

COURS DE PSYCHOLOGIE SOCIALE

Étudiante en psycho, je publie mes cours de psychologie sociale (première année, premier semestre, année 2004, cours de Mme Louvet, ULP Strasbourg I) pour les étudiants autant que pour les curieux...

Relations intergroupes

On parle de relations intergroupes quand l'interaction sociale est influencée par l'appartenance à différents groupes sociaux.

1. Catégorisation sociale

Tout comme nous avons tendance à structurer le monde physique en regroupant les objets en différentes catégories, nous avons tendance à structurer notre environnement social en regroupant les individus en catégories sociales.

La catégorisation est le processus qui consiste à regrouper les objets en catégories. La catégorisation sociale est le regroupement d'objets sociaux (individus).

Nous avons tendance à classer les individus selon un même système de catégorisation hiérarchisée.

Il existe quelques catégories de base qui sont les catégories dans lesquelles on classe immédiatement un individu. Généralement, ce sont l'âge, le sexe et l'ethnie. Ensuite, il existe des sous-catégories.

Nous catégorisons les objets sociaux et non sociaux par besoin de simplifier notre environnement.

Ce processus n'est pas sans conséquence sur notre perception des individus : il nous amène à exagérer les ressemblances intra catégorielles et les différences extra catégorielles. L'effet d'homogénéisation est renforcé lorsqu'il s'agit d'un exogroupe (groupe auquel on n'appartient pas).

a) L'expérience de Tajfel et Wilkes (1963) : catégorisation d'objets non sociaux




Objectif : tester l'effet d'accentuation de l'homogénéité et des différences sur des objets non sociaux.

> On demande aux participants d'évaluer la taille d'une série de 8 lignes de longueurs variables.

> Une catégorisation cohérente est proposée aux membres du groupe de condition 1 : A pour les quatre lignes les plus longues, B pour les quatre plus courtes.

> Le deuxième groupe, condition 2, est confronté à une suggestion aléatoire de catégorisation : A et B sont associés à des lignes, sans rapport de longueur.

> Le troisième groupe ne se voit pas proposer de catégorisation. C'est le groupe contrôle.

Condition 1	
Condition 2	
Condition 3 (contrôle)	

Les résultats confirment l'impact de la catégorisation sur l'effet d'accentuation de l'homogénéité : le groupe 1 a tendance à surestimer la similitude des lignes d'une même catégorie et les différences de taille entre les lignes appartenant à des catégories différentes.

b) Application à des objets sociaux

Le même type d'expérience a été mené sur des objets sociaux.

Dispositif : Les participants doivent écouter un enregistrement d'une discussion entre trois noirs et trois blancs.

A chaque intervention, on montre aux sujets une photo de la personne qui parle. Au terme de la discussion, les sujets reçoivent la liste des interventions et doivent indiquer qui a dit quoi.

>> Les sujets arrivent facilement à déterminer si une intervention a été faite par un noir ou par un blanc, mais confondent les noirs entre eux et les blancs entre eux.

La catégorisation nous amène à percevoir les membres d'un même groupe social comme interchangeables.

Ce qui différencie la perception d'objets sociaux et la perception d'objets non sociaux est que l'homogénéisation ne concerne pas seulement les caractéristiques physiques mais aussi les caractéristiques psychologiques.

La catégorisation a pour conséquence directe l'utilisation de stéréotypes dans la

perception de l'individu.

2. Stéréotypes et perception sociale

a) Qu'est-ce qu'un stéréotype ?

Stéréotype = **croissance** socialement partagée concernant les caractéristiques communes attribuées à un groupe social.

Cette croyance ne correspond pas forcément à la réalité. Les stéréotypes ne concernent ni un individu particulier ni un objet non social, mais un groupe social.

Ex : "Les français font bien la cuisine"

"Les italiens sont de bons amants"

"Les femmes sont bavardes."

b) Le rôle des stéréotypes dans la perception sociale

Ils nous permettent de générer des attentes vis-à-vis d'un individu, avant même de le connaître, au niveau de ses caractéristiques, sur la simple base de son appartenance à un groupe social.

Les stéréotypes influencent la manière dont nous traitons les informations sociales.

Ils orientent :

> L'attention : on néglige des informations. "Nous voyons ce que nous voulons voir".

> L'interprétation : "Nous comprenons ce que nous voulons comprendre".

> La mémorisation : Nous retenons seulement les informations conformes au stéréotype. "Nous retenons ce que nous savons déjà".

Des recherches confirment l'impact des stéréotypes sur la perception sociale.

Expérience :

Montrer qu'un comportement identique est perçu différemment selon le groupe d'appartenance de l'individu perçu.

> On montre au participant un film où discutent deux personnes. Au cours de la discussion, l'un des deux bouscule l'autre.

On fait varier la couleur de peau de l'agresseur et de l'agressé.

> Les participants doivent juger les comportements des deux acteurs.

>>> Le coup est jugé violent par 70% des participants quand il est porté par un noir et par 15% quand il est porté par un blanc.

Par ailleurs, les stéréotypes nous amènent à "percevoir" des informations en rapport avec nos croyances, alors que nous ne les avons pas réellement perçues.

