

Biais cognitifs et sophismes

Présentés par B. LISAN, le 26/05/2020

1 Biais cognitif

Un **biais cognitif** est une distorsion dans le traitement cognitif d'une information. Le terme biais fait référence à une déviation systématique de la pensée logique et rationnelle par rapport à la réalité. Les biais cognitifs conduisent le sujet à accorder des importances différentes à des faits de même nature et peuvent être repérés lorsque des paradoxes ou des erreurs apparaissent dans un raisonnement ou un jugement.

L'étude des biais cognitifs fait l'objet de nombreux travaux en psychologie cognitive, en psychologie sociale et plus généralement dans les sciences cognitives.

Certains de ces biais peuvent en fait être efficaces dans un milieu naturel tel que ceux qui ont hébergé l'évolution humaine, permettant une évaluation ou une action plus performante ; tandis qu'ils se révèlent inadaptés à un milieu artificiel moderne [1].

Il existe plus de 60 biais cognitifs.

« Le concept [de biais cognitifs] a été introduit au début des années 1970 par les psychologues Daniel Kahneman (prix Nobel en économie en 2002) et Amos Tversky pour expliquer certaines tendances vers des décisions irrationnelles dans le domaine économique. Depuis, une multitude de biais intervenant dans plusieurs domaines ont été identifiés par la recherche en psychologie cognitive et sociale.

Certains biais s'expliquent par les ressources cognitives limitées. Lorsque ces dernières (temps, informations, intérêt, capacités cognitives) sont insuffisantes pour réaliser l'analyse nécessaire à un jugement rationnel, des raccourcis cognitifs (appelés heuristiques) permettent de porter un jugement rapide. Ces jugements rapides sont souvent utiles mais sont aussi à la base de jugements erronés typiques.

D'autres biais reflètent l'intervention de facteurs motivationnels, émotionnels ou moraux ; par exemple, le désir de maintenir une image de soi positive ou d'éviter une dissonance cognitive (avoir deux croyances incompatibles) déplaisante¹. ».

2 Biais de confirmation

Tendance à valider ses opinions auprès des sources d'informations qui les confirment, et à rejeter d'emblée celles qui les réfutent [2].

Le **biais de confirmation**, également dénommé **biais de confirmation d'hypothèse**, est le biais cognitif qui 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. Ce biais se manifeste chez un individu lorsqu'il rassemble des éléments ou se rappelle des informations mémorisées, de manière sélective, les interprétant d'une manière biaisée.

On rencontre ce mécanisme mental de sélection des informations, qui vont uniquement dans le sens de ses convictions, surtout chez les croyants très convaincus, fanatiques ...

¹ 25 biais cognitifs qui nuisent à la pensée rationnelle, Psychomédia, 22 février 2015, <http://www.psychomedia.gc.ca/psychologie/biais-cognitifs>

Le "**Cherry picking**" (ou "picorage") est une forme d'argumentation [le plus souvent liée au biais de confirmation], consistant à mettre en avant des faits ou données qui donnent du crédit à votre opinion, tout en passant sous silence tous les cas qui la contredisent.

3 Biais d'intentionnalité

Le **biais d'intentionnalité**, parfois appelé biais ou illusion d'agentivité, est la tendance à **surestimer le rôle des causes intentionnelles** - c'est-à-dire voulues, délibérées, faites exprès, de la part de quelqu'un ou d'une entité quelconque -, lors de la survenue d'un évènement ou face à un comportement humain. Cette tendance à donner des explications basées sur des causes intentionnelles non justifiées, est d'autant plus fréquente que l'évènement ou le comportement a des conséquences négatives.

Exemple : Tous les feux tricolores pour se rendre sur son lieu de travail sont au rouge et en déduire : "*Il y a quelqu'un qui m'en veut ce matin*" [3].

C'est souvent le raisonnement typique des personnes complotistes ou paranoïaques.

4 Effet de la vérité illusoire

Conviction qu'une chose est "vraie", parce qu'elle vous est martelée, constamment par bourrage de crâne, par habitude progressive à cette "vérité", à force d'être répétée et enregistrée dans votre cerveau ... selon cette citation apocryphe attribuée soit à Joseph Goebbels, soit à Hitler « *Un mensonge répété dix fois reste un mensonge ; répété dix mille fois il devient une vérité* » [13].

Lorsque la vérité est évaluée, les gens cherchent à savoir si l'information est en accord avec leur compréhension ou si elle leur est familière. La première condition est logique car les gens comparent les nouvelles informations avec ce qu'ils savent déjà être vrai. La répétition rend les déclarations plus faciles à traiter par rapport à de nouvelles déclarations non répétées, ce qui conduit les gens à croire que la conclusion répétée est plus véridique.

