



4 FICHE PÉDAGOGIQUE

LE BIAIS DE CONFIRMATION

OBJECTIFS DU PROGRAMME SCOLAIRE

DISCIPLINES ET NIVEAUX VISÉS

ECR (3^e cycle du primaire)

Thème : des personnes membres de la société

- Expliquer comment les membres d'une société exercent une influence les uns sur les autres.

ECR (1^{er} cycle du secondaire)

Thème : l'autonomie

- Favoriser les conditions de l'autonomie : le jugement critique, le bon sens, la responsabilité morale, la capacité de choisir, l'authenticité, etc.

DIMENSIONS DE LA COMPÉTENCE NUMÉRIQUE CIBLÉES

- Développer et mobiliser sa culture informationnelle ;
- Exploiter le potentiel du numérique pour l'apprentissage ;
- Développer sa pensée critique à l'égard du numérique ;
- Produire du contenu avec le numérique ;
- Innover et faire preuve de créativité avec le numérique.

OUTILS NUMÉRIQUES SUGGÉRÉS

- Pour réfléchir et réagir : Mentimeter ;
- Pour dessiner un croquis-note : Tayasui Sketches ou Paper ;
- Pour créer une infographie : Canva.

INTENTION PÉDAGOGIQUE DU GUIDE

Au terme de ces activités, l'élève sera en mesure de reconnaître ses propres biais cognitifs et de se servir d'outils pour les contourner.

OBJECTIFS DES ACTIVITÉS

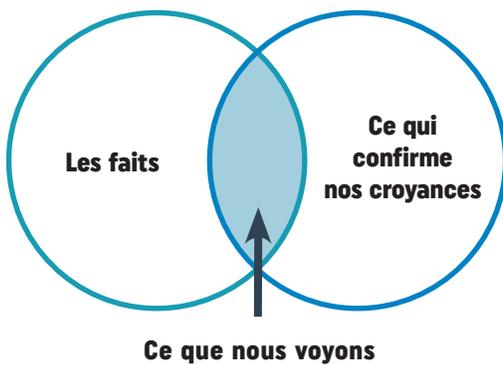
- Réfléchir sur les conséquences d'utiliser les médias sociaux pour s'informer ;
- Élaborer un croquis-note pour définir le portrait de sa bulle informationnelle ;
- Créer une infographie qui met de l'avant les bonnes pratiques pour réussir à sortir de sa bulle informationnelle.

INTRODUCTION

Pourquoi sommes-nous portés à croire les fausses nouvelles ? Ce n'est certainement pas parce que nous ne sommes pas intelligents ou allumés ! En fait, la faute revient en grande partie... à notre cerveau.

C'est qu'il est susceptible aux biais cognitifs, qui sont des filtres qui brouillent notre raisonnement et notre sens critique. Un de ces filtres est directement lié à la science des fausses nouvelles : le biais de confirmation. Et ce biais, tout le monde vit avec. Pour le contourner, il suffit de développer les bons réflexes.

LE BIAIS DE CONFIRMATION



Le biais de confirmation nous pousse à favoriser les informations qui renforcent et confirment nos valeurs, notre mode de vie, etc. Nous rejetons donc beaucoup plus rapidement et facilement les informations qui vont à l'encontre de nos croyances. Bref, on veut savoir ce que l'on sait déjà.

Le biais de confirmation joue donc un rôle important dans la propagation des fausses nouvelles, puisque la majorité d'entre elles sont conçues pour être consommées par des gens qui sont déjà favorables au sujet traité.

Exemples

- Des personnes qui s'opposent à l'immigration n'auront pas tendance à vérifier une histoire prétendant qu'une personne immigrée a commis un crime.
- Les personnes immigrées et leurs défenseurs, quant à eux, croiront plutôt que la nouvelle est fautive ou exagérée et vérifieront presque automatiquement cette information.

- Les défenseurs des droits des animaux ne vérifieront pas une nouvelle prétendant qu'une usine abat des chats pour fabriquer des manteaux avec leur fourrure.
- À l'inverse, les producteurs de fourrure et les entreprises potentiellement affectées par la nouvelle n'y croiront pas à la première lecture et feront les vérifications nécessaires.

L'EFFET DE BULLE ET LES ALGORITHMES

Le biais de confirmation est renforcé par notre entourage immédiat. Pourquoi ? Parce qu'on a tous le réflexe de s'entourer de gens qui pensent comme nous. Et c'est normal. Mais le résultat, c'est une bulle informationnelle où tout le monde privilégie les mêmes informations... et ignore celles qui ne font pas leur affaire. Difficile, dans ce cas, d'avoir un portrait réaliste de ce qui se passe autour de nous, non ?

Par exemple, notre famille proche pratique la même religion que nous et nous a inculqué ses valeurs. Nos amis, eux, partagent souvent nos passions, goûts culturels et opinions politiques.

En d'autres mots, cette bulle, c'est notre zone de confort informationnel.

Quand Internet brouille la réalité

Avez-vous remarqué que le contenu que vous consultez quotidiennement sur les réseaux sociaux n'apparaît pas en ordre chronologique ? Les réseaux sociaux sont en partie opérés par des algorithmes, un ensemble d'opérations qui déterminent les articles, images, vidéos et publications qui apparaissent en premier sur Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, YouTube ou autre.

Les réseaux sociaux accumulent ainsi vos données (croyances, goûts, centres d'intérêt, amis, emplacement, date de naissance, genre, etc.) et trient le contenu et les publicités qui vous sont suggérés.

