82
- . Stéphane Michelin - Director of Udaf82 - (directeur général Udaf82)
- . Thérèse Bouche - Psychologist, radicalization expert
- . Isabelle Bonnefous - Responsible for data protection & project evaluation
- . Philippe Le Gonnidec - Expert in multimedia strategies - www.Politique-Numerique.fr
- . Ethan Le Gonnidec - Assistant réalisateur

CAFFES :

- . Audrey Foulon – Director of CAFFES (Directrice du CAFFES)
- . Florence Denis – Head of Department of Udaf 59
- . Sylvie Condette – Full Professor in Educational and Training Sciences, Lille University
- France, CIREL Research Unit laboratoire CIREL
- . Benoît Maréchaux - Mobile security team and the Academic Group for School Climate (GACS) of the Lille's Rectorate (Equipe mobile de sécurité et du Groupe Académique pour le Climat Scolaire (GACS) du Rectorat de Lille

ESPAGNE

- . Lluís Marrojo Molina - Fundació Campus Arnau d'Escala - Directeur - www.campusarnau.org
- . Paolo Leotti - Chargé de mission
- . Neus Dalmau Tarrés - Sergi Fernandez Gracia - Laia Galobardes vilanova
- Gemma Gomila Moll
- . Anna Ferrer Fornells - Tècnica de gestió i project
- . Miguel Fernandez – Campus Arnau

Media banks :

Shutterstock - AdobeStock - iStockPhotos - FreePik - Pexels - SmartSound - Vox Yopic - Mid Journey - FilmStock - Vecteezy - OpenAi – Voyage sur la Lune 1902 / G.Melies – Metropolis 1927 – Frankenstein 1931 – Fesliyan Studios – Adobe Firefly – NASA – Unsplash – L'oeil de demain (Barjavel / Raymond-Millet) - Thunderbirds

Voix :

- . Sylvie Condette - Philippe Le Gonnidec (+ conception / création / développements) - Audrey Foulon - Eva Khairon - Anna Fornells – Lluís Marrojo – Miguel Fernandez

