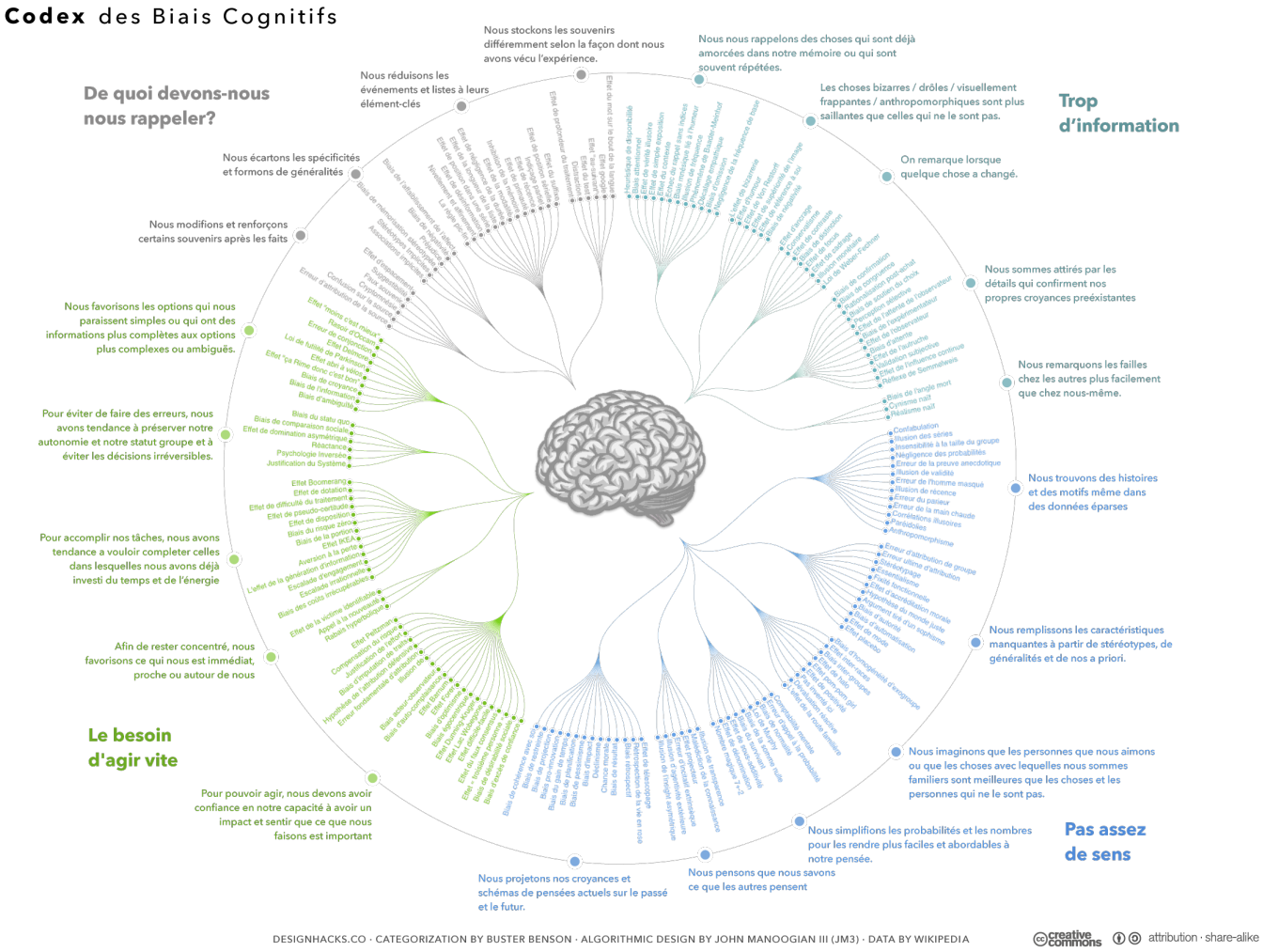
Connaître les illlusions logiques

Les illusions logiques comprennent les biais cognitifs, les paralogismes et les sophismes.

Un biais cognitif est une distorsion dans le traitement cognitif d'une information. Ils sont nés de l'optimisation de notre cerveau par l'évolution. Les biais nous concernent toutes et tous même si ces mêmes biais nous incitent à penser le contraire. Un traitement approfondi et méthodique de la réalité peut limiter temporairement l'impact de nos biais cognitifs. Les biais sont ancrés en nous et il semble difficile de les contenir.



Les sophismes sont des arguments, des raisonnements faux malgré une apparence de vérité (avec intention de mentir).

Les paralogismes sont des arguments, des raisonnements faux malgré une apparence de vérité (prononcé avec bonne foi).

