

Effet bulle, biais de confirmation, biais cognitif, des éléments d'explication.

Pourquoi nous laissons-nous piéger ?

Depuis l'apparition et la popularisation des réseaux sociaux, la place qu'occupent ceux-ci dans notre société est de plus en plus grande. Des changements sont alors apparus dans les relations que nous entretenons et dans la manière dont nous les créons. En effet, à travers les réseaux sociaux, des groupes se forment autour d'une idée ou d'une opinion commune, forgeant ainsi nos identités virtuelles et nos profils internet. Mais ces groupes qui partagent une opinion et/ou un point de vue commun, peuvent nous enfermer rendant alors l'ouverture à un monde pluriel difficile. L'effet bulle, les biais de confirmation, le biais cognitif et Internet sont les principaux facteurs de ce phénomène observé.

Mais que sont ces biais de confirmation et ces biais cognitifs ? Pourquoi avons-nous tant de mal à accepter des idées qui nous contredisent et à changer des opinions possiblement fausses ?

Le contrôle des données par les GAFAM : la fin de notre vie privée et de nos libertés ?

Tout d'abord, il est important de savoir que lorsque nous surfons sur internet, nous sommes surveillés par les sites que nous utilisons. En effet, Google, **en contrôlant 70% du marché mondial**, collecte nos informations à l'aide de différents services informatiques et algorithmes inclus dans nos appareils. Alors, grâce à cela Internet nous renvoie des publicités ciblées ainsi que des informations adaptées. C'est à partir de là que la désinformation et **l'effet bulle** interviennent. A l'aide de nos informations, des moyens de traçage des sites internet et de la haute surveillance de google sur le monde, il devient facile de nous proposer des publicités adaptées à nos goûts et nous diriger plus facilement vers des personnes ayant les mêmes centres d'intérêts que nous. Donc si nous parvenons facilement à trouver sur internet les sujets qui nous intéressent, c'est parce que **toutes nos actions sur internet sont épiées** et redirigées par les GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft).

Pourquoi nous laissons-nous piéger ? Psychologie et chimie apportent des éléments de réponses.

Les GAFAM s'appuieraient sur une tendance naturelle des hommes mise en lumière par des études en psychologie. Nous sommes attirés par nos semblables, en termes de religion, couleur de peau, de sexe etc... Le phénomène appelé **homophilie** est l'un des facteurs de l'effet bulle. Ainsi nous sommes bloqués dans notre propre perspective et notre envie de prouver que notre point de vue est juste. Nous partageons alors celui-ci à travers les sites internet et leurs réseaux sociaux, ou bien nous recherchons sur internet des points de vue similaires aux nôtres afin de prouver la véracité de ceux-ci. C'est ce que l'on appelle le **biais de confirmation**. Le biais de confirmation est donc le fait de sélectionner seulement les informations qui confirment nos croyances. C'est à dire que l'on croit que tout le monde pense comme nous car on ne voit que des choses proches de nos idéaux.

D'un point de vue psychologique, le **biais de confirmation** nous rend confiant vis-à-vis de nous-mêmes grâce aux points de vue similaires aux nôtres. En effet, lorsque l'on regarde des points de vue conformes aux nôtres, notre cerveau produit alors de la dopamine et donc nous éprouvons une satisfaction. Il nous est alors encore plus difficile de sortir de ce cercle vicieux à cause de « cette hormone du bonheur ». Certains chercheurs en psychologie tels que R. Brotherton, affirment que, sans cet effet de bulle, nous serions paralysés par l'indécision causée par une surabondance d'informations contradictoires, indécision qui nous plongerait dans l'anxiété voire l'angoisse de certitudes impossibles.

Les groupes se forment, dans lesquels chaque membre partage le même point de vue. Chacun renforce sa propre opinion. C'est le phénomène de la **polarisation** et de la « **chambre d'échos** ». La polarisation est la tendance pour un groupe à prendre des décisions plus extrêmes, décisions qu'un individu seul n'adopterait pas. Par exemple, le groupe de manifestants « *Bas les masques* » est issu de personnes partageant des opinions communes se rassemblant afin de clamer les « atteintes à leurs libertés privées par l'obligation du port du masque ». Ces deux phénomènes poussent les individus à prendre des décisions plus tranchées qu'en temps normal. En effet, chaque membre de « *bas les masques* » n'aurait jamais osé organiser des manifestations, seul contre le gouvernement.

Le **biais cognitif** joue aussi un rôle important dans le renforcement de la bulle. Lorsque l'on ne comprend pas une partie de l'information donnée, **inconsciemment**, nous avons tendance à passer par des raccourcis mentaux et donc à ne conserver que les parties de l'information qui nous arrange. Il devient alors difficile de nous confronter à un point de vue différent sur le sujet et à nous faire à l'idée que notre point de vue serait faux. La publicité exploite souvent ces

biais cognitifs pour faire passer des messages. Le biais cognitif est le parrain du biais de confirmation.

Ne pas faire la différence entre les informations et toutes les croire à l'aveugle devient dangereux. En effet, comme le dit Hannah Arendt, une politologue et philosophe :

« Quand tout le monde vous ment en permanence, le résultat n'est pas que vous croyez ces mensonges, mais que plus personne ne croit plus rien. Un peuple qui ne peut plus rien croire ne peut se faire une opinion. Il est privé non seulement de sa capacité d'agir mais aussi de sa capacité de penser et de juger. Et avec un tel peuple, vous pouvez faire ce qu'il vous plaît ».

Nous pouvons donc comprendre que bien que les biais de confirmation permettent réellement de créer des liens, ils peuvent limiter nos points de vue, nos croyances et nos comportements. Ils peuvent ainsi entraîner une fermeture d'esprit et des confrontations violentes entre les différents groupes qui constituent notre société et notre monde.

Cet article présente des points de vue et non la totalité des opinions. Le débat reste ouvert.

Article écrit par Sarah CAISSON, 1^{ère} C

Réseaux sociaux et
opinion :

*Un monde dirigé
par la 5G*