L'effet de vérité illusoire a également été lié au « [biais rétrospectif](#) », la tendance qu'ont les personnes à surestimer rétrospectivement le fait que les événements auraient pu être anticipés moyennant davantage de prévoyance ou de clairvoyance.

Dans une étude de 2015, les chercheurs ont découvert que la familiarité peut dominer la rationalité et qu'entendre de façon répétée qu'un certain fait est faux peut affecter les croyances de l'auditeur. Les chercheurs ont attribué l'impact de l'effet de vérité illusoire aux participants qui connaissaient la bonne réponse au départ, mais qui étaient persuadés de croire le contraire suite à la répétition d'un mensonge.

L'effet de vérité illusoire joue un rôle important dans des domaines tels que les campagnes électorales, la publicité, les médias d'information et la propagande politique. Toute propagande utilise ce mécanisme psychologique [6].

5 Argument d'autorité

L'**argument d'autorité** consiste à invoquer une [autorité](#) (morale, religieuse, scientifique ...), lors d'une [argumentation](#), en accordant de la valeur à un propos en fonction de son origine plutôt que de son contenu. Ce moyen [rhétorique](#) diffère de l'emploi de la [raison](#) ou de la [violence](#).

L'argument d'autorité est parfois également désigné par trois formules latines :

- **argumentum ad verecundiam** : « argument de respect » ;
- **argumentum ad potentiam** : « argument de pouvoir » ;
- **Ipse dixit** : « Lui-même l'a dit », « lui » désignant l'autorité citée [5].

C'est pourquoi, pour lutter contre cet argument, **Alhazen** [Ibn al-Haytham], mathématicien, philosophe et physicien, d'origine perse (965-1039), a écrit cela :

« Celui qui cherche la vérité n'est pas celui qui étudie les écrits des anciens et qui, suivant sa disposition naturelle, place sa confiance en eux, mais plutôt celui qui doute d'eux et qui conteste ce qu'il reçoit d'eux, celui qui se soumet à la discussion et à la démonstration, et non aux dires d'un être humain dont la nature présente toutes sortes d'imperfections et de carences. », in « *Traité d'optique* ».

6 Sophismes et paralogismes

Un **sophisme** est un procédé rhétorique, une argumentation, à la logique fallacieuse. C'est un raisonnement qui porte en lui l'apparence de la rigueur, voire même de l'évidence, mais qui n'est en réalité pas valide au sens de la logique, quand bien même sa conclusion serait pourtant « vraie ».

À la différence du paralogisme, erreur dans le raisonnement d'un émetteur de bonne foi, ne cherchant pas à tromper le récepteur, le sophisme est quant à lui fallacieux : il est prononcé et énoncé avec l'intention cachée de tromper le destinataire ou l'auditoire afin, par exemple, de prendre l'avantage sur lui dans une discussion, dans le cadre d'un désaccord de fond, d'un débat entre deux thèses.

Les sophismes peuvent avoir la forme d'un syllogisme (raisonnement qui repose sur des prémisses insuffisantes ou non pertinentes ou qui procède par enthymème, etc.). Ils peuvent aussi s'appuyer sur d'autres mécanismes oratoires ou psychologiques jouant par exemple avec l'émotion de l'auditoire, l'ascendant social du locuteur (argument d'autorité) ou des biais cognitifs (comme l'oubli de la fréquence de base) pour emporter l'adhésion temporaire ou conquérir une position dominante au cours d'une dispute ou d'un désaccord [11]

6.1 Sophisme Argumentum ad populum

L'**argumentum ad populum** (aussi nommé « raison de la majorité », ou « raison du peuple » ou encore « appel à la majorité ») est un sophisme et une figure de rhétorique qui s'appuie sur le fait qu'une opinion est largement répandue pour la justifier [4].

"Vérité" validée par la majorité, la vox populi. C'est "vrai" puisque tout le monde y croit.

Ce n'est pas parce que des milliards de personnes croient à une chose qu'elle est nécessairement vraie.

Ce n'est pas, non plus, parce qu'une chose semble évidente, « incontestable », qu'elle est nécessairement vraie.

6.2 Euphémisme

Expression atténuée d'une notion dont l'expression directe aurait quelque chose de déplaisant, de choquant.

C'est une figure de style qui consiste à atténuer l'expression de faits ou d'idées considérés comme désagréables dans le but d'adoucir la réalité. On parle aussi d'« euphémisme de bienséance » lorsqu'il y a déguisement d'idées désagréables.

Il a pour antonyme l'hyperbole, ou plus rarement « dysphémisme ». Il est souvent confondu avec la litote, qui se différencie de ce dernier par l'absence de volonté de rendre un terme moins choquant² [14].

² Cf. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Euph%C3%A9misme>

Cette figure de style peut être aussi utilisée pour manipuler la réalité.

