

## Psychologie sociale.

### Cours 1.

Définition de la psychologie sociale : Branche de la psychologie qui prend en compte prioritairement l'idée que nous vivons dans un monde sociale.

#### Auteurs au centre du développement de la psychologie sociale :

- Brown, 1965 : « La psychologie sociale étudie les processus mentaux (ou comportements) des individus déterminés par les interactions actuelles ou passées que ces derniers entretiennent avec d'autres personnes ».
- Allport, 1968 : « La psychologie sociale tend à comprendre et à expliquer comment les pensées, sentiments, comportements moteurs des êtres humains sont influencés par un autrui réel, imaginaire ou implicite ».
- Leyens, 1979 : « Au risque de manquer de précision, la psychologie sociale traite de la dépendance et de l'interdépendance des conduites humaines ».
- Myers et Lamarche, 1992 : « En terme formels, on pourrait dire que la psychologie sociale est l'étude scientifique de la façon dont les gens se perçoivent, s'influencent et entrent en relations les uns avec les autres ».

La notion commune à ces définitions c'est l'interaction : l'interaction qui influencent les uns et les autres qui détermine ses rapports d'influence.

#### Le grand dictionnaire de Larousse :

Interaction sociale : « Relations interpersonnelles entre 2 individus au moins par laquelle les comportement de ces individus sont soumis à une influence réciproque, chaque individu modifiant son comportement en fonctions des réactions de l'autre. »

L'influence est égale à la persuasion (un individu tente délibérément de modifier le comportement, la cognition de quelqu'un d'autre que l'on ne veut pas forcément)/

L'influence sociale directe est centrale dans la psycho sociale.

L'influence en psycho sociale est plus vaste que la persuasion, elle peut prendre différentes formes, souvent cachées, insidieuse. Souvent influencé par une présence imaginaire ou implicite des autres mais même sans leur présence, on continue d'être influencé par eux. Par l'intermédiaire des groupes, nous sommes influencés. Chacun va avoir sa propre vision des choses qui détermine la vision de ceux qui y appartiennent.

#### Spécificité de la psychologie sociale :

- Moscovici, 1984 : (Pour lui) « on s'aperçoit qu'en réalité notre discipline se distingue moins par son territoire que par un regard qui lui est propre. Ce que les praticiens, chercheurs, étudiants apprennent au cours de leur travail, c'est une manière de regarder. Les phénomènes et les relations. Dans ce sens, on peut affirmer qu'il existe un regard psychosocial. »

La psychologie sociale est une interface entre la psychologie et la sociologie.

Elles utilisent des grilles de lecture binaire qui comporte 2 modalités : celle du psy et l'objet indépendant (ego ou objet : stimuli d'informations).

#### La psychologie :

Sujet individuel =====> Objet (environnement, stimuli)  
(Ego, organisme)

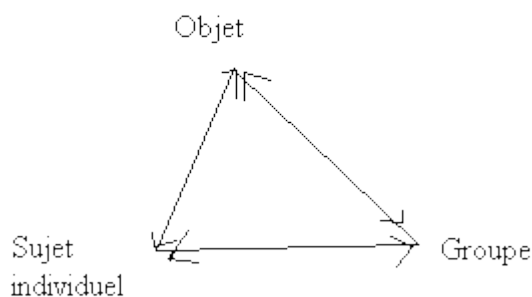
### La sociologie :

Le sujet n'est plus un individu mais une collectivité plus ou moins importante (état, classe sociale...). Le sociologue s'intéresse aux objets sociaux.

Groupe (collectivité, organisation) =====> Objet social

### Le regard psychosocial :

Vision ternaire (à 3 termes) : 1. Un sujet 2. Un objet 3. Un groupe.



Pour la psychosociale, le groupe est à l'origine de la construction mentale de la réalité externe : social, objet par la mise en œuvre des valeurs sociales et normes qu'il privilégie. Ex : l'appartenance idéologique modifie notre vision du monde.

La psychologie sociale s'est construite sur l'expérience (observations).

