

Shinsei Formations



Votre cerveau vous trompe !
Les biais cognitifs qui sabotent vos décisions.

Qu'est ce que c'est ?

Les biais cognitifs sont des mécanismes de pensée rapides et automatiques que notre cerveau utilise pour simplifier le traitement d'une quantité massive d'informations et prendre des décisions rapides. Ils sont une sorte de raccourci mental (ou heuristique) qui permet d'économiser de l'énergie et du temps, surtout dans des situations complexes ou sous pression.

- Ce sont des distorsions systématiques dans la manière dont nous percevons la réalité, interprétons les informations, stockons les souvenirs et formulons des jugements.
- Ils ne sont pas des erreurs de logique intentionnelles, mais plutôt des erreurs de jugement prévisibles découlant de la façon dont le cerveau est câblé.
- Ils peuvent mener à des décisions irrationnelles ou à des jugements inexacts, surtout dans le cadre de l'évaluation de situations humaines complexes.

Pourquoi existent-ils ?

Les biais existent pour plusieurs raisons qui sont cruciales dans un environnement social professionnel :

- Surchargé d'informations : Le monde est trop complexe. Les biais nous aident à filtrer l'information et à ne retenir que ce qui semble important.
- Manque de sens : Nous comblons les lacunes d'information avec ce que nous pensons savoir.
- Besoin de rapidité : Pour agir rapidement, nous utilisons des jugements rapides plutôt que des analyses complètes.
- Menace à l'égo : Nous cherchons à protéger notre image de soi et notre vision du monde (par exemple, en évitant de reconnaître nos torts).

Pourquoi sont-ils importants à repérer ?

- Ils influencent l'évaluation des situations
- Ils peuvent biaiser les rapports, écrits professionnels, décisions d'orientation
- Ils affectent la relation de confiance
- Ils peuvent conduire à des injustices ou à des interventions inadaptées

Le travail social repose sur la neutralité bienveillante, mais comme tout être humain, un·e professionnel·le peut être influencé·e par des biais cognitifs. Les repérer, c'est déjà les réduire.

Les différents biais cognitifs :

Le biais de confirmation

L'effet de Halo et l'étiquetage

Le biais de disponibilité

Le raisonnement émotionnel

Le Biais de Confirmation

Définition : Le biais de confirmation est notre tendance naturelle à chercher, interpréter et mémoriser les informations qui confirment nos croyances, tout en ignorant, minimisant ou rejetant celles qui les contredisent.

En bref :

On ne cherche pas la vérité, on cherche à avoir raison.

Comment ça se manifeste ?

Dans la recherche d'informations

On consulte des sources qui vont dans notre sens et on évite celles qui pourraient nous contredire.

Dans l'interprétation

Deux personnes lisent la même information... et en tirent des conclusions opposées, chacune confirmant sa vision initiale.

Dans la mémoire

On retient mieux ce qui confirme nos idées, et on oublie plus facilement ce qui les remet en question.

Comment le limiter ?

Stratégies efficaces

- Chercher activement des contre-exemples ("Qu'est-ce qui pourrait prouver que j'ai tort ?").
- Diversifier les sources d'information.
- Utiliser des grilles d'évaluation structurées pour éviter les jugements intuitifs.
- Prendre le rôle de l'avocat du diable dans une discussion.
- Formuler des hypothèses plutôt que des certitudes.
- Encourager les apprenants à tester leurs croyances par l'expérience.



Exemples :

1- Une assistante sociale (AS) a l'a priori qu'un bénéficiaire demandant une aide financière est "fraudeur" car il porte des vêtements de marque. Elle va alors privilégier les questions sur ses dépenses non essentielles et ignorer les documents qui prouvent sa situation de précarité.

2- Une assistante sociale a entendu d'un partenaire que « Monsieur X est de mauvaise foi », et lors de l'entretien elle repère surtout les éléments qui confirment cette idée (retard, oubli de documents) en minimisant les efforts réels de la personne.

3- En protection de l'enfance, une famille déjà connue pour négligence est perçue comme « forcément défaillante » : chaque difficulté scolaire ou de comportement de l'enfant est attribuée à la négligence, sans explorer d'autres hypothèses (trouble d'apprentissage, harcèlement, etc.).



Effet de halo et étiquetage

Définition

L'effet de halo est un biais cognitif qui nous pousse à généraliser une impression positive (ou négative) à propos d'une personne, d'un objet ou d'une situation, et à laisser cette impression influencer notre jugement global.

En d'autres termes :

Une seule qualité perçue crée une "aura" qui influence tout le reste.

Comment ça fonctionne ?

Lorsque notre cerveau reçoit une information positive (ex. : beauté, charisme, compétence perçue), il a tendance à attribuer automatiquement d'autres qualités positives, même sans preuve.

C'est un raccourci mental : rapide, pratique... mais souvent trompeur.

Comment le limiter ?

Voici quelques stratégies utiles, notamment en pédagogie, coaching ou recrutement :

- Séparer les critères d'évaluation et les noter indépendamment.
- Prendre du recul avant de conclure.
- Multiplier les sources d'information.
- Être conscient du biais (la première étape pour le neutraliser).
- Utiliser des grilles d'observation structurées — ce que tu maîtrises déjà très bien dans tes pratiques pédagogiques.

Exemples :

Exemple : Le parent « très poli »

Une assistante sociale reçoit un père en entretien. Il est très courtois, ponctuel, bien habillé, s'exprime avec aisance.

Biais possible : Parce qu'il donne une bonne impression, l'assistante sociale peut minimiser des éléments préoccupants (retards scolaires, hygiène des enfants, incohérences dans le récit).