Si vous voyez surtout les publications de vos amis et de votre famille proche, c'est parce que l'algorithme sait qu'elles risquent de vous intéresser. L'algorithme sait aussi ce qui pourrait vous contrarier... et cache ce qui ne reflète pas vos valeurs, vos opinions ou vos croyances.

Exemples

- Votre amie Suki, avec qui vous communiquez souvent, a publié des photos de voyage sur Instagram, il y a deux jours. Votre cousin Carl, avec qui vous n'échangez pas sur une base régulière, a publié une photo de son mariage ce matin. En ouvrant Instagram, les premières photos que vous verrez seront celles de Suki, même si elles ont été publiées, il y a plus longtemps.
- Sur YouTube, un utilisateur qui pense que la Terre est plate ne verra probablement que des vidéos qui correspondent à ses croyances et qui encouragent des théories complotistes. Il risque de penser qu'une majorité de gens pensent comme lui.
- En période électorale, une personne qui s'affiche clairement à la gauche de l'échiquier politique ne verra pas de publications en faveur des partis de droite. Elle risque d'avoir une vision erronée du paysage politique réel. Elle pourrait même être portée à croire que tout le monde pense comme elle, puisqu'elle n'est pas exposée à l'opinion opposée.
- Sur Facebook, une femme qui fait partie de plusieurs groupes xénophobes et qui n'aime que du contenu relié à ses préjugés ne verra apparaître dans son fil que ce genre de publications. Elle pourrait donc penser qu'une grande partie des internautes partagent sa vision du monde.

COMMENT CONTOURNER SON BIAIS DE CONFIRMATION

Les médias sérieux ont un devoir d'objectivité. Toutefois, le public a aussi le devoir d'être le mieux informé possible : en sortant de sa bulle informationnelle et en développant les réflexes nécessaires pour contourner son propre biais de confirmation.

Voici quelques astuces :

- 1. Reconnaître que nous avons tous un biais de confirmation.** Il peut sembler difficile de croire que nous trions involontairement l'information que nous consommons. Mais tout le monde le fait !
- 2. Douter, douter, douter...** même quand l'information semble en accord avec nos croyances. Ceux qui créent les fausses nouvelles savent comment attraper les gens : en leur disant exactement ce qu'ils veulent entendre. On vérifie donc le contraire de notre hypothèse, de notre idée, de l'information qu'on partage.
- 3. Sortir de notre zone de confort informationnel.** Un bon truc : regarder ce qui se fait du côté des médias qu'on ne consulte pas habituellement. En lisant ou en écoutant des médias aux lignes éditoriales différentes, avec lesquelles on n'est pas nécessairement en accord, on s'assure d'avoir une vision globale du monde qui nous entoure.
- 4. Se forcer à accorder du poids à une nouvelle sérieuse qui ne fait pas notre affaire.** Un exercice pratique : tentez de vulgariser la nouvelle dans vos propres mots.

EXERCICES

EXERCICE 1

Plusieurs études démontrent que de plus en plus de Canadiens s'informent via les réseaux sociaux. Quelles sont les conséquences de cette habitude ?

Cette activité de discussion et de réflexion peut être effectuée par l'entremise de la plateforme Mentimeter. Par exemple, il est possible pour l'enseignant d'utiliser les modes « nuage de mots » ou « questions ouvertes » pour faire réagir les élèves sur leurs conceptions initiales de la situation. Suite à cette première étape, une recherche sur les conséquences de la lecture d'articles sur les médias sociaux peut être faite sur le Web. Pour conclure l'activité, il peut être pertinent d'utiliser à nouveau Mentimeter et d'y créer un document qui résume, cette fois, ce qui ressort des recherches effectuées par les élèves. Vous pourrez ensuite comparer leurs connaissances antérieures (élaborées dans le premier document sur Mentimeter) et celles qui suivent leurs recherches sur le Web.

EXERCICE 2

Faites le portrait de votre bulle informationnelle. Ces questions pourraient vous aider à trouver quelques éléments de réponse :

- Commencez par la base : âge, genre, problèmes sociaux qui vous tiennent à cœur, attachement à une équipe sportive ou à un parti politique, etc.
- Quel genre de contenu vous intéresse le plus ?
- Les pages, les groupes et les comptes que vous suivez sur les réseaux sociaux se ressemblent-ils ?
- Quel genre de contenu vous propose-t-on sur les réseaux sociaux, sur YouTube ?
- Quels sont les sujets de discussion qui reviennent le plus souvent avec vos amis ? Votre famille ?
- Quels médias d'information consultez-vous le plus souvent ?
- Quelles publications voyez-vous en premier sur les réseaux sociaux ?

Pour créer le portrait de leur bulle informationnelle de façon originale, proposez aux élèves de le faire sous la forme d'un croquis-note en utilisant une application de dessin telle que Tayasui Sketches ou Paper.



EXERCICE 3

Identifiez deux moyens de sortir de votre bulle informationnelle.

Les élèves pourront créer une infographie pour mettre de l'avant les bonnes pratiques qui permettent de sortir de sa bulle informationnelle. L'utilisation de la plateforme Canva peut faciliter la mise en forme de l'infographie.

CORRIGÉ

1.

Pistes de réponses :

- Vision déformée de la réalité (on ne voit que les publications qui correspondent à nos croyances et à nos valeurs);
 - On risque de passer à côté de beaucoup d'informations essentielles;
 - Il est important de connaître le point de vue des autres;
 - Peut encourager les comportements xénophobes, extrémistes, conspirationnistes.
-

2.

Sans objet

3.

Consulter des médias différents (mais sérieux !), se rendre directement sur les sites des médias d'information, lire les journaux papier, prendre connaissance des lignes éditoriales des médias les plus consultés dans notre région, élargir ses champs d'intérêt, etc.