Expérience :

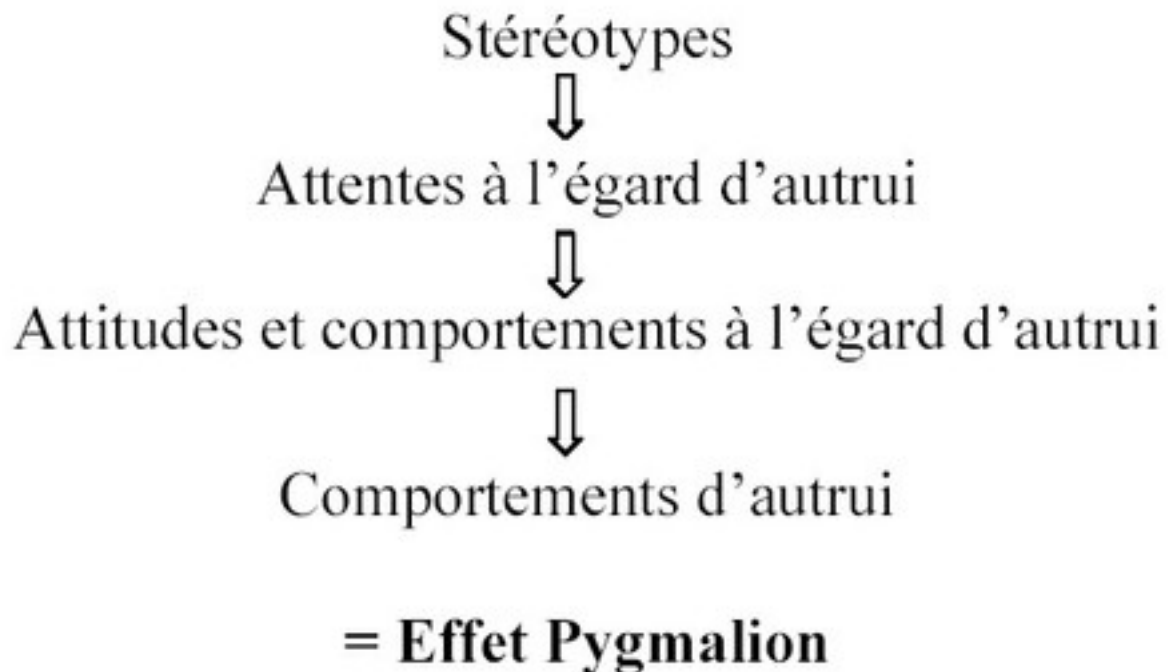
On présente une image à un participant, qui doit raconter ce qu'il a vu au suivant, qui doit le raconter au suivant... jusqu'à la 6ème personne.

Sur l'image, on voit un homme noir habillé en costume qui discute avec un homme blanc habillé en ouvrier et tenant un rasoir en main.

>>> Le rasoir devient couteau et passe de la main blanche à la main noire, et les vêtements sont échangés, au bout de plusieurs récits.

Les stéréotypes amènent à provoquer des informations concordantes : c'est l'effet

PYGMALION (provocation chez l'autre du comportement attendu).



Expérience 1 :

Des sujets blancs doivent recevoir des candidats à l'embauche noirs ou blancs.

Objectif : voir si l'appartenance ethnique du candidat influence le jugement du recruteur.

>>> Les recruteurs sont beaucoup plus ouverts sur le plan non verbal (café, serrer la main, sourire...) avec les candidats blancs.

Expérience 2 (contrôle) :

Les participants sont dans le rôle du candidat reçus par un compère (qui connaît le but de l'expérience) qui se comporte soit froidement, soit de façon ouverte et chaleureuse.

Objectif : mesure des performances des candidats dans ces deux situations.

>>> Les performances des candidats sont meilleures si le recruteur est chaleureux.

3. Préjugés et conduites discriminatoires

a) Définition des concepts

Préjugé ≠ stéréotype

= attitude généralement négative à l'égard des membres d'un groupe social, sur la simple base de son appartenance catégorielle.

Préjugé = attitude, tendance à l'action, jugement ;

Stéréotype = croyance, cognition qui n'a pas forcément de conséquences comportementales.

Les préjugés sont composés de trois dimensions :

> Une dimension motivationnelle : tendance à agir d'une certaine manière à l'égard d'un

groupe.

> Une dimension affective : attirance ou répulsion.

> Une dimension cognitive : croyances, stéréotypes à l'égard du groupe.

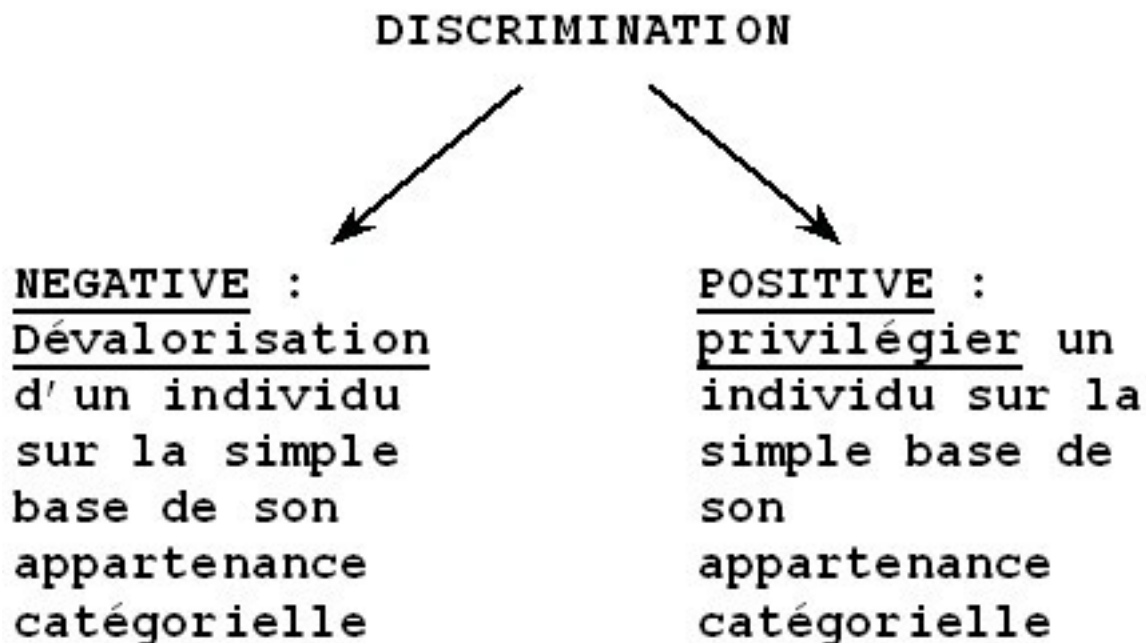
Les préjugés présupposent obligatoirement l'existence de stéréotypes. Cependant, on peut avoir des stéréotypes qui ne se traduisent pas en préjugés.