Exemples d'euphémismes (voir ci-après) :

- « Disparu » pour « mort ».
- « Le départ », « rejoindre les étoiles », pour signifier le fait de « mourir ».
- « Le rappel à Dieu », « le repos éternel » pour la « mort ».
- « Solution finale » pour « l'extermination (le génocide) des juifs », selon le langage codé des nazis.
- « Contrat » pour « assassinat commandité ».
- « Pacification » pour désigner une « opération militaire » (c'est aussi une métonymie, puisque la guerre est désignée par l'un de ses effets supposés) ;
- « Opération » pour « attentat ».
- « Mourir des suites d'une longue maladie » pour « mourir d'un cancer ».

Message de communication de l'association L214 (association de lutte contre la maltraitance animale) :

« Savez-vous ce qui se cache derrière le langage utilisé par la filière ?

Par "**soins aux porcelets**", il faut comprendre : castration à vif, meulage des dents et coupe de la queue. Et le tout, sans anesthésie. C'est ça, prendre soin d'un animal? 😬

Ne nous laissons pas berner par la publicité 🐷 95 % des cochons sont élevés selon le modèle le plus intensif, <https://www.l214.com/cochons/95-pourcent-elevage-intensif> »

6.3 Sophisme (ou paralogisme) de l'épouvantail ou de l'homme de paille

L'**épouvantail**, parfois appelé par erreur « argument de l'homme de paille » par traduction littérale de l'expression anglaise « *straw man* », est un sophisme qui consiste à présenter la position de son adversaire de façon volontairement erronée. Créer un argument épouvantail consiste à formuler un argument facilement réfutable puis à l'attribuer à son opposant.

L'expression désignant cet argument fallacieux est une image tirée de la technique d'entraînement au combat contre un mannequin de paille à l'image de l'adversaire. Se battre contre la représentation affaiblie de l'adversaire assure une victoire facile.

Normand Baillargeon explique que « *si on ne peut vaincre un raisonnement donné, il peut être possible de sortir victorieux d'un débat avec une version affaiblie de ce même raisonnement. Cela sera d'autant plus facile si nous créons nous-mêmes la version affaiblie en la façonnant de manière à garantir qu'elle sera démolie* ». Il classe ce procédé parmi les paralogismes.

L'argument de l'homme d'acier est l'inverse d'épouvantail, en cela qu'on tente de trouver la meilleure forme de l'argument de l'opposant pour évaluer les opinions adverses [12]

6.4 Le sophisme de la double faute

Le sophisme de la double faute consiste à justifier un comportement « mauvais », en avançant que d'autres font la même chose, voire pire. Selon ce sophisme, une position accusée d'être mauvaise moralement peut apparaître comme normale parce qu'elle n'est pas unique. Ce sophisme pourrait se traduire par « *Ce n'est pas de ma faute, car il fait 10 fois pire* » ou « *J'ai volé une pomme, oui, mais toi tu as volé une poire et en plus elle était plus grosse que la pomme* ».

Note : Cette expression est tirée du proverbe anglais "*Two wrongs make a right*" ou "*Two wrongs don't make a right*".

Qui peut se traduire aussi : « Deux mauvaises actions ne s'additionnent pas pour en faire une bonne » ou « Une mauvaise action ou faute n'en excuse pas une autre »³.



7 La dissonance cognitive, un étrange et déroutant phénomène psychologique

7.1 Présentation du phénomène

« Le principal fléau de l'humanité n'est pas l'ignorance, mais le refus de savoir » disait Simone de Beauvoir. Ou encore « Nul n'est plus sourd que celui qui ne veut entendre »⁴.

Il existe un mécanisme, appelé « *dissonance cognitive* », contribuant à une sorte de « *tâche aveugle* » intellectuelle.

Certains croyants voudront bien discuter de faits en relation avec leur religion, mais soit pour les approuver, soit pour les réfuter, mais d'une manière constamment propagandiste ou partisane. Accumulant tous les faits allant dans le sens de leurs convictions, mais rejetant, a priori, tous ceux opposés / en contradiction avec leurs convictions. Ils sont « enfermés » dans le *biais de confirmation*⁵ ou la *dissonance cognitive*⁶.

En général, les adeptes fervents (enfermés dans une sorte de subjugation, d'autohypnose), amoureux de leur religions ou de leurs sectes, n'écoutent pas leurs contradicteurs, et n'écoutent que leur conviction, enfermés dans, ce que l'on appelle, un mécanisme de « *dissonance cognitive* ».

³ *Two wrongs make a right*, https://fr.wikipedia.org/wiki/Two_wrongs_make_a_right

⁴ Autre formulation « *Il n'est pire aveugle que celui qui ne veut pas voir* ».