Conséquence : Le risque réel pour l'enfant peut être sous-estimé.

Exemple : La famille « connue comme compliquée »

Une famille a une réputation difficile dans le service.

Biais possible : Lors d'un nouvel incident, l'assistante sociale peut interpréter immédiatement la situation comme un signe de négligence, sans vérifier les faits.

Conséquence : Décisions hâtives, relation de confiance fragilisée.

L'étiquetage, c'est quand on colle une identité à une personne (« violent », « assisté », « mauvaise mère »), et que cette étiquette influence ensuite toutes les interactions.

Exemple : « Mère défaillante »

Une mère a perdu temporairement la garde de ses enfants.

Étiquette : « Mère défaillante »

Effet : Même lorsqu'elle progresse (logement stabilisé, suivi régulier, démarches faites), les professionnels continuent à interpréter ses actions à travers cette étiquette, en doutant systématiquement de sa sincérité.

Le biais de disponibilité

Définition :

Le biais de disponibilité est notre tendance à évaluer la fréquence, la probabilité ou l'importance d'un événement en fonction de la facilité avec laquelle des exemples nous viennent à l'esprit.

Plus un souvenir est vif, récent ou émotionnel, plus on croit qu'il est fréquent ou probable.

Ce n'est pas la réalité statistique qui nous guide, mais la mémoire immédiate.

Pourquoi ce biais existe ?

Notre cerveau utilise des raccourcis pour aller vite.

Il se dit :

"Si j'y pense facilement, c'est que ça arrive souvent."

Sauf que ce n'est pas vrai. Ce qui est disponible dans notre mémoire n'est pas forcément représentatif.

Comment le limiter ?

- Chercher des données objectives avant de conclure.
- Comparer les impressions avec des faits ("Est-ce que c'est fréquent, ou juste marquant ?").
- Prendre du recul temporel : attendre avant de décider après un événement émotionnel.
- Utiliser des outils structurés (grilles, indicateurs, statistiques).
- Diversifier les sources d'information pour éviter l'effet "dernière info = vérité".

Exemples :

Médias et perception du risque

Après avoir vu plusieurs reportages sur des accidents d'avion, on peut croire que l'avion est dangereux... alors que statistiquement, c'est l'un des moyens de transport les plus sûrs.

Relations humaines

Si un apprenant a eu un moment de stress très visible, on peut surestimer la fréquence de ses difficultés, simplement parce que cet épisode était marquant.

En entreprise

Un manager peut surestimer l'importance d'un incident récent et en faire une priorité, même si les données montrent que ce n'est pas un problème majeur.

Consommation

Un produit dont on a beaucoup entendu parler (pubs, bouche-à-oreille, réseaux sociaux) semble meilleur ou plus populaire qu'il ne l'est réellement.



Raisonnement émotionnel

“Si je le ressens, c’est que c’est vrai.”

Définition

Le raisonnement émotionnel consiste à considérer que ses émotions sont des preuves objectives. On confond ressenti et réalité.

“Je me sens incapable → donc je suis incapable.”
C’est une distorsion puissante, car les émotions sont immédiates, intenses et très convaincantes.

Conséquences

- Auto-dévalorisation
- Décisions impulsives
- Mauvaise interprétation des situations
- Difficulté à prendre du recul

• Comment le travailler ?

- Distinguer émotion et fait (“Je ressens X, mais qu’est-ce que je sais objectivement ?”).
- Nommer l’émotion pour réduire son impact.
- Rechercher des preuves qui confirment ou infirment l’interprétation.
- Utiliser des échelles (“Sur 10, à quel point est-ce une preuve réelle ?”).
- Revenir au contexte plutôt qu’à l’émotion du moment.



Raisonnement émotionnel

Exemples :

- Un apprenant stressé avant un oral conclut : "Je vais forcément échouer."
- Un salarié anxieux pense : "S'ils ne m'ont pas répondu, c'est qu'ils sont déçus de moi."
- Un formateur fatigué se dit : "Cette séance était mauvaise."
- Un coaché qui se sent coupable conclut : "J'ai forcément mal agi."

Exemple 1 :

Face à une usagère qui revient régulièrement pour les mêmes problèmes, l'assistante sociale ressent de l'agacement et en déduit : « Si je suis exaspérée, c'est qu'elle ne fait aucun effort », au lieu de considérer que l'émotion signale peut-être un sentiment d'impuissance mutuelle.

Exemple 2 :

Une assistante sociale reçoit une mère isolée en grande détresse. L'entretien est chargé émotionnellement : pleurs, culpabilité, peur de perdre son logement.

Distorsion

À la fin de l'entretien, l'assistante sociale ressent une forte tension et se dit :

"Je me sens dépassée... donc j'ai mal fait mon travail."

Elle confond son émotion (fatigue, empathie, surcharge) avec une évaluation objective de la qualité de son intervention.

Conclusion

Les biais cognitifs sont des raccourcis mentaux qui influencent nos perceptions et nos décisions sans que nous en ayons conscience. Dans le travail social, ils peuvent orienter l'évaluation d'une situation, la relation avec les usagers et même les décisions prises. Les reconnaître, c'est déjà commencer à les limiter. Développer une posture réflexive, croiser les informations et s'appuyer sur des outils professionnels permet de préserver l'équité, la justesse et la qualité de l'accompagnement.



Shinsei-Formations
58 rue de Monceau
75008 PARIS

Siret 510 709 025 000 66

Déclaration Activité

11 75 62137 75

www.shinsei-Formations.com

laurent.courtin@shinsei-Formations.com

Tél : 06 61 14 40 26