Les préjugés peuvent donner lieu à des comportements discriminatoires (comportements généralement négatifs à l'égard d'un groupe social, sur la simple base de leur appartenance à ce groupe social).

Toute conduite discriminatoire présuppose l'existence de préjugés, mais les préjugés ne se traduisent pas toujours par des conduites discriminatoires.

Les formes les plus connues de discrimination sont le racisme et le sexisme. Les groupes sociaux qui font objet de préjugés et de conduites discriminatoires sont les groupes les moins valorisés, ceux qui s'écartent de la norme (norme = être un jeune homme blanc hétérosexuel et en bonne santé).

La discrimination se manifeste par différentes formes, allant du simple évitement aux actes les plus violents, en passant par tous les actes d'exclusion, de mise à l'écart.



La discrimination positive est souvent mise en place pour éviter la discrimination négative (ex : dispositifs mis en place pour les handicapés dans les entreprises : quotas d'handicapés salariés...).

La discrimination positive reste cependant une discrimination : on ne considère pas la personne mais son groupe d'appartenance. Valoriser un individu sur la base de son appartenance à un groupe social revient à exprimer des attentes négatives à l'égard du groupe en question.

b) Mise en évidence des conduites discriminatoires

Expérience : Présentation au sujet de profils (CV + lettre de motivation) identiques et

attribution de ces profils à des personnes d'appartenances catégorielles différentes.
>>> Mise en évidence nette de discriminations.

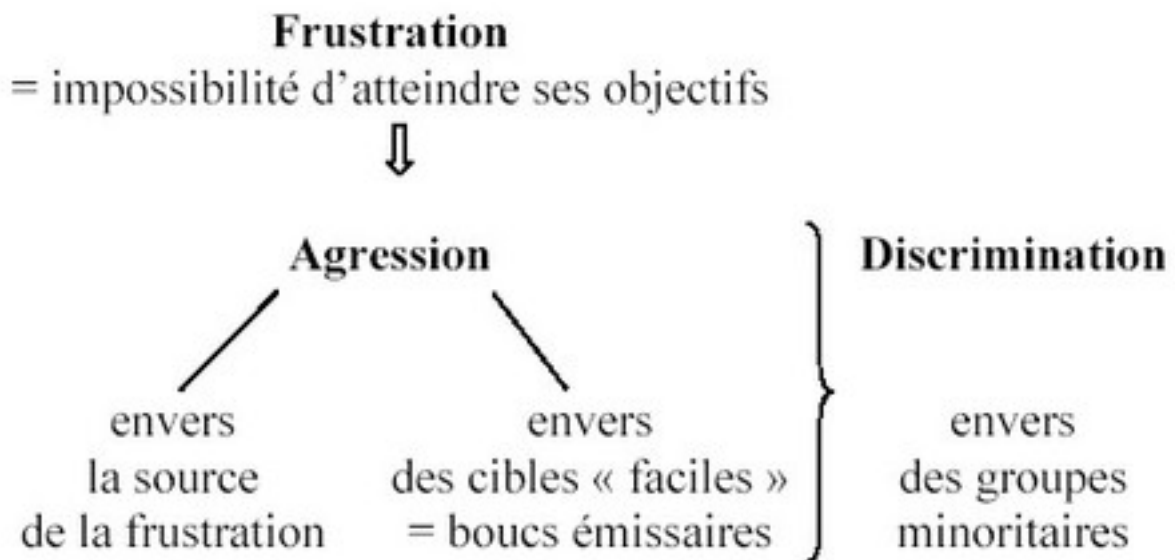
c) Théories explicatives des conduites discriminatoires

>> Théorie du bouc émissaire (Dollard)

Théorie basée sur la théorie de la frustration-agression (voir "le comportement agressif").

Le comportement agressif résulte d'une frustration, c'est-à-dire d'une impossibilité d'atteindre ses objectifs.

L'agression est tournée de manière privilégiée vers la source de la frustration, mais si celle-ci est absente ou non atteignable (hiérarchie), l'agression est déplacée vers un bouc émissaire, la cible la plus facile (groupes minoritaires).



>> Théorie du conflit réel (Sherif)

La discrimination résulterait d'une situation de conflit entre des groupes sociaux pour des ressources limitées : les groupes sociaux ont des intérêts communs incompatibles (compétition).

Si la compétition engendre des conflits intergroupes, la coopération améliore les relations : l'interdépendance des intérêts amène des relations amicales.

Cette théorie a été vérifiée par Sherif dans le cadre de camps de vacances pour ados.

> Les enfants, qui ne se connaissaient pas, sont répartis en deux groupes équivalents.

Pendant une semaine, les deux groupes n'ont pas de contact, et chaque groupe est confronté à des activités intéressantes. Chaque groupe doit se donner un nom : création d'une cohésion de groupe.

> On engage les groupes dans divers jeux de compétition (tournoi). Observation des comportements. Développement de comportements hostiles entre les groupes.