⁵ Biais de confirmation, https://fr.wikipedia.org/wiki/Biais_de_confirmation

⁶a) *Dissonance cognitive*, https://fr.wikipedia.org/wiki/Dissonance_cognitive

b) *La théorie de la dissonance cognitive*, <https://www.psychologie-sociale.com/index.php/fr/theories/influence/6-la-theorie-de-la-dissonance-cognitive>

Les mécanismes de dissonances cognitives peuvent aussi pousser les groupes sectaires à minimiser le sort de leurs ennemis et toute compassion pour ces derniers, à se recentrer que sur le sort de leur groupe.

Selon Jean-Louis « *Le désir de cohérence, remettre en cause ce pour quoi l'on vit, peut créer une dissonance insupportable qui vous fait renoncer au renoncement libérateur vis-à-vis de ses croyances* ».

Selon Djamel « *ils ne débattent jamais la question religieuse de peur de découvrir des vérités blessantes qui vont remettre en cause leur croyance. Donc pour éviter tout bouleversement, ils préfèrent s'enfermer dans leur cercle de leurs certitudes, que de sortir pour voir la lumière* ».

7.2 La théorie de la dissonance cognitive

En [psychologie sociale](#), la dissonance cognitive est une théorie selon laquelle une personne qui se trouve confrontée simultanément à des informations, opinions, comportements ou croyances, qui la concernent directement et qui sont **incompatibles entre elles, ressent alors un état de tension désagréable** (Léon Festinger, 1957)⁷.

Par exemple, croire mordicus à la fin du monde, pour tel jour, et constater que rien ne se passe, ce jour-là, créera en soi un sentiment de désagrément.

Cet état (désagréable), dit de "**dissonance cognitive**", qui se situe au niveau psychique, conduit la personne à développer des stratégies inconscientes, ayant pour but de réduire la dissonance et de se rapprocher de l'état inverse dit de "consonance positive" (un état agréable).

Souvent l'adepte, n'arrive pas à entendre la mauvaise nouvelle. En fait, il entend sans l'entendre. Il se met en place, chez lui, une sorte de mécanisme de protection mentale ou de barrage mental, l'empêchant d'écouter la mauvaise nouvelle.

Il y a chez lui un mécanisme de sélection des informations, ne conservant que les informations confirmant ses convictions.

Cette théorie rejoint la constatation populaire : « *Il n'est pire sourd que celui qui ne veut pas entendre* ».

La réduction de la dissonance cognitive consiste, par exemple, en une modification des croyances, des opinions ou des attitudes pour les mettre en phase avec l'information qui était contradictoire (ce que l'on appelle le processus de [rationalisation](#)).

Dans le domaine de la religion, c'est le cas du *concordisme*, attitude qui consiste à rapprocher le dogme religieux de la science. A chaque grande découverte scientifique, les concordistes tentent de faire coïncider à tout prix les textes sacrés avec la science. La recherche de cohérence de la religion avec la science s'opère par de nouvelles interprétations des Ecritures, le manque de précision de celles-ci étant attribué à « l'état préscientifique » de ceux qui les ont rédigées.

La réduction de la dissonance cognitive peut prendre d'autres formes que la rationalisation :

- Ajouter des éléments consonants permettant de justifier le comportement dissonant.
- Réinterpréter le réel pour faire en sorte que les croyances restent intactes.
- Minimiser l'importance des éléments dissonants.
- Faire comme si l'un des événements dissonants n'avait pas existé, les oublier.

⁷ a) *La théorie de la dissonance cognitive*, <https://www.psychologie-sociale.com/index.php/fr/theories/influence/6-la-theorie-de-la-dissonance-cognitive>

b) Cette théorie a été établie, dans son ouvrage *A Theory of Cognitive Dissonance* (Stanford University Press, California), en 1957, par le psychosociologue américain *Leon Festinger* (1919-1989), pour expliquer comment l'être humain gère les tensions provoquées par des éléments incompatibles.

- Modifier l'un des éléments dissonants comme par exemple changer de comportement ou d'attitude.

Le concept de dissonance cognitive est lié au fait qu'il est plus difficile pour un individu de corriger des idées acquises depuis longtemps que d'apprendre des idées nouvelles pour lesquelles il ne dispose pas encore d'un modèle ou d'un système de représentation.

C'est la raison pour laquelle l'"éducation" (l'endoctrinement) des enfants revêt autant d'importance pour les religions, pour les régimes politiques totalitaires et même pour les grandes marques de produits de consommation.

« Plus un apprentissage a été difficile, malaisé, douloureux ou même humiliant, moins l'individu est prêt à remettre en cause la valeur de ce qui lui a été enseigné. Cela signifierait en effet qu'il a investi et souffert pour rien », Gregory Bateson, anthropologue, psychologue, épistémologue américain (1904-1980).