### Les premières observations expérimentales :

- Triplett, 1897 : Ca : l'effet de la présence d'autrui sur une performance simple (compétition). Mé : Comparaison de situations : 1. Tâche réalisée seul ou 2. Tâche réalisée en groupe (pas de collaboration). La tâche principale : les enfants doivent enrouler du fil sur le moulinet d'une canne à pêche. Ré : Les performances sont systématiquement supérieures dans la 2<sup>ème</sup> situation (en groupe). Disc : La simple présence d'autrui a une influence sur notre comportement et ici elle est bénéfique. Ce phénomène est la facilitation sociale (concept fondamental).
- Mayo, 1928/1929 : (Champs de la psychologie du travail qui constitue son savoir sur la base des acquisitions de la psychologie sociale dans le monde du travail). L'effet Hawthorne : il souligne le rôle de la motivation sociale sur la performance (Ca). Mé : constitution dans une entreprise Hawthorne des groupes de sujets volontaire qui travaillent sur une chaîne identique à celle de l'entreprise. Dans certains groupes, il modifie les facteurs (ex : amélioration de la lumière ou augmentation de la température). Rés : Amélioration du rendement donc des performances. Les résultats sont paradoxaux. Alors que les facteurs environnementaux sont redevenus défavorables, le rendement continue d'augmenter. Disc : Le seul fait de porter de l'attention au sujet suffit à augmenter le rendement. Mise en évidence de l'importance du besoin fondamental de l'existence et de l'appartenance à un groupe (Reconnaissance sociale).

- Lewin, 1948 : Théorie du champs dynamique de la personne : dynamique (changement d'état) de l'univers cognitif du sujet : elle s'explique par l'équilibre qui compose l'univers cognitif qui est interdépendant et qui peut être rompu. Dans ce cas le sujet va chercher un autre équilibre par l'action dans laquelle il va s'impliquer et qui va constitué un moyen d'articuler les aspects subjectifs de l'individu (forces internes) avec l'environnement (forces externes) => aspects objectifs. Ex : le changement des attitudes alimentaires : les résultats montrent que parmi les ménagères américaines pas habituées à cuisiner des abats de bœuf et à qui le gouvernement a demandé un effort de guerre (2 WW). Pour les persuader : le 1<sup>er</sup> groupe participe activement à un groupe de discussion et le 2<sup>ème</sup> groupe assiste à une conférence. 32% des participantes qui étaient allées à un groupe de discussion sur les avantages et les inconvénients de consommer ces aliments se sont mises à cuisiner différemment et seulement 3% de celles qui ont assisté à des conférences (manière passive) l'on fait. Discussion : l'implication dans l'action que constitue le débat (échanges des informations entre les personnes) fait intervenir des données nouvelles dans le champ cognitif donc changements. ! Importance des groupes dans les dynamiques cognitives et comportementales des sujets !
- Moreno, 1934 : la sociométrie (relation interpersonnelle dans les groupe) a permit de mettre au point une technique de repérage et de mesure systématique de l'importance des relations affectives dans un groupe. Cela met en évidence les préférences (sympathie) et les rejets (antipathie) qui sont diversifiés et qui entraînent des réseaux affectifs. Cela a des conséquences sur le fonctionnement du groupe.

Les travaux sur l'influence sociale montre comment un individu soumis à la pression d'une autorité, d'un groupe adopte les opinions, les conduites d'un individu, d'une autorité ou d'un groupe.

### Normalisation, conformisme et innovation.

Normalisation : processus par lequel le groupe construit ses normes sociales (PB : les groupes ont différentes normes). Situation dans lesquels une norme commune n'existent pas encore et il va tenté d'en crée une. Passe par une influence réciproque entre les individus.

Shérif, 1935 : Processus de normalisation qui s'observe dans un groupe qui ne possède pas encore ses normes. Ce processus concerne les jugements, opinions, comportements qui apparaissent vers l'objet inconnu. On observe un processus graduel de convergence des perceptions qui permet la création d'une norme commune qui devient donc consensuelle. Le sujet en situation de normalisation est à la fois cible et source.

### Conformisme :

Ash, 1951 : Le conformisme est la situation dans lesquelles une norme majoritaire existe et où les individus acceptent de se conformer à cette norme. L'effet Ash : changement d'opinion, de comportement d'un individu désigné comme cible de l'influence qui va dans le sens des opinions/comportements de plusieurs autres personnes désignées comme source. Le changement de l'individu ne se fait pas par pression explicite de la source (donc pression implicite). La solution d'autorité/d'obéissance, la pression explicite descend ce qui est une nécessité. Elle se manifeste par des ordres, des indications, des injonctions. Il y a dissymétrie de pouvoir entre la cible et la source (qui a l'avantage).

Milgram, 1974 : Obéissance à l'autorité. Expérience qui utilise le processus méthodologique qui étudie dans quelles situations un individu accepte d'infliger des chocs électriques à un autre.