Dévalorisation de l'exogroupe et surestimation de l'endogroupe.

> On propose aux deux groupes des jeux de coopération à but supra-ordonné (but qu'on ne peut atteindre qu'ensemble). Cette situation réduit très vite les hostilités intergroupes, des amitiés naissent entre les individus des deux groupes.

Le simple contact ne suffit pas, il faut une réelle situation de coopération.

>> Théorie de l'identité sociale (Tajfel)

La discrimination se manifeste en dehors de tout conflit sans même que les individus se connaissent. Nous avons une tendance naturelle à diviser l'humanité : NOUS (les meilleurs) et EUX (les moins bons). C'est le biais endogroupe.

Expérience :

> Les participants sont répartis en groupes minimaux (groupes constitués selon critère aléatoire, quelconque).

Répartition des participants en « groupes minimaux »

amateurs de Klee

amateurs de Kandinsky

> Chaque participant a le choix entre différentes possibilités de rémunération qui seraient attribuées respectivement à deux sujets.

Sujet A (Klee)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Sujet B (Kandinsky)	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

Sujet A (Klee)	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Sujet B (Kandinsky)	1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	23	25

> Choix de parité ou valorisation d'un groupe ? Les sujets avantagent systématiquement le membre de l'endogroupe. Ce qui leur importe n'est pas qu'il reçoive beaucoup, mais qu'il reçoive plus que l'autre.

Pour nous définir, nous utilisons nos groupes d'appartenance. Faire une différence entre "mon groupe" et "un autre groupe" permet de construire mon identité : moyen de construction identitaire, de différenciation soi/autrui.

Le comportement agressif

1. Définition de la notion d'agression

Sur le plan scientifique, l'agression désigne tout comportement physique ou verbal dirigé vers une personne avec l'intention de nuire.

> L'agression renvoie à un comportement et non à une émotion.

- > Le comportement agressif est toujours orienté vers une personne.
- > L'agression se définit toujours par l'intention de nuire.

2. Les théories psychosociales de l'agression

a) La théorie de la frustration-agression (Dollard, Berkowitz)

Théorie d'inspiration freudienne, avec le concept de base de la frustration.

Postulats :

- > L'agression présupposerait toujours la présence de frustration, et la frustration provoquerait toujours l'agression.
- Frustration : état psychologique qui résulte de l'impossibilité d'atteindre ses objectifs.
- > L'intensité de l'agression serait proportionnelle à la frustration.
- > L'expression de l'agression aurait un effet cathartique, libérateur.
- > La cible privilégiée de l'agression est la source de la frustration. Cependant, en l'absence de cette source, le comportement agressif sera déplacé vers d'autres cibles, les boucs émissaires.
- > L'agression peut être inhibée totalement ou partiellement par l'anticipation d'une punition.

Exemple : Si une personne est frustrée sur son lieu de travail par son supérieur hiérarchique, elle ne peut pas s'en prendre à ce supérieur (anticipation de punition) donc elle peut déplacer son comportement agressif sur ses collègues ou son entourage familial.

Cette théorie de la frustration-agression s'est rapidement avérée être trop simpliste pour rendre compte de la complexité du comportement agressif : elle ne fait pas appel à beaucoup de facteurs psychosociaux.

- > La frustration ne peut en aucun cas être le seul facteur déterminant du comportement agressif. Des facteurs liés à l'environnement physique peuvent être source d'agressivité (chaleur, foule...) sans qu'il y ait forcément frustration à la base.
- > Si la frustration peut favoriser des comportements agressifs, elle ne leur donne pas toujours lieu.

La théorie de la frustration-agression a été remaniée par Berkowitz : il explique dans quelles conditions la frustration aboutit à l'agression.

- > La frustration incite à l'agression uniquement lorsqu'elle suscite une émotion de colère.
- > La relation entre frustration et agression n'est pas linéaire puisqu'un taux important de frustration peut provoquer la résignation plutôt que la colère. La résignation ne provoque pas de comportement agressif.
- > La frustration, même lorsqu'elle suscite de la colère, augmente la tendance à être agressif mais ne déclenche pas forcément ce comportement.

Les facteurs déclencheurs du comportement d'agression seraient liés à des facteurs environnementaux appelés Indices Externes Facilitateurs. Ces indices peuvent être liés aux personnes présentes (cibles possibles de l'agression), à la situation dans laquelle le sujet se trouve, aux objets présents.

Berkowitz vérifie sa théorie dans une série d'expériences célèbres, dans lesquelles il

montre que la présence d'indices externes facilitateurs favorise le comportement agressif chez l'individu frustré.

Expérience

- > Les participants doivent réaliser une tâche quelconque.
- > Ils reçoivent ensuite peu ou beaucoup de chocs électriques, indépendamment de leur réussite à cette tâche.
- > Ils doivent ensuite administrer des chocs.
- > Pour la moitié des participants, des armes à feu sont visibles dans la pièce.

Résultats

- > Les sujets frustrés infligent plus de chocs que les sujets non frustrés.
- > Pour les sujets non frustrés, le nombre de chocs administrés est plus important lorsque des armes à feu se trouvent dans la pièce.

>>> La vue des armes à feu, en situation de frustration, favorise le comportement d'agression.

"Le doigt peut pousser la gâchette mais la gâchette peut entraîner le doigt."

Les armes ne sont pas seulement un moyen de violence mais elles peuvent aussi stimuler la violence.

Cette théorie n'explique cependant pas pourquoi, face à la frustration, on devient violent.

b) La théorie de l'apprentissage social (Bandura)

L'agression est un comportement socialement appris, au même titre que n'importe quel comportement.