Les croyances qui sont partagées par une communauté deviennent des vérités qui ne peuvent être remises en question et ne peuvent donc plus être discutées.

Lorsque des faits vont à l'encontre des croyances d'un croyant, il est contreproductif et même parfois risqué de les combattre directement. Il est plus efficace d'engager un dialogue, avec le croyant, permettant, chez lui, un questionnement, puis une prise de conscience, que de provoquer sciemment, chez lui, une dissonance cognitive.

7.3 Des exemples de manifestations de ce phénomène

7.3.1 Exemple en politique

Les partisans d'un homme politique, dont on dénonce des pratiques malhonnêtes, ne les croient pas et remettent en cause la bonne foi et l'honnêteté de ceux qui les révèlent. Ils dénoncent souvent un complot. Parfois, ils se censurent mentalement et font comme si les révélations n'avaient jamais existé. On l'a constaté dans l'affaire Tariq Ramadan.

7.3.2 Exemple à l'école

Des études sur la notation à l'école ont montré que si l'on annonce aux enseignants que les devoirs qu'ils vont corriger émanent de très bons élèves, ils vont avoir statistiquement tendance à laisser passer certaines erreurs ou approximations. Et inversement, ils se montreront plus sévères et pointilleux, si on leur a dit qu'il s'agissait d'élèves en grandes difficultés.

7.3.3 Exemple en médecine

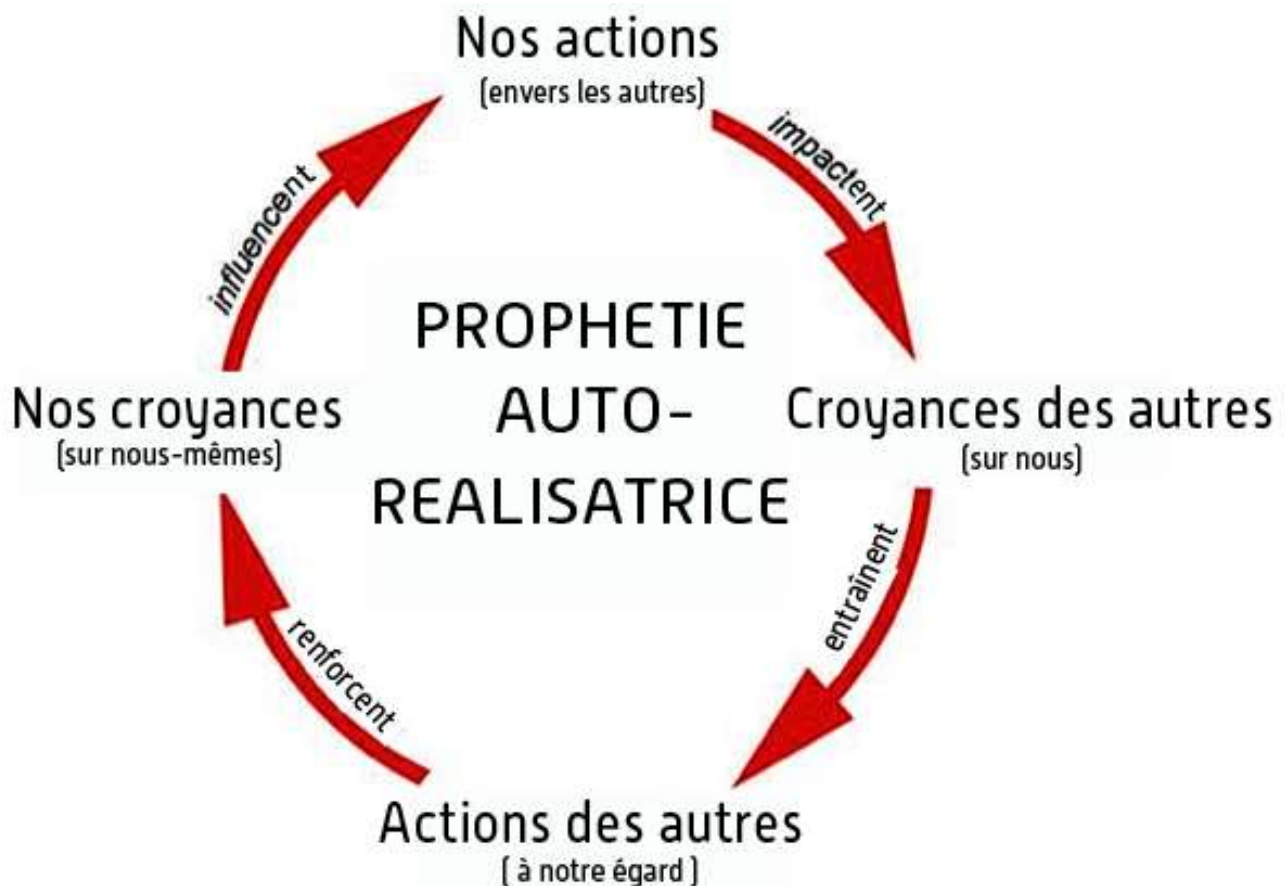
L'effet placebo serait une conséquence d'un état de dissonance cognitive dans lequel entrerait un patient qui s'investit dans un traitement coûteux ou douloureux et dont il ne ressent pas d'effet bénéfique. Refusant que son investissement personnel soit totalement inutile, le patient recherchera en lui des signes de l'amélioration de sa santé, afin de réduire la dissonance. Il peut même guérir, s'il y a une composante psychologique importante dans sa maladie⁸.