L'innovation :

Moscovici, 1985 : l'influence des minorités à étudier ses situations d'influence des minorités qui tente d'appliquer un système meilleur que l'actuel. L'influence majoritaire et minoritaire est différente de nature. Minorités auraient sur les idées des impacts profonds bien que cet effet soit latent ou différé dans le temps. Différemment de la majorité qui entraînerait un conformisme de surface qui disparaîtrait dès qu'elle n'est plus perçu par le sujet comme en mesure d'opérer un contrôle sur ses idées ou d'en sanctionner sa déviance.

## Psychologie sociale.

### Cours 2 : Processus de normalisation.

Le processus de normalisation = les règles qui indiquent ce convient de faire ou de ne pas faire. Ce sont les normes sociales qui guident le comportement, ex : la constitutions (normes explicites). Il existe également des normes implicites, ex : serrer la main. « Je » m'attends à ce que les autres respectent les normes qui rendent possible la vie en société et qui la facilite. Les normes rendent le comportement prévisible dans la mesure où elles sont reconnues. Les normes structurent le champ social et assurent l'invariance du comportement dans ce champ. Elles stabilisent le champ social.

Shérif est un pionnier dans les normes sociales : définition de norme : « un norme est une échelle de référence ou d'évaluation qui définit une marge de comportement, d'attitudes, d'opinions, permis et répréhensibles. »

Newcomb : définition : selon lui, la norme serait « l'acceptation partagée d'une règle qui serait une prescription en ce qui concerne la façon d'agir, de percevoir, de penser et de sentir ». Prescription : ce que l'on doit faire dans une situation donnée.

Le processus de normalisation décrit la façon dont se forme les normes dans les situations qui en sont dépourvues totalement ou partiellement.

Les questions de Shérif : « Que va faire l'individu ? » ; « Que va devenir cette norme individuelle lorsque le sujet va être confronté aux autres dans une même situation ambiguë ? » Ces questions impliquent de définir une situation expérimentale qui puisse être perçues de différentes façons (cad une situation ambiguë). Une situation est ambiguë si toutes les réponses possibles dans cette situation peuvent apparaître avec une fréquence égale cad sans qu'une réponse s'impose à la perception des sujets.

Dans les cas où les champs perceptifs sont bien structurés, la perception des individus sera guidée par des facteurs objectifs, externes et propres à la situation.

Quand les champs perceptifs sont mal structurés, les facteurs internes guident la perception (ils ont un rôle dominant).

#### Shérif : l'effet autocinétique.

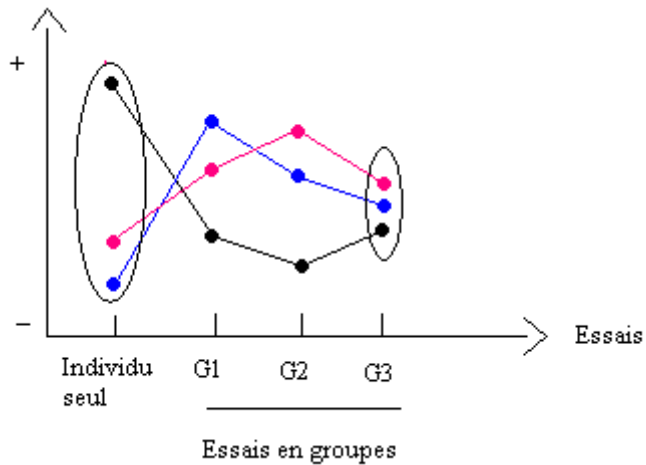
Il consiste à ce qu'un point lumineux immobile, présenté à une certaine distance, donne l'impression de bouger de façon erratique (aléatoire) à un observateur qui n'a pas d'autres points de références dans la situation (pièce obscure). Les jugements concernant l'amplitude du mouvement varient selon les individus. On observe également de fortes variations intra individuelles.

1<sup>er</sup> condition expérimentale : Le sujet est « isolé » puis « en groupe ».

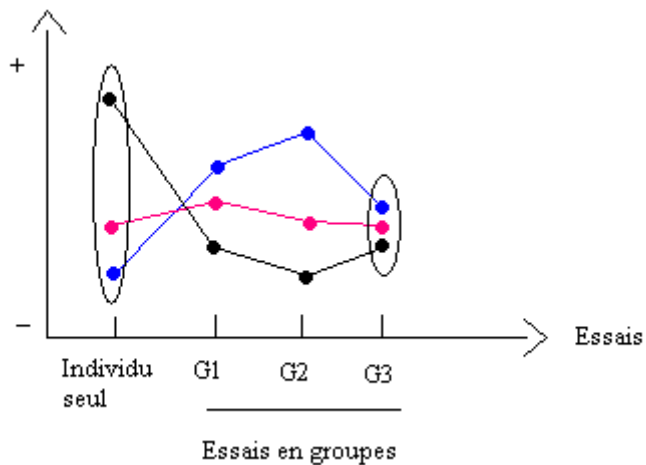
Chez un même sujet les réponses sont très différentes (écarts d'amplitudes). Puis petit à petit la variabilité diminue : le sujet va avoir tendance à placer ses réponses à l'intérieur d'un écart qui lui est personnel. Dans une telle situation (isolé + situation ambiguë), il se produit un phénomène de normalisation subjective.