Le comportement agressif est appris de deux façons :

- > Il peut être appris directement (expérience personnelle) : un comportement est susceptible de se reproduire si l'on a été récompensé par ce comportement (conséquences positives).
- > Il peut être appris indirectement, par observation puis imitation des modèles auxquels l'individu peut se référer.

Deux mécanismes d'apprentissage indirect de l'agression :

> En observant un modèle qui manifeste un comportement agressif, l'individu prend tout simplement connaissance de ce type de comportement (acquisition de nouveaux comportements).

> L'individu observe le comportement et ses conséquences pour le modèle. Si les conséquences sont positives, l'individu apprend que ce comportement peut lui être utile et aura tendance à l'imiter.

Pour vérifier la théorie de l'apprentissage de comportements agressifs par observation et imitation, Bandura fait une expérience auprès d'enfants :

- > Un groupe d'enfants est confronté à un adulte qui se comporte de façon agressive envers une poupée.
- > Un autre groupe d'enfants est confronté à un modèle pacifique, qui joue avec tous les jouets de la salle sans se préoccuper de la poupée.
- > Le troisième groupe, groupe contrôle, n'est confronté à aucun modèle.

> On observe ensuite les enfants dans la même salle. Les enfants qui ont été confrontés à un comportement agressif ont des comportements plus agressifs que ceux des autres groupes.

Les enfants qui ont été confrontés à un comportement pacifique ont montré des comportements moins agressifs que ceux du groupe contrôle.

>>> Voir des actes agressifs peut avoir un effet d'apprentissage de comportements et un effet de déshinibition (l'individu apprend que les comportements agressifs peuvent avoir des conséquences positives).

Les théories de Berkowitz et Bandura ne sont pas opposées mais complémentaires.

> La théorie de l'apprentissage social rend compte d'une agression instrumentale (dans le but d'obtenir quelque chose).

> La théorie de la frustration-agression étudie plutôt l'agression hostile, dont le seul but est de nuire à autrui.

Posté par OrangeCannelle à 15:16 - Permalien [#]

2

Vous aimez ? 

07 janvier 2005

Perception et cognition sociale

Cette thématique renvoie à la façon dont l'individu perçoit et interprète son environnement social. L'étude des perceptions sociales remonte aux années 1950 avec deux thématiques principales :

- > Comment jugeons-nous les individus inconnus ?
- > Comment expliquons-nous les comportements des autres ?

1. Premiers travaux sur la formation des impressions

En quelques minutes, nous avons déjà une impression précise sur la personne que nous venons de rencontrer.

a) Travaux de Asch

Asch cherche à vérifier deux hypothèses :

- > A partir d'un ensemble d'informations plus ou moins disparates concernant les caractéristiques de la personne, l'observateur arrive à se constituer une image globale cohérente de la personne (image globale similaire d'un observateur à l'autre).
- > L'observateur est capable d'ajouter ensuite aux caractéristiques de la personne de nouvelles caractéristiques non directement observées.

Dispositif expérimental :

- > Les participants reçoivent une liste de traits de personnalité
- > Ils doivent imaginer que ces traits appartiennent à la même personne
- > Ils doivent juger cette personne quant à d'autres traits de personnalité

Résultat

Une même liste de traits de personnalité aboutit à des jugements semblables sur d'autres traits de personnalité par les différents participants.

Comment l'individu construit-il une image globale cohérente ?

Hypothèse Gestaltiste : l'impression globale ne correspond pas à la somme des informations reçues concernant les caractéristiques de la personne. L'individu n'additionne pas les informations mais les met en relation.

Pour vérifier cette hypothèse, Asch définit deux effets :

> L'effet de Primauté :

L'impression globale est plus déterminée par les premières informations reçues que par les suivantes.

Expérience : Asch présente aux participants une série de traits de caractères en faisant varier leur ordre de présentation.

Pour la moitié des sujets, la liste débute par des caractéristiques positives, suivies de caractéristiques ambiguës et se termine par les caractéristiques négatives (A).

L'autre moitié des sujets a la même liste présentée dans l'ordre inverse (B).

La liste A aboutit à des jugements plus positifs alors qu'elle contient exactement les mêmes informations que la liste B.

Explication : Les premières informations reçues influencent de manière déterminante la façon dont nous interprétons les informations qui suivent.

> L'effet de centralité

Indépendamment de leur position dans la liste, certains éléments ont une importance plus marquée que d'autres. Ce sont des éléments centraux.

Expérience : Asch présente une liste de caractéristiques plutôt positives.

Pour un groupe figure « chaleureux » en quatrième position et pour l'autre groupe il est remplacé par « froid ».

Les jugements sont radicalement différents alors qu'ils ne diffèrent que sur un élément. Si Asch utilise « poli » et « impoli » à la place de « chaleureux » et « froid », l'expérience ne fonctionne pas.

« Chaleureux » et « froid » sont des traits centraux, ils ont un sens prépondérant.

b) Les théories implicites de la personnalité (Bruner et Tagiuri)

Ces théories renvoient aux croyances quant aux relations qui existent entre différents traits de personnalité et permettent de prédire les caractéristiques d'une personne à partir de quelques informations connues. Ces théories ne sont pas conscientes.

Nous agissons en fonction de l'interprétation de la situation et non de la situation même. Tous ces facteurs peuvent se combiner.

Modèle de la co-variation (Kelley)

L'individu s'appuie sur trois sources d'information pour expliquer un comportement :

Un étudiant a eu une bonne note en psychologie sociale

> Consensus : comportement d'autres individus dans la même situation (comparaison de la note de l'étudiant aux notes des autres étudiants)

> Consistance : comportement habituel de la personne dans la même situation, à d'autres moments (comparaison avec les notes habituelles en psychologie sociale)

> Différenciation : comportement de la personne dans d'autres situations (comparaison aux notes de l'étudiant dans les autres matières).