« Face au réel, ce qu'on croit savoir clairement offusque ce qu'on devrait savoir. Quand il se présente à la culture scientifique, l'esprit n'est jamais jeune. Il est même très vieux, car il a l'âge de ses préjugés », Gaston Bachelard - 1884-1962 - La Formation de l'esprit scientifique, 1938.

⁸ Eviter les pièges de la pensée : Les biais cognitifs : Dissonance cognitive, http://www.toupie.org/Biais/Dissonance_cognitive.htm

8 L'effet pygmalion ou la prophétie autoréalisatrice

Effet Pygmalion ou Prophétie autoréalisatrice (effet Rosenthal et Jacobson) : une prophétie provoque une amélioration des performances d'un sujet, en fonction du degré de croyances en sa réussite venant d'une autorité ou son environnement. Le simple fait de croire en la réussite de quelqu'un améliore ainsi ses probabilités de succès (Wikipedia)



Prophétie autoréalisatrice. Source : <https://www.eveprogramme.com/25198/prophetieautorealisateur/>

9 25 biais cognitifs fréquents

« Voici une liste de 25 biais cognitifs fréquents (voir ci-après) :

Le biais de confirmation

Le *biais de confirmation* est la tendance, très commune, à ne rechercher et ne prendre en considération que les informations qui confirment les croyances et à ignorer ou discréditer celles qui les contredisent.

Le biais de croyance

Le *biais de croyance* se produit quand le jugement sur la logique d'un argument est biaisé par la croyance en la vérité ou la fausseté de la conclusion. Ainsi, des erreurs de logique seront ignorées si la conclusion correspond aux croyances.

(Maintenir certaines croyances peut représenter une motivation très forte : [lorsque des croyances sont menacées, le recours à des arguments non vérifiables augmente](#) ; la désinformation, par exemple, mise sur la puissance des croyances : [Pourquoi la désinformation fonctionne ?](#)).

Le biais d'autocomplaisance

Le *biais d'autocomplaisance* est la tendance à s'attribuer le mérite de ses réussites et à attribuer ses échecs à des facteurs extérieurs défavorables.

L'erreur fondamentale d'attribution

L'*erreur fondamentale d'attribution* est la tendance à surestimer les facteurs personnels (tels que la personnalité) pour expliquer le comportement d'autres personnes et à sous-estimer les facteurs conjoncturels.

L'effet de halo

L'*effet de halo* se produit quand la perception d'une personne ou d'un groupe est influencée par l'opinion que l'on a préalablement pour l'une de ses caractéristiques. Par exemple, une personne de belle apparence physique sera perçue comme intelligente et digne de confiance. L'*effet de notoriété* est aussi un effet de halo.

Le biais rétrospectif

Le *biais rétrospectif* est la tendance à surestimer, une fois un événement survenu, comment on le jugeait prévisible ou probable.

L'excès de confiance

L'*excès de confiance* est la tendance à surestimer ses capacités. Ce biais a été mis en évidence par des expériences en psychologie qui ont montré que, dans divers domaines, beaucoup plus que la moitié des participants estiment avoir de meilleures capacités que la moyenne. Ainsi, plus que la moitié des gens estiment avoir une intelligence supérieure à la moyenne.

L'effet Dunning-Kruger

L'effet Dunning-Kruger est le résultat de biais cognitifs qui amènent [les personnes les moins compétentes à surestimer leurs compétences et les plus compétentes à les sous-estimer](#). Ce biais a été démontré dans plusieurs domaines.

Le biais de négativité

Le [biais de négativité](#) est la tendance à donner plus de poids aux expériences négatives qu'aux expériences positives et à s'en souvenir davantage.

L'effet Barnum

Le biais de l'*effet Barnum* (ou effet Forer) consiste à accepter une vague description de la personnalité comme s'appliquant spécifiquement à soi-même. Les horoscopes jouent sur ce phénomène.