Chez les sujets en groupe : les résultats obtenus montrent un processus de convergence. Selon le groupe, les stratégies de convergence sont différentes :

1. Stratégie de convergence vers la moyenne :

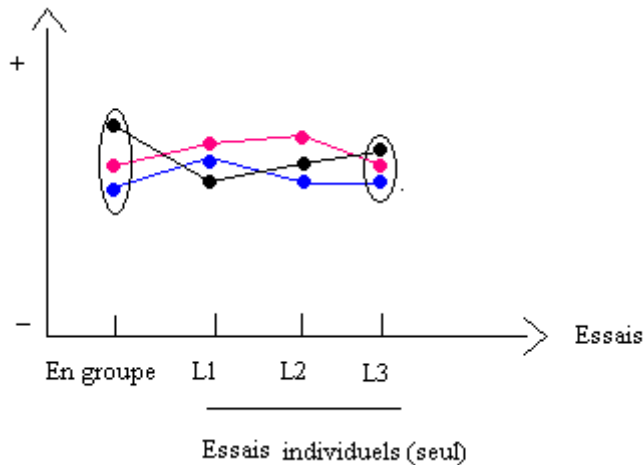


2. L'influence prépondérante d'un sujet pour le résultat final.



Les sujets ne se connaissent pas. Hypothèse : Egalité fonctionnelle de la norme mais non. Tous sont également incompetents : on a pas le même point dans l'influence. Pas de norme du leader. Mais l'influence d'un individu n'est pas liée au fait qu'ils se connaissent ou qu'ils soient plus compétents. Asymétrie. Groupe inégalitaire. Ce sont probablement des facteurs affectifs qui lui donne une influence.

2<sup>ème</sup> condition expérimentale : « Sujet en groupe » puis « sujet isolé ».  
La norme collective créée en groupe va-t-elle être intégrée par l'individu ?



La norme collective s'impose et est intégrée par tous les sujets pour se maintenir avec une grande stabilité au fil des essais successifs. Il y a un effet de convergence immédiat.

« On voit les choses d'une certaine façon et quand on entre dans un groupe, la norme du groupe s'impose et est ancrée ».

**Interprétation :**

**Shérif** explique les résultats : il conclut qu'il existe chez tous les sujets une tendance générale à organiser leur perception autour d'une référence admise par leur groupe d'appartenance. Il ajoute que ce n'est pas la pression sociale qui est mise en cause ici, ce qui intervient c'est que les individus dont la norme personnelle est trop divergente de celle du groupe, éprouvent une sensation d'insécurité, de déviance qui fait naître une tension que seul la modification de sa norme pour se rapprocher de celle d'autrui réduit.

**Allport** : Selon lui, à l'occasion de leurs interactions, les sujets craindraient d'avoir des jugements en désaccord avec ceux de leurs interlocuteurs. Il explique le processus de normalisation par la résistance d'un système de concessions réciproque qui vise à l'établissement d'une interaction non conflictuelle.

**Variables** : dans la réalité, le statut social est différent. Les relations affectives jouent un rôle important et peut avoir des conséquences sur le processus de normalisation.

**Expérience de Sampson, 1968** : il a étudié les réponses des sujets occupant des positions hiérarchisées. Dispositif autocinétique dans un monastère dans lequel il a observé des relations affectives entre les moines et les novices qui entretiennent également des relations hiérarchiques.

Groupes « d'égaux » : constitués de novices ayant entre eux une relation d'égalité.

Groupes « d'égaux asymétriques » : constitués de novices dont certains font l'objet du choix des autres (sympathie) alors que d'autres sont rejetés.

Groupe « d'inégaux » : constitués de novices et de moines, ceux-ci étant dotés de pouvoir sur les novices.

Résultats :

Groupes d'égaux : convergence symétrique.

Groupes d'égaux asymétrique : convergence vers une norme commune correspondant à la norme initiale du sujet le plus estimé. Explique l'effet affectif.