En fonction de ces trois dimensions, le percevant choisit le type d'attribution causale pour expliquer le comportement.

Le consensus renseigne surtout sur l'attribution causale interne/externe.

La consistance est en rapport avec l'attribution stable/instable (consistance élevée : facteurs stables).

La différenciation est en rapport avec l'attribution globale/spécifique (différenciation faible : attribution globale) et avec l'attribution interne/externe (différenciation faible : facteurs internes).

Les trois types d'information sont combinés pour retenir une certaine forme d'attribution causale.

Différentes études confirment que lorsque les observateurs disposent des mêmes informations (consistance, consensus, différenciation), ils réalisent les attributions causales telles que le modèle de Kelley le prévoit.

Cependant, les individus manifestent des préférences parmi les trois sources d'information. Ils tiennent davantage compte de la différenciation et de la consistance et ont tendance à négliger le consensus : focalisation sur la personne, oubli du contexte.

L'individu commet donc des erreurs, des biais attributionnels :

Erreur fondamentale d'attribution :

Privilégier les facteurs internes dans l'explication du comportement d'autrui (manque de prise en compte du consensus, du contexte).

Expérience : Un participant doit rédiger, devant les autres participants, des questions de culture générale, et les poser à un autre participant. Tous les autres participants doivent ensuite évaluer le niveau de culture générale du questionneur et du questionné.

Le questionneur est jugé plus cultivé que le questionné, alors qu'il n'a eu à répondre à aucune question et qu'il connaissait forcément les réponses à ses propres questions.

Les individus ont tendance à privilégier les facteurs internes. Ceci apparaît même quand l'individu a été contraint à avoir un comportement.

Comment expliquer l'erreur fondamentale d'attribution ?

> Besoin de contrôle : les facteurs internes sont plus contrôlables que les facteurs externes.

> Besoin de justice sociale : « on est responsable de la situation dans laquelle on se trouve ».

> Besoin de compréhension et de prévisibilité : les explications internes sont plus simples.

Biais acteur/observateur :

On a tendance à expliquer un comportement différemment selon qu'on est auteur ou observateur de ce comportement.

> pour expliquer notre propre comportement, nous avons recours à des facteurs externes.

> pour expliquer le comportement d'autrui, on recourt aux facteurs internes.

Cette divergence s'explique par différents facteurs :

> Acteur et observateur ne poursuivent pas le même objectif : l'observateur cherche à comprendre le comportement d'autrui, et l'acteur cherche à justifier son propre comportement. La justification passe plus facilement par des facteurs externes. Se justifier par des facteurs externes est parfois valorisant : ils permettent de se présenter comme quelqu'un de flexible, qui s'adapte à la situation présentée.

> Ce biais est aussi explicable par des facteurs plus cognitifs : acteur et observateur ne disposent pas des mêmes informations. On se connaît mieux soi-même qu'on ne connaît autrui. La variabilité situationnelle est plus importante pour soi, il est plus facile d'expliquer son propre comportement par des facteurs externes.

> Effet de perspective visuelle : on ne se voit pas quand on agit, on voit la situation. Il est donc plus facile d'expliquer un comportement par des facteurs externes.

On voit une personne agir lorsqu'on se place en observateur. On peut donc expliquer son comportement par des facteurs internes.

Biais d'autocomplaisance

Nous avons tendance à privilégier les facteurs internes pour les événements positifs (réussite) et les facteurs externes pour les événements négatifs (échec). Raison : nous avons besoin d'une certaine valorisation de soi, d'une certaine image de soi positive.

Dissonance cognitive et changement d'attitude

a) Théorie de la dissonance cognitive

La dissonance cognitive est une influence qui se manifeste non sur le comportement mais sur les attitudes (pensées) : elle se situe à un niveau intra-individuel. L'individu est influencé par lui-même.

Attitude = structure mentale qui renvoie à notre position, notre évaluation à l'égard d'un objet quelconque et qui nous prédispose à agir d'une certaine façon par rapport à l'objet en question. Les attitudes ne sont pas observables directement.

Rapport réciproque entre attitudes et comportements

Nous sommes influencés par nous-mêmes : nos comportements sont influencés par nos attitudes et, de même, les comportements peuvent faire évoluer les attitudes

Dissonance cognitive : Présence simultanée d'éléments contradictoires dans la pensée de l'individu. Cette dissonance est souvent le résultat d'un désaccord entre attitudes et comportements.

La dissonance cognitive entraîne chez l'individu un état de malaise, une tension psychologique désagréable. L'individu met donc en place une stratégie permettant de

réduire cette tension :

> Stratégie de rationalisation : Réduire la dissonance tout en conservant attitudes et comportements.

> Ajouter des éléments consonants : justifier le comportement dissonant en ajoutant un élément.

> Minimiser l'importance des éléments dissonants.

> Modification d'un des éléments dissonants : l'individu peut changer de comportement ou d'attitude. L'élément le moins résistant au changement est l'attitude.

b) Expérience de Festinger et Carlsmith

Objectif : Provoquer un changement d'attitude en provoquant un changement de comportement impossible à justifier par un élément externe.

> Les participants doivent réaliser une activité ennuyeuse (enrouler un fil autour d'une bobine) et dire aux participants qui suivent que l'activité était intéressante.

> Les participants sont payés soit 20\$, soit 1\$ pour donner cette information.

> On interroge ensuite les participants sur l'intérêt réel qu'ils ont porté à la tâche.

> Les sujets peu payés ont jugé l'activité plus intéressante que les sujets bien payés.