L'aversion de la dépossession

L'*aversion de la dépossession* (ou *effet de dotation*) désigne une tendance à attribuer une plus grande valeur à un objet que l'on possède qu'à un même objet que l'on ne possède pas. Ainsi, le propriétaire d'une maison pourrait estimer la valeur de celle-ci comme étant plus élevée que ce qu'il serait disposé à payer pour une maison équivalente.

L'illusion de corrélation

L'*illusion de corrélation* consiste à percevoir une relation entre deux événements non reliés ou encore à exagérer une relation qui est faible en réalité. Par exemple, l'association d'une caractéristique particulière chez une personne au fait qu'elle appartienne à un groupe particulier alors que la caractéristique n'a rien à voir avec le fait qu'elle appartienne à ce groupe.

Le biais de cadrage

Le *biais de cadrage* est la tendance à être influencé par la manière dont un problème est présenté. Par ex. la décision d'aller de l'avant ou pas avec une chirurgie peut être affectée par le fait que cette chirurgie soit décrite en termes de taux de succès ou en terme de taux d'échec, même si les deux chiffres fournissent la même information.

Le biais d'ancrage

Le *biais d'ancrage* est la tendance à utiliser indument une information comme référence. Il s'agit généralement du premier élément d'information acquis sur le sujet. Ce biais peut intervenir, par exemple, dans les négociations, les soldes des magasins ou les menus de restaurants. ([Dans les négociations, faire la première offre est avantageux.](#))

Le biais de représentativité

Le *biais de représentativité* est un raccourci mental qui consiste à porter un jugement à partir de quelques éléments qui ne sont pas nécessairement représentatifs.

Le biais de la disponibilité en mémoire

Le *biais de la disponibilité* en mémoire consiste à porter un jugement sur une probabilité selon la facilité avec laquelle des exemples viennent à l'esprit. Ce biais peut, par exemple, amener à prendre pour fréquent un événement récent.

Le biais de statu quo

Le *biais de statu quo* est la tendance à préférer laisser les choses telles qu'elles sont, un changement apparaissant comme apportant plus de risques et d'inconvénients que d'avantages possibles. Dans divers domaines, ce biais explique des choix qui ne sont pas les plus rationnels. (Un biais se rapprochant du biais de statu quo est celui de la tendance à la [justification du système](#) qui se distingue par une plus forte composante motivationnelle.)

Le biais d'omission

Le *biais d'omission* consiste à considérer que causer éventuellement un tort par une action est pire que causer un tort par l'inaction. Ainsi, le biais d'omission pourrait contribuer à expliquer que, dans l'incertitude, certains choisiront de refuser la vaccination pour leurs enfants.

Le biais de faux consensus

Le *biais de faux consensus* est la tendance à croire que les autres sont d'accord avec nous plus qu'ils ne le sont réellement. Ce biais peut être particulièrement présent dans des groupes fermés dans lesquels les membres rencontrent rarement des gens qui divergent d'opinions et qui ont des préférences et des valeurs différentes. Ainsi, des groupes politiques ou religieux peuvent avoir l'impression d'avoir un plus grand soutien qu'ils ne l'ont en réalité.

La croyance en un monde juste

La *croyance en un monde juste* est la tendance à croire que le monde est juste et que les gens méritent ce qui leur arrive. Des études ont montré que cette croyance répond souvent à un important besoin de sécurité. Différents processus cognitifs entrent en œuvre pour préserver la croyance que la société est juste et équitable malgré les faits qui montrent le contraire.

L'illusion de savoir

L'*illusion de savoir* consiste à se fier à des croyances erronées pour appréhender une réalité et à ne pas chercher à recueillir d'autres informations. La situation est jugée à tort comme étant similaire à d'autres situations connues et la personne réagit de la façon habituelle. Ainsi, une personne pourra sous-exploiter les possibilités d'un nouvel appareil. ([Des campagnes électorales qui misent sur l'illusion de compréhension chez les électeurs.](#))

Le biais de conformisme

Le *biais de conformisme* est la tendance à penser et agir comme les autres le font.

L'effet boomerang

L'*effet boomerang* est le 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. Différentes hypothèses sont avancées pour expliquer ce phénomène.

L'illusion de contrôle

L'*illusion de contrôle* est la tendance à croire que nous avons plus de contrôle sur une situation que nous n'en avons réellement. Un exemple extrême est celui du recours aux objets porte-chance.

L'effet de simple exposition

L'*effet de simple exposition* est une augmentation de la probabilité d'un sentiment positif envers quelqu'un ou quelque chose par la simple exposition répétée à cette personne ou cet objet. Ce biais cognitif peut intervenir notamment dans la réponse à la publicité. ».

Source : *25 biais cognitifs qui nuisent à la pensée rationnelle*, Psychomédia, 22 février 2015,
<http://www.psychomedia.gc.ca/psychologie/biais-cognitifs>

10 Pour apprendre la démarche scientifique et renforcer son esprit critique

Il est nécessaire de faire l'effort d'apprendre la méthode scientifique.