Groupe d'inégaux : pas de convergence ni d'élaboration de normes collectives. Les novices (sujets dont le statut est inférieur), après une tendance à converger, reviennent à leur norme initiale dans la dernière session. Contrairement aux supérieurs qui restent sur leur position.

## Psychologie sociale.

### Cours 3 : L'influence sociale. Le conformisme (Ash).

Dans la normalisation, il n'y a pas de pression sociale manifeste.

Dans certaines situations, les pressions sociales peuvent être explicites ou implicites.

Dans le cas où la pression sociale est implicite, cela conduit à un processus de conformisme (qui désigne un changement d'opinion, de perception, de comportement que l'on observe chez un individu désigné comme la cible de l'influence dans le sens des opinions, perceptions, comportements affichés par une ou plusieurs personnes désignés comme source d'influence).

Ash est le premier à étudié ce processus d'influence. Toutes ses expériences sont basées sur un paradigme expérimental en 5 points :

1. Un sujet seul (cible) qui est confronté à une source constituée de plusieurs individus de même statut que lui. Dans cette situation la source soutient un mode de réponse : qui est opposé à celui de la cible et qui est objectivement incorrecte. Donc il y a 2 forces contradictoires : l'expérience propre du sujet et le groupe unanimement opposé.
2. La situation est totalement non ambiguë.
3. Les sujets cibles répondent toujours après avoir entendu la quasi-totalité du groupe répondre de façon unanime.
4. Les réponses du sujet cible sont données oralement devant le groupe
5. La consigne demande au sujet cible de donner sa réponse personnelle.

#### Procédure :

Chaque sujet cible est amené dans une salle où se trouve un groupe de 7 à 9 individus qui constituera la source d'influence. Le groupe est constitué de compères (personnes qui participe à l'expérience après s'être entendu avec l'expérimentateur sur ce qu'il doit faire). Contrairement aux compères, les sujets cibles sont naïfs. Ils sont situés à l'avant dernière place pour qu'ils entendent les réponses du groupe. L'expérimentateur présente une tâche de discrimination visuelle. Il va montrer un exemple du matériel utilisé constitué de 2 cartons, sur un des cartons, il y a une ligne verticale (d'1cm d'épaisseur) et la longueur va varier au cours des 18 essais de 5 à 22 cm. Cette ligne est la ligne étalon. Sur le 2<sup>ème</sup> carton apparaît 3 lignes : la longueur de l'une des 3 est égale à la longueur de la ligne étalon. Alors qu'à l'évidence les 2 autres sont différentes. L'évidence perceptive, on l'observe dans un groupe témoin dans lequel il n'y a que des sujets naïfs. Le % de réponses incorrectes est de 1%. Dans la situation expérimentale : les compères donnent unanimement une réponse erronées dans 2/3 des essais. Les réponses justes et erronées sont prévues à l'avance et distribuées de manière aléatoire au cours de 18 essais : les 2 premiers sont justes. Puis sur les 16 : 4 sont justes et 12 erronées.

#### Résultats :

- Le % d'erreurs pour les essais critiques (12) [essais où la majorité donne des réponses incorrectes] observé pour l'ensemble des sujets cibles qui sont 123 au total est de 37%. Ce pourcentage est appelé le taux de conformisme (nombre moyen d'erreurs :  $4,41/12$  – groupe contrôle : 0,08).
  - Sur les 123 sujets, seulement 29 (23,5%) ne se conforment pas à la majorité : ils donnent des réponses toutes correctes.
  - 39 (32%) donnent des réponses incorrectes (cad conformes à la majorité) à plus de la moitié des essais critiques.
- ⇒ sans doute variable de personnalité et de situation.

#### Conclusion :



La procédure dans laquelle se trouve les sujets cibles, qui a créé un désaccord public entre la majorité unanime mais incorrecte et un sujet minoritaire, a provoqué sur celui-ci une distorsion considérable de ses jugements. C'est l'effet Ash. Ash interprète ses résultats en expliquant que ce processus de conformisme est la résultante d'un conflit cognitif, socio cognitif, qui intervient entre l'évidence perceptive et les réponses étranges des autres membres du groupe majoritaire. La plupart des sujets doivent s'adonner à une activité cognitive importante pour réorganiser leur perception en fonction des réponses de la majorité.