La punition ou menace de punition peut jouer le même rôle que la récompense.

c) Soumission, dissonance cognitive et changement d'attitude

Le changement d'attitude fait suite à un changement de comportement. Néanmoins, dans la situation expérimentale, le comportement n'est pas choisi. Ainsi, le facteur de soumission à l'autorité réapparaît.

Pour changer les attitudes des individus, il faut leur imposer des comportements contraires à leurs attitudes tout en préservant une illusion de liberté (remarque personnelle : je ne peux pas m'empêcher de penser que c'est ce qu'on toujours fait les politiques avec nous...).

La pression doit être suffisante pour changer le comportement mais assez faible pour l'individu garde une illusion de liberté.

L'obéissance (soumission à l'autorité)

On parle de soumission à l'autorité lorsqu'un individu change de comportement afin de se soumettre aux ordres émanant d'une autorité perçue comme légitime.

Différentes caractéristiques de cette forme d'influence sociale :

- elle se situe à un niveau interindividuel (conformisme et innovation sont des phénomènes intragroupes)
- elle implique un différent statut entre source et cible d'influence : un rapport hiérarchique
- la pression de la part de la source d'influence est explicite : il y a volonté d'influencer.

a) L'expérience de Milgram (années 1960-70)

Milgram veut déterminer jusqu'où les individus peuvent aller dans des actes odieux, simplement parce qu'une personne qui représente une supériorité le leur a demandé. Les participants sont recrutés par petite annonce. Au moment où un participant arrive au laboratoire, on lui explique que la recherche porte sur le rôle de la punition dans l'apprentissage. En même temps, un compère (une personne qui connaît le but de l'expérience) se présente.

Par un tirage au sort truqué, on détermine que le compère jouera le rôle de l'élève et que le participant naïf jouera l'enseignant.

La tâche de l'enseignant est de faire apprendre une liste de mots associés (ex : ciel-bleu) à l'élève puis à l'interroger en lui donnant le premier terme.

Le compère fait volontairement des erreurs, et l'enseignant doit punir l'élève avec un choc électrique d'intensité croissante (entre 15 et 450V).

Le compère est attaché sous les yeux du participant sur un fauteuil avec des électrodes sur les bras. Le participant est ensuite conduit dans une autre pièce par l'expérimentateur, où il pourra entendre ce que dit l'élève. On lui confie une manette graduée de 15 à 450V (avec des explications en face de chaque tension quant à la gravité

d'un choc sur l'homme). Évidemment, le compère ne reçoit pas réellement de chocs mais est acteur, pousse des cris.

> Le compère donne des réponses fausses selon des séquences préétablies. Le sujet punit le compère, et à chaque réponse fausse il doit augmenter la tension de 15V. Celui-ci mime la douleur et fait progressivement signe de vouloir arrêter l'expérience. Lorsque le sujet hésite ou refuse de continuer, l'expérimentateur insiste pour qu'il continue.

> L'expérience est considérée comme terminée lorsque le participant demande trois fois d'arrêter ou inflige trois chocs de 450V.

On met en place des groupes contrôles, où les participants choisissent eux-mêmes l'intensité à administrer.

65% des participants ont été jusqu'au bout, soit la mort de l'élève, par trois chocs de 450V.

Dans les groupes contrôles, on n'a administré que des chocs faibles. On en déduit que l'obéissance s'explique par soumission à l'autorité et non pas par choix.

Cette expérience est reprise dans différentes cultures et l'on obtient des résultats similaires.

b) Comment expliquer la soumission à l'autorité ?

Facteurs psychosociaux :

- Les sujets obéissent à un personnage doté d'autorité, abandonnent leur état d'autonomie pour adopter un état d'agent. Ils ne se sentent plus responsables de leurs propres actes, se considèrent comme l'instrument de la volonté d'autrui. Ils ne se posent plus la question du bien ou du mal, estiment qu'ils n'ont pas à juger leurs propres comportements.

- Intériorisation d'une norme de soumission : la soumission est une norme sociale apprise dans l'éducation.

- L'engagement : le choix d'un comportement me pousse à continuer ce comportement ("j'y suis, j'y reste"). Le sujet est progressivement engagé dans l'escalade des punitions (15v par 15V).

Les résultats de Milgram s'expliquent aussi par des facteurs du contexte (Milgram est connu, n'est jamais remis en question, son laboratoire est renommé...)

c) Les facteurs susceptibles d'atténuer la soumission à l'autorité

> Proximité de la victime :

- contact physique (l'enseignant doit appliquer la main de l'élève sur une plaque électrique) : 30% d'obéissance

- proximité (enseignant et élève dans la même salle) : 40% d'obéissance

> Prestige institutionnel plus faible (bureaux délabrés, expérimentateur inconnu) : 48% d'obéissance

> Autorité perçue comme non légitime (ordres venant d'un compère) : 0% d'obéissance

> Autorité remise en question par un autre expérimentateur : 0% ; par un compère : 10% d'obéissance

> Éloignement de l'autorité (expérimentateur dans une autre pièce) : 21% d'obéissance (les participants mentent à l'expérimentateur).

L'innovation (influence minoritaire)

La majorité l'emporte souvent dans une situation de groupe, mais il n'y aurait jamais de changements sans l'innovation.

Innovation : influence sociale minoritaire visant à créer des comportements nouveaux ou à modifier les comportements existants.

a) L'expérience de Moscovici, Lage et Naffrechoux (1969)

Expérience construite à l'image de l'expérience de Asch sur le conformisme.

> Constitution de groupes de six personnes confrontées à une tâche perceptive relativement évidente (évaluer successivement la couleur et l'intensité lumineuse de six diapositives bleues). Quatre participants "naïfs", deux compères (qui joueront les innovateurs). Les participants et compères donnent à tour de rôle et à haute voix leur réponse, les compères sont en position 1 et 2.

