



## LES BIAIS COGNITIFS

### Fiche annexe

#### QUEL RAPPORT ENTRE LES BIAIS COGNITIFS ET LE COMPLICITISME ?

Les biais cognitifs (aussi appelés biais psychologiques) sont des formes de pensée qui dévient de la pensée logique ou rationnelle et qui ont tendance à être systématiquement utilisés dans diverses situations. Ils constituent des façons rapides et intuitives de porter des jugements ou de prendre des décisions qui sont moins laborieuses qu'un raisonnement analytique qui tiendrait compte de toutes les informations pertinentes (définition tirée du site [Psychomedia](#)).

Face aux flux d'informations incessants, il est parfois plus confortable d'adhérer à certaines croyances nécessitant un investissement intellectuel moindre. Une commodité « mentale » qui nous épargne l'effort d'une réflexion un peu poussée ou trop complexe.

Pourtant, l'augmentation massive du nombre d'informations produites sur le web a renforcé l'expression des biais cognitifs. Chacun a sa propre vision du monde, en fonction des croyances auxquelles il adhère. Le complotisme et les discours sectaires recourent largement aux biais cognitifs, en particulier sur le web. Ce qui conduit certains à préférer l'irrationnel plutôt que le rationnel, le fantasme plutôt que le réel...

#### QUAND ÉVOQUER LES BIAIS COGNITIFS LORS DU PARCOURS DES VEILLEURS DE L'INFO ?

En fin de parcours, lors des séances 5 et 6. Il est alors utile d'échanger sur quelques-uns de ces biais, pour nourrir la création des faux complots. Ainsi que lors de la préparation du débat, pour expliquer qu'il peut être frustrant de contre-argumenter de façon rationnelle face aux adeptes de ces théories.

Le plus souvent, les jeunes comprennent immédiatement ces définitions. Aussi, il peut être intéressant de les sensibiliser au fait que leur cheminement de pensée peut venir contredire une première intuition.

#### QUELQUES BIAIS COGNITIFS À CONNAÎTRE

##### Le biais de confirmation

Le biais de confirmation, ou biais de confirmation d'hypothèse, consiste à privilégier les informations confirmant ses idées préconçues ou ses hypothèses et/ou à accorder moins de poids aux hypothèses et informations jouant en défaveur de ses conceptions.

##### Une paréidolie

Une paréidolie est un phénomène psychologique, une sorte d'illusion d'optique qui consiste à associer un stimulus visuel informe et ambigu à un élément clair et identifiable, souvent une forme humaine ou animale. À la différence des illusions d'optiques qui découlent des lois universelles de la perception humaine, chacun peut, dans le cas des paréidolies, voir une chose différente. On a notamment tendance à deviner des visages dès qu'un objet y ressemble.

##### Millefeuille argumentatif

Fait d'empiler de nombreux arguments faibles dans un maillage si serré qu'ils se renforcent réciproquement sans qu'on puisse les confronter entre eux. Phénomène qui laisse une impression du style « tout cela ne peut pas être faux ». Exemple : « Et le drapeau qui flotte ? Et les ombres non parallèles ? Et les croix de cadrage ? Et les ceintures de Van Allen ? Et Stanley Kubrick ? Tout ça prouve bien qu'on n'est jamais allé sur la Lune ! »

##### Inversion de la charge de la preuve

En inversant la charge de la preuve, le discours conspirationniste implique que c'est à celui qui pense qu'il n'y a pas de complot de le prouver. Ce qui est impossible, puisqu'on ne peut pas, par définition, prouver que quelque chose n'existe pas.

##### L'effet de halo

L'effet de halo (ou effet de notoriété ou effet de contamination) est la tendance à rendre plus positives (et inversement plus négatives) certaines caractéristiques d'une personne ou d'un groupe, même si on ne les connaît pas,





➤ ou bien sans vérification, à partir d'une de ses caractéristiques que l'on avait préalablement jugée positive (ou, inversement, négative). Exemple : avoir une opinion négative de quelqu'un, sans le connaître, du seul fait de son appartenance à un groupe que nous n'estimons pas ou inversement, avoir une mauvaise opinion d'un groupe uniquement parce qu'une personne que nous n'apprécions pas en fait partie.

#### L'effet Othello

L'effet « Othello » souligne le rôle de la narration dans la crédibilisation d'un récit pourtant potentiellement improbable. Par exemple, le personnage de Shakespeare tue sa femme qu'il aime, suite au récit manipulateur d'un individu qui a peu à peu instillé la suspicion dans son esprit.

#### Négligence de la taille de l'échantillon

La négligence de la taille de l'échantillon (aussi connue sous le nom d'oubli de la fréquence de base) est un biais cognitif lié aux lois statistiques, qui se manifeste par le fait que les gens oublient de considérer la fréquence de base d'occurrence d'un événement lorsqu'ils cherchent à en évaluer une probabilité. Le plus souvent, cela conduit à surestimer cette probabilité. Par exemple, une personne publie une vidéo la montrant lancer 4 dés et obtenir que des « 6 ». Chanceuse ? Non, car en vérité cette personne aura fait des centaines de tentatives pour y parvenir mais ne choisira de diffuser que le « lancé chanceux ».

#### Le biais rétrospectif

Tendance à surestimer, une fois un événement survenu, son caractère prévisible ou probable.

#### Le biais de négativité

Tendance à donner plus de poids aux expériences négatives qu'aux expériences positives et à s'en souvenir davantage.

#### L'effet Barnum

Ou « effet de validation personnelle » : biais cognitif induisant toute personne à accepter une vague description de la personnalité comme s'appliquant spécifiquement à elle-même. Les horoscopes jouent sur ce phénomène.

#### L'illusion de corrélation

Consiste à percevoir une corrélation entre deux événements qui n'existe pas ou qui est bien plus faible en réalité. La confusion entre la cause et la corrélation est une caractéristique récurrente des discours complotistes et des fausses informations.

#### Le biais d'omission

Revient à considérer que causer un tort par une action est pire que causer un tort par l'inaction. Exemple : dans l'incertitude, certains parents refusent la vaccination pour leurs enfants.

#### Le biais de faux consensus

Tendance à surestimer le degré d'accord que les autres ont avec nous (dans leurs opinions, leurs croyances, les préférences, les valeurs et les habitudes).

#### L'effet boomerang

Phénomène selon lequel les tentatives de persuasion ont l'effet inverse de celui attendu. Les croyances initiales sont renforcées face à des preuves pourtant contradictoires.