Les entretiens réalisés à la fin de son expérience l'ont amené à constater 3 types de distorsions :

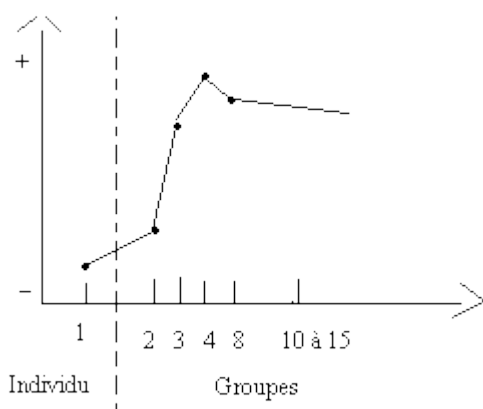
1. Des distorsions liées à la perception : ils ont changé l'objet de leur perception et ont fini par percevoir la ligne donnée comme correspondant le mieux.
2. Des distorsions liées au jugement : les sujets pensaient qu'une majorité unanime ne pouvait pas se tromper. Ils plient leur jugement sans changer leur perception. Pour eux la ligne donnée par la majorité ne correspondait pas à la ligne étalon. La majorité les fait douter de leur appréciation.
3. Les sujets adoptent l'avis de la majorité parce qu'ils craignent de s'opposer à elle de se faire mal voir, d'être rejeté ou marginalisé.

Ceci existe dans la réalité sociale.

Après son expérience principes, Ash fait des variables :

- Il introduit un compère en position 4 qui donne des réponses correctes. Dans cette situation, le sujet cible n'est plus isolé face à cette majorité unanime et reçoit l'appui de ce compère. Effondrement du taux de conformisme : 5%. Donc l'isolation du sujet face à une majorité consistante est un facteur important pour obtenir l'effet Ash.
- Un des compères donne des réponses correctes au cours des premiers essais puis des réponses conformistes. Dans cette situation, les sujets cibles donnent 5,6% de réponses erronées dans la première moitié mais dans la 2<sup>ème</sup> moitié, le taux de conformisme remonte à 29%. Donc tant que le sujet dispose d'un support social, il se conforme peu mais dès qu'il en est privé, le taux de conformisme remonte.
- Il oppose un sujet cible isolé à des majorités unanimes de 2, 3, 4, 8 ou de 10 à 15 personnes. Il ajoute un cas limite : celui où le sujet naïf est confronté à une personne (pour mesurer l'effet du groupe).

Taux de conformisme



Concernant les groupes, seul le groupe de 2 personnes entraîne un taux de conformisme faible. A partir de 3 individus, le taux de conformisme est élevé puis varie peu quand on augmente la taille du groupe (plateau). Donc le taux de conformisme n'est pas proportionnel au nombre d'individus qui composent la source d'influence. Effet Ash : dès 3 personnes.

Quand le sujet naïf est opposé à un seul individu, l'effet est nul. Le sujet a la possibilité d'expliquer le jugement incorrect de l'individu auquel il est confronté en lui attribuant des caractéristiques propres comme un défaut de perception (Rationalisation du sujet).

Certains de ces facteurs sont liés à la personnalité du sujet comme

- l'estime de soi que l'on peut mesurer : les sujets qui ont une faible estime de soi se conforment plus que les autres.
- Il y a également le besoin d'affiliation.
- La compétence des sujet par rapport à la tâche : les sujets se conforment d'autant plus qu'ils sont peu performant.
- Plus la culture lié à l'appartenance sociétale, ex : Milgram a comparé le conformisme dans 2 sociétés différentes : La France et la Norvège. Il fait croire à ces individus qu'une majorité de leurs compatriotes sont en désaccord avec leur jugement à propos d'une tâche de discrimination auditive. Le taux de conformisme est plus élevé en Norvège. Donc les français sont plus indépendants que les norvégiens ?
- Le niveau culturel également (niveau d'étude) : Ash a comparé le taux de conformisme dans les collèges universitaires plus ou moins réputés. Le taux de conformisme est identique.

L'homogénéité du groupe semble être lié au processus de conformisme : expérience de Jones (1973).

		Sujets cibles	
		Sujets handicapés (H)	Sujets non handicapés (non H)
Sujets handicapés (h)	<b><u>H/h</u></b>	<b>Non H/h</b>	
Sujets non handicapés (non h)	<b>H/non h</b>	<b><u>Non H/ Non h</u></b>	

### Sujets sources

1<sup>er</sup> variable : la source.

2<sup>ème</sup> variable : la cible.

La cible est constituée de sujets handicapés et non handicapés. Pareil pour la source.

- ⇒ 2 situations homogènes : sujets handicapés cible et source et sujets non handicapés cible et source.

### Résultats :

- Groupes homogènes sont caractérisés par un taux de conformisme plus élevé que les groupes hétérogènes (souligné).
- Les groupes non homogènes : taux de conformisme plus faible.

### Pourquoi se conforme t on ?

Il existe 2 types d'influence sociale (Deutsch et Gerard, 1955).

1. Informationnelle : processus d'influence en fonction du degré de compétence plus de la crédibilité de la source. Montre un besoin d'avoir des certitudes sur la réalité qui nous entoure.
2. Normative : l'individu se conforme aux attentes de la source pour gagner l'approbation de son groupe d'appartenance et pour éviter les inconvénients de sa déviance dans le cas où il ne se conforme pas. Le principe selon lequel il est plus facile et plus économe de changer son point de vue pour l'individu que de rompre les relations avec son groupe d'appartenance.

## Psychologie sociale.

### Cours 4 : l'influence sociale : l'obéissance (Milgram).

#### Expérience :

Des sujets masculins sont recrutés par petite annonce et on les sélectionne selon leur âge et leur niveau socio culturel. Ils sont convoqués par équipe de 2 à Yale. On les informe que le labo travaille sur la sanction dans l'apprentissage. Il y a plusieurs rôles à tenir dans cette expérience, pour les attribuer : tirage au sort. Parmi les sujets convoqués il y a un seul sujet naïf, l'autre étant un compère de l'expérimentateur. Le tirage au sort est truqué de telle sorte que le sujet naïf a pour tâche d'infliger à l'autre un choc électrique en cas d'erreurs au cours de la tâche d'apprentissage. Le « sort » va désigner le compère pour effectuer la tâche d'apprentissage (rôle toujours tenu par la même personne : un homme de 50ans). La tâche du compère est d'apprendre une liste de mots qu'il devra restituer. A chaque erreur le sujet naïf lui inflige un choc électrique. Il y a 2 salles : le sujet naïf est installé dans la salle d'expérimentation devant un générateur électrique constitué d'une rangée de 30 manettes allant de 15 à 450 volts par sauts de 15 volts. Ces manettes sont regroupées en catégories allant de « chocs légers » pour les premières jusqu'à « chocs dangereux ». En réalité les chocs électriques sont fictifs. Mais le sujet ne le sait pas, pour rendre la situation plus crédible, il se voit attribuer un choc électrique réel de 45 volts avant l'expérience. Il y a 40 essais dont 30 essais qui sont critiques cad auquel le compère réagissait à l'erreur. Le sujet reçoit un feedback provenant de sa victime : il entend ses plaintes graduées en fonction du voltage qu'il choisit. A partir de 75 volts, le sujet gémit. A partir de 120 volts, il crie que les chocs sont douloureux. A 135 volts, il hurle. A 150 volts, il annonce qu'il refuse de continuer, dans ce cas l'expérimentateur demande au sujet de continuer quand même. A 180 volts, il crie qu'il ne peut plus supporter. A 270 volts : cries d'agonie. A 300 volts, il râle et ne réponds plus aux questions. Quand l'autre gémit le sujet naïf hésite à continuer mais s'il tente de s'arrêter : incitations. Les incitations à poursuivre étaient prévues par l'expérimentateur selon l'ordre graduel suivant : 4 niveaux d'injonctions :

1. Continuez, s'il vous plait, je vous prie de continuer.
  2. L'expérience exige que vous continuiez.
  3. Il est absolument indispensable que vous continuiez.
  4. Vous n'avez pas le choix, vous devez continuer.
- ⇒ 4 niveaux croissants de pressions sociales.

Si le sujet refusait d'obéir à la 4<sup>ème</sup> injonctions, l'expérience prenait fin.

#### 2.VD :

1. LE choc moyen auquel les sujets refusent de continuer l'expérience malgré les 4 injonctions successives de l'expérimentateur.
2. Le pourcentage de sujets qui obéissent jusqu'au bout et vont administrer jusqu'à 450 volts malgré les supplications de la victime (= obéissance totale).

#### Résultats :

- Obéissance totale : 62,5%.
- Choc moyen maxi : 360 volts.

Le choc moyen administré par un groupe de sujets dans la situation témoin (GC) sans injonction et sans expérimentateur est de 82 volts.

Cela signifie que 2/3 des sujets acceptent d'effectuer en direction d'autrui un comportement dangereux et considérablement préjudiciable.

⇒ Expérience princeps.

Suite à la critique sur l'influence du lieu (Yale) : déménagement du labo dans des locaux sans prestige. Malgré cela 47,5% poursuivent l'expérience jusqu'au bout. La différence n'est pas significative.

Critique sur le statut de scientifique de l'expérimentateur. Milgram change cette condition. L'expérimentateur doit quitter la pièce de manière urgente et un autre sujet prend sa place.