> Les deux compères donnent une réponse erronée quant à la couleur (vert)

> Mise en place de groupe "contrôles" composés de 6 sujets naïfs qui donnent leur réponse par écrit (on connaît ainsi le pourcentage d'erreur).

Dans la situation expérimentale, les participants se rallient à la mauvaise réponse donnée par les compères dans 8,25% des cas, contre 0,25% d'erreurs dans les groupes contrôles.

Une majorité peut être cible d'influence, mais une minorité semble avoir plus de difficultés à influencer qu'une majorité.

Deuxième étude, effectuée sur les mêmes participants que ceux de la première étude :

But : analyser l'impact dû à l'influence minoritaire sur les plans psychologique et perceptif (pas sur le plan comportemental).

Un expérimentateur présente aux participants une série de pastilles allant du bleu au vert. Leur tâche est de classer les pastilles en deux groupes bleu/vert.

Suite à une influence minoritaire, les participants voient les couleurs plus vertes, ils ont abaissé leur seuil de détection du vert.

Les participants classent plus de pastilles dans le vert que ceux du groupe contrôle.

Il y a une modification plus ou moins inconsciente de la perception visuelle.

L'influence minoritaire influence + les structures psychologiques que les structures comportementales.

b) Comment expliquer l'influence minoritaire ?

La minorité a une influence sur la majorité mais doit faire preuve de consistance (être catégorique, avoir et maintenir une position cohérente).

Cette consistance se situe sur deux plans :

Expérience :

Les compères ne sont pas toujours d'accord entre eux (pas de consistance sociale) et

changent d'avis d'une fois sur l'autre (pas de consistance interne).
Les résultats confirment l'absence d'influence (quasi égalité avec les groupes contrôle).

Expérience :

Les compères adoptent un comportement plus flexible mais toujours consistant.
L'influence est encore plus importante (21% des participants suivent la réponse erronée).

Face à une minorité consistante (interne + sociale), les individus se voient confrontés à des personnes qui semblent convaincues de leur position et qui semblent avoir raison d'être convaincues puisque cette position acquiert une certaine validité, étant partagée. L'individu se laisse donc influencer.

c) Comparaison conformisme-innovation

Le conformisme (influence majoritaire)

C'est lorsqu'un individu change son comportement pour le mettre en adéquation avec le comportement d'un groupe majoritaire. Il existe trois aspects importants du conformisme qui permettent de le dissocier des autres formes d'influences sociales :

- Le conformisme est un phénomène intra-groupe.
- Le conformisme renvoie à une pression implicite (le groupe n'a pas une volonté explicite d'influencer un de ses membres, l'individu n'a pas toujours conscience d'être influencé).
- Il n'y a pas de rapport hiérarchique entre la source et la cible d'influence. Les membres du groupe ont le même statut.

a) L'expérience de Asch

But : montrer jusqu'à quel point l'individu peut changer son avis pour adhérer à celui défendu par la majorité.

Un groupe de 7 à 9 compères (qui connaissent le but de l'expérience) est réuni avec un sujet "naïf". Leur tâche est de donner une réponse à haute voix et à tour de rôle à un test de perception visuelle : distinguer si une pastille est verte ou bleue (le sujet naïf croit que le test est lié à cela et est placé en avant-dernière position). Sur 18 essais, les compères donnent ensemble 12 mauvaises réponses.

Dans la situation expérimentale, les participants "naïfs" se rallient à la mauvaise réponse donnée par les compères dans 33% des cas.

>> En moyenne, on abandonne une fois sur trois sa conviction personnelle pour se rallier à une majorité.

b) Comment expliquer le conformisme ?

Asch demande ensuite aux participants pourquoi ils ont abandonné leur avis personnel. Il obtient deux types de réponses :

- La peur du ridicule, d'avoir l'air idiot, d'être rejeté (PEUR DE LA DESAPPROBATION)

SOCIALE),

- Le doute quant à la validité de sa propre réponse.

Deux formes d'influences sociales expliquent le conformisme :

- L'influence informationnelle : utilisation des réponses des autres pour avoir des informations sur l'exactitude de sa propre réponse. C'est un conflit cognitif.

- L'influence normative : l'individu suit le groupe parce qu'il cherche à respecter les normes établies par celui-ci. C'est un conflit motivationnel.

L'influence informationnelle est particulièrement importante quand on est confronté à une tâche que l'on ne maîtrise pas.

L'influence normative est importante quand le groupe est important pour nous (des gens que l'on sera amené à revoir).

c) Les facteurs qui influencent le conformisme

- caractéristiques de la tâche : difficulté, ambigüité

- caractéristiques de la personne (cible d'influence) :

- caractéristiques personnelles, confiance en soi (confiance en ses propres compétences, estime de soi)

- caractéristiques sociales : culture, sexe... (ex : le comportement conformiste ne se manifeste pas avec la même force dans une culture collectiviste ou dans une culture individualiste)

- caractéristiques du groupe (source d'influence) : taille, unanimité

- relations personne-groupe (attrait au groupe, statut de l'individu au sein du groupe, interdépendance individu-groupe).

Qu'est-ce que la psychologie sociale ?

La psychologie sociale s'intéresse à l'individu dans sa vie quotidienne. C'est "M. Toulemonde". On ne s'intéresse pas aux pathologies de l'individu.

C'est le domaine d'étude qui analyse la façon dont les comportements, cognitions (pensées) et affects (émotions ou sentiments) de l'individu sont affectés par le comportement et les caractéristiques des autres, les caractéristiques de la situation dans laquelle l'individu est inséré ainsi que par ses propres caractéristiques psychologiques et sociales.