Quelques illusions logiques importantes à comprendre et desquelles se méfier pour modifier notre traitement des informations :

Le biais de confirmation :

Le biais de confirmation consiste à privilégier les informations confirmant ses idées préconçues et/ou à accorder moins de poids aux informations jouant en défaveur de ses conceptions, ce qui se traduit par une réticence à changer d'avis.

Les algorithmes des outils informatiques peuvent accentuer cet effet en nous proposant des contenus personnalisés et nous renfermer dans une bulle de confirmation. Les réseaux sociaux et certains moteurs de recherche ont tendance à présenter surtout des contenus correspondant à nos propres opinions. On a alors l'impression que tout le monde pense comme nous car on ne voit plus que les contenus proches de nos idées. Le filtrage des informations est adressé aux personnes en fonction de leur activité passée, réalisé par les algorithmes enregistrant leurs centres d'intérêt. Évidemment, même sans les algorithmes nous sommes empreint·es de ce biais, nous avons tendance, par exemple, à nous abonner à des journaux qui vont dans notre sens. De plus, la bulle, c'est nous qui la créons par des mécanismes typiques de reproduction sociale comme le choix de nos ami·es.

Pour juger d'une information nouvelle, il faut être capable de s'exposer aux arguments de celleux qui ne pensent pas comme nous et éviter ces bulles.

Le biais de conformisme :

Il s'agit justement du fait d'avoir tendance à penser comme mon entourage pense. Plus précisément, sans connaissance préalable ou terrain favorable, nous aurons presque toujours tendance à accepter l'habitude en usage dans le secteur où l'on s'installe.

Le biais de représentativité :

Il s'agit de la tendance à prendre quelques éléments isolés, peu représentatifs, pour des généralités. On fonde notre jugement ou on prend une décision à partir d'un nombre limité d'éléments que l'on considère comme représentatifs d'une population beaucoup plus large.

Le mille-feuille argumentatif :

Le mille-feuille argumentatif est une technique rhétorique qui vise à intimider celui·celle qui y est confronté·e, à le·la troubler et anesthésier son esprit critique. Il s'agit de le·la submerger par une série d'arguments empruntés à des champs très diversifiés de la connaissance, pour remplacer la qualité de l'argumentation par la quantité de fausses preuves. Il s'agit de créer l'impression que parmi tous les arguments avancés, tout ne peut pas être faux, qu'il n'y a pas de fumée sans feu.

Le biais d'autorité :

Il est provoqué par la présence de quelques éminent·es ou qualifié·es, même s'ils·elles parlent d'un sujet en dehors de leur champ de compétence. Nous aurons tendance à leur accorder une plus grande confiance.

L'affirmation du conséquent :

Il s'agit de croire qu'il n'y a qu'une explication à l'observation que nous faisons. C'est un sophisme par lequel on considère une condition suffisante comme une condition nécessaire. On traite alors une implication logique comme si elle était une équivalence logique. Exemple :

1. *S'il* a plu (P), *alors* le sol est mouillé (Q).
2. Le sol est mouillé (Q).
3. *Donc* il a plu (P).

Sauf que le sol peut-être mouillé pour plein d'autres raisons.

La paréidolie :

Une paréidolie est un phénomène psychologique, impliquant un stimulus (visuel ou auditif) indéterminé, plus ou moins perçu comme reconnaissable. Ce phénomène consiste, par exemple, à identifier une forme familière dans un nuage ou aussi bien une voix humaine dans un bruit ou un discours prononcé dont le signal sonore est dégradé.

L'invocation à la nature :

C'est un procédé rhétorique qui suppose qu'une chose est bonne car naturelle, ou mauvaise car non naturelle. Le caractère naturel d'une chose ne donne pas d'indication.

L'appel à la tradition :

C'est un procédé rhétorique qui joue sur l'idée que l'ancienneté d'une théorie ou d'une assertion étaye sa pertinence.

L'appel à la popularité :

C'est un procédé rhétorique qui s'appuie sur le fait qu'une opinion soit largement répandue pour la justifier.

Conclusion sur les biais cognitifs

Comme le montre la première image, nous sommes sujet·tes à pléthore de biais cognitifs. L'objectif était ici d'en connaître un certain nombre afin de cultiver le doute dans nos jugements. Connaître ces biais ne doit pas amener à douter de tout, tout le temps ; il faut être capable de mettre des arguments dans la balance pour estimer le réel (Cf méthode scientifique).

Surtout, il faut se méfier des arguments qui nous donnent l'impression de deviner les sophismes ou biais chez quelqu'un·e.

Révision #12
Créé 2021-05-19 08:07:41 CEST par LE MOING
Mis à jour 2021-06-06 17:53:31 CEST par LE MOING