Résultats : environ 10%.

⇒ La puissance et le pouvoir de l'autorité interviennent (Défaut de représentation).

Autre variante : avant que l'expérience soit finie, le compère refuse de prendre le rôle avant d'avoir vu qq chose et l'expérimentateur prend sa place. Tous les sujets s'arrêtent avant 150 volts.

Autre variante : la relation sujet/victime. Il modifie la distance psychologique et sociale entre le sujet et sa victime, 4 conditions expérimentales :

1. Condition de distance maxi (feedback à distance) : le sujet n'entend pas les plaintes de sa victime mais uniquement qq coups donnés contre la paroi.
2. Condition distance moyenne (feedback vocal) : expérience princeps décrite précédemment : le sujet entend les plaintes.
3. Condition de proximité : dans la même pièce : le sujet entend et voit sa victime.
4. Condition de contact : pour avoir des raisons techniques, le sujet doit appuyer sur la main de la victime pour que celle-ci reçoive les chocs.

	Choc moyen administré	% de sujets obéissants jusqu'au bout
Distance maxi Feedback à distance	405	65%
Distance moyenne Feedback vocal	360	62,5%
Proximité	300	40%
Contact physique	255	30%

Les résultats montrent un effet important de la distance : la condition 1 et 2 : effet important parce qu'ils ne voient pas la victime.

Dès que le contact visuel est possible, la désobéissance augmente et encore plus quand le contact est physique.

Par la perception visuelle, la victime réintroduit la notion de responsabilité individuelle face aux conséquences de l'acte. Le type de relation sujet/victime pèse lourdement sur le processus et contribue à le modifier dans un sens ou dans un autre.

**Interprétation de Milgram :** Le sujet se place lui-même dans un état agentique cad qu'il se donne le statut d'un agent, d'un simple intermédiaire dans la situation. Il se considère comme l'instrument d'une volonté institutionnelle et souveraine dont les buts le dépassent. Donc aucune des responsabilités qui lui incombent ne semble peser sur lui. C'est l'institution mais surtout l'autorité qui lui est reconnue.

Conclusion : c'est la situation dans laquelle se trouve le sujet qui le pousse à se comporter de la sorte et non pas des dispositions individuelles. L'explication du comportement des gens se trouve le plus souvent dans la situation.

### L'erreur fondamentale.

Quand le sujet infère la cause d'un comportement observé dans son entourage immédiat (ou d'un comportement rapporté), il peut considérer que ce comportement est dû aux caractéristiques personnelles plus ou moins permanentes de la situation dans laquelle se trouve son auteur ou aux hasard des circonstances. Dans ce cas, on parle de causalité ou d'attribution externe ou situationnelle. Cependant le sujet peut attribuer la cause du comportement à la personne même qui en est à l'origine. Référence en général à des traits de personnalité ou à des caractéristiques propre à l'individu et donc relativement permanents. Dans ce cas on dit qu'il s'agit d'une attribution interne ou dispositionnelle.

### Ross (1977) : l'erreur fondamentale.

On décrit ainsi un biais cognitif particulier qui consiste à surestimer le rôle des facteurs internes (dispositionnels) et à sous estimer les facteurs externes (situationnels). Ce biais dispositionnel est tellement ancré qu'il affecte même les conclusions d'experts dans leur profession.

Ex : experts psychiatres à qui Milgram avait demandé la proportion de sujets qui iraient jusqu'au bout : 1 personne sur 1000 seraient selon eux suffisamment influençable ou sadique pour atteindre ce niveau. Leur prédiction n'avait pas tenu compte de la situation.

Lerner : « croyance dans un monde juste » : ancré et répandu. S'il est arrivé quelque chose de fâcheux à qq l c'est qu'il l'a mérité.

### Lerner et Simons (1966) :

Ils proposent à un groupe d'observer à travers un miroir sans tain un sujet qui se tord de douleurs (compère). Les sujets qui ont observé la scène doivent décrire leur observation. Ils dévaluent la jeune femme qui a mal agi et estiment qu'elle a elle-même provoqué ça.

## Psychologie sociale.

### Cours 5 : La théorie de l'équilibre cognitif, Heider.

Il existe 2 formes de pensée : la pensée rationnelle (logico hypothético déductive) et la pensée sociale (propre au groupe déterminée par le facteur sociale). La pensée sociale est autonome.

Principe d'hémostasie : il existe chez l'homme une tendance générale vers la recherche de l'équilibre entre les cognitions propres à un objet donné. Cette tendance est si marquée que la rupture de cet équilibre :

1. Détermine chez le