Mais il faut aussi faire l'effort de connaître et de comprendre ce que sont les biais cognitifs, les sophismes, d'y être vigilant, de les repérer en soi, pour éviter d'être piégé mentalement par eux.

Il faut mettre, constamment, en doute ses propres certitudes, même celles qui semblent incontestables (par exemple, sur le "grand remplacement", sur le « délitement prévisible et la fin prochaine de l'Europe », sur le « complot du gouvernement et de de Big pharma contre le peuple » ...).

L'histoire humaine n'est pas prévisible _ ne sont pas prévisibles dans l'histoire, certains « points de repères » ou « points de basculement de l'histoire » ([7] à [10]) et la survenue de personnages étonnants, exceptionnels, pouvant faire « basculer » l'histoire, comme Hitler, Mahomet, Jésus, Bouddha, Gengis Khan, Jeanne d'Arc, Napoléon

La méthode scientifique demande des efforts d'honnêteté et d'humilité.

11 Bibliographie

- [1] https://fr.wikipedia.org/wiki/Biais_cognitif
- [2] https://fr.wikipedia.org/wiki/Biais_de_confirmation
- [3] http://www.toupie.org/Biais/Biais_intentionnalite.htm
- [4] https://fr.wikipedia.org/wiki/Argumentum_ad_populum
- [5] https://fr.wikipedia.org/wiki/Argument_d%27autorit%C3%A9
- [6] https://fr.wikipedia.org/wiki/Effet_de_v%C3%A9rit%C3%A9_illusoire

- [7] *Points de repère, évolution aléatoire de l'histoire et des espèces et uchronie*, B. LISAN, le 7/8/2019, 6 pages, http://benjamin.lisan.free.fr/jardin.secret/EcritsPolitiquesetPhilosophiques/politiques/points_de_repere_et_uchronie.htm
- [8] *Points de Repères : Découvrir l'Histoire autrement*, <https://viaoccitanie.tv/points-de-reperes-decouvrir-lhistoire-autrement-sur-viaoccitanie/>
- [9] *Points de Repères, la série sur l'histoire*, <https://pointsdereperes.fr/>
- [10] *Points de repères*, https://fr.wikipedia.org/wiki/Points_de_rep%C3%A8res
- [11] <https://fr.wikipedia.org/wiki/Sophisme>
- [12] [https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89pouvantail_\(rh%C3%A9torique\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89pouvantail_(rh%C3%A9torique))
- [13] *Un mensonge répété mille fois se transforme-t-il en vérité ?* <https://nospensees.fr/mensonge-repete-mille-se-transforme-t-verite/>
- [14] *Euphémisme*, <https://fr.wikipedia.org/wiki/Euph%C3%A9misme>
- [15] *Dissonance cognitive*, https://fr.wikipedia.org/wiki/Dissonance_cognitive
- [16] *Dissonance cognitive*, <https://m.youtube.com/watch?v=52TNSjeUzlg>
- [17] *A Theory of Cognitive Dissonance*, Festinger, Leon, Stanford University Press (California), 1957.
- [18] *25 biais cognitifs qui nuisent à la pensée rationnelle*, <http://www.psychomedia.qc.ca/psychologie/biais-cognitifs>
- [19] *Petit guide exhaustif des biais cognitifs*, Buster Benson, <https://associationslibres.wordpress.com/2016/10/14/petit-guide-exhaustif-des-biais-cognitifs/>
- [20] *Two wrongs make a right*, https://fr.wikipedia.org/wiki/Two_wrongs_make_a_right

Table des matières

1	Biais cognitif.....	1
2	Biais de confirmation.....	1
3	Biais d'intentionnalité	2
4	Effet de la vérité illusoire.....	2
5	Argument d'autorité.....	2
6	Sophismes et paralogismes	3
6.1	Sophisme Argumentum ad populum.....	3
6.2	Euphémisme.....	3
6.3	Sophisme (ou paralogisme) de l'épouvantail ou de l'homme de paille	4
6.4	Le sophisme de la double faute.....	4
7	La dissonance cognitive, un étrange et déroutant phénomène psychologique.....	5
7.1	Présentation du phénomène	5
7.2	La théorie de la dissonance cognitive	6
7.3	Des exemples de manifestations de ce phénomène	7
7.3.1	Exemple en politique	7
7.3.2	Exemple à l'école	7
7.3.3	Exemple en médecine	7
8	L'effet pygmalion ou la prophétie autoréalisatrice.....	8
9	25 biais cognitifs fréquents.....	8
10	Pour apprendre la démarche scientifique et renforcer son esprit critique.....	11

11 Bibliographie11