

# Comment les géants du web se servent de nos erreurs de raisonnement

Les biais cognitifs, erreurs de raisonnement, sont les courts-circuits de nos fusibles logiques. Les géants de l'Internet les connaissent et s'en servent pour nous faire revenir sur leurs sites. Et réfléchir moins...



© Alix Garin

Je vous propose d'examiner le raisonnement suivant :

Les artistes sont des créatifs

Parmi les créatifs, certains sont drôles

Donc il y a des artistes qui sont drôles

D'après vous, ce raisonnement est-il correct ?

Autrement dit, si l'on accepte pour vrai le fait que les artistes sont des créatifs et que parmi les créatifs, certains sont drôles, peut-on alors dire avec certitude qu'il y a des artistes qui sont drôles ?

À première vue, la réponse semble être oui. Et pourtant la réponse est non, ce raisonnement n'est pas valide. Pour vous en convaincre, examinez ce deuxième cas :

Les trompettes sont des instruments de musique

Parmi les instruments de musique, certains ont des cordes

Donc il y a des trompettes qui ont des cordes

Ici, pas la moindre hésitation, le raisonnement n'est évidemment pas correct. Et pourtant, il a exactement la même structure que le premier ! Mais pourquoi avons-nous alors tendance à réagir de manière différente ?

## Courts circuits cognitifs

La réponse est simple : nous ne sommes pas des êtres totalement logiques, et nous nous laissons influencer à tort par ce qui différencie les deux raisonnements. Dans le premier cas, en effet, nous savons que la conclusion est vraie, et dans le deuxième, nous savons qu'elle est fautive. La faille logique consiste à croire qu'un raisonnement est nécessairement correct s'il débouche sur une vérité. C'est oublier que même une pendule en mauvais état donne parfois l'heure exacte...

Nos erreurs de raisonnement sont variées et nombreuses, et on les appelle "biais cognitifs". Ils nous montrent et nous rappellent que pas mal de nos déductions ne sont pas totalement rationnelles. Pour

aller plus vite, la pensée prend en effet des circuits plus courts qui provoquent parfois des courts-circuits, et font alors sauter nos fusibles logiques.

Un deuxième exemple de ces raccourcis fatals a pour nom "*biais de confirmation*". Il décrit notre tendance à attacher plus d'importance aux informations qui renforcent nos convictions qu'à celles qui les contredisent. Sur des sujets aussi variés que le Paris-Dakar, la 5G ou encore le port du voile à l'école, *La Libre Belgique* a souvent la bonne idée de mettre face à face les défenseurs de deux thèses opposées. Mais nous, lecteurs, consciemment ou non, lirons avec plus d'attention l'interview qui défend l'opinion qui est la nôtre, sans parfois même essayer de comprendre l'autre. De manière plus générale, en lisant le journal, nous passons plus de temps à lire les articles avec lesquels nous sommes d'accord...

Les biais cognitifs ne sont certes pas neufs. Au XVI<sup>e</sup> siècle déjà - ce sera notre troisième exemple -, Francis Bacon faisait remarquer qu'on préfère toujours croire ce que l'on espère être vrai. C'est ainsi que nous croyons plus facilement des prévisions météorologiques favorables que défavorables, même si la fiabilité de l'Institut royal météorologique ne dépend bien sûr pas de ce qu'il prévoit. Toujours est-il que lorsque l'IRM annonce du beau temps, on se réjouit, et lorsqu'il annonce du mauvais temps, on se dit que ce ne serait pas la première fois qu'il se trompe...

## Erreurs de logique et logique des erreurs

L'*Homo sapiens* n'a jamais été - et ne sera jamais - un *Homo logicus*, mais deux éléments majeurs ont remis les biais cognitifs au cœur de l'actualité.

Il y a d'abord eu les travaux de Kahneman et Tverski qui ont été récompensés par un prix Nobel d'économie (!) en 2002. Les biais cognitifs sont depuis beaucoup mieux identifiés, et ils continuent à faire l'objet de très nombreuses recherches et publications<sup>1</sup>.

Par ailleurs, avec Internet, les biais cognitifs se déploient aujourd'hui dans un tout nouveau contexte. Leur impact, leur rôle et leur importance s'en trouvent fortement amplifiés, car les algorithmes qui nous entourent sont le résultat d'un mélange savant et délibéré de logique et de psychologique.

Chacun de nos clics dit quelque chose de nous, et toutes ces données accumulées depuis longtemps permettent aux géants de l'Internet de savoir facilement ce que nous pensons. Mais cela ne leur suffit pas, ils travaillent maintenant avec des spécialistes des biais cognitifs qui leur expliquent comment nous pensons. Il est là le secret de leur potion logique.

Cette double maîtrise offre en effet aux *Facebook* et autres *Twitter* un pouvoir redoutable, celui de manipuler l'utilisateur et de le rendre "*accro*". Leur force est d'avoir décodé nos faiblesses. Nous faisons constamment des erreurs de logique, mais ils ont bien compris la logique de ces erreurs.

## Armes de persuasion massive

Que les informations véhiculées sur les réseaux sociaux soient vraies ou fausses n'est pas le souci, car leur but n'est pas de faire réfléchir l'utilisateur, mais de le faire revenir. Et il reviendra plus s'il réfléchit moins.

---

<sup>1</sup> Avec Anne Mikolajczak, Luc de Brabandere a publié une synthèse des biais cognitifs chez Eyrolles "*Petite philosophie de nos erreurs quotidiennes*".

Sur Internet, le hasard n'existe pas. Quand une information apparaît à l'écran, il y a toujours une logique qui en a décidé ainsi. Internet est devenu le pays rêvé des biais cognitifs qui sont intégrés dans la conception des algorithmes pour nous rendre *addicts*. Les réseaux sociaux renforcent par exemple systématiquement les convictions des internautes, quelles que soient ces convictions.

Victimes du biais de confirmation inodore, invisible mais omniprésent, les utilisateurs se retrouvent ainsi dans des bulles confortables, où ils reçoivent sans cesse les informations qu'ils ont envie de recevoir de la part de personnes qui pensent comme eux.

Quand on sait que les réseaux sociaux sont devenus pour une partie grandissante de la population - surtout la plus jeune - la première source d'information, cela fait frémir. Car la logique et la psychologie sont devenues des armes de persuasion massive, mais ni l'une ni l'autre ne sont enseignées dans le secondaire.

❑ Alix Garin, l'artiste qui a illustré cet article, vient de sortir une BD consacrée à la maladie d'Alzheimer. "Ne m'oublie pas" aux Éditions du Lombard.

❑ Le titre est de la rédaction. Titre original: "Le secret de la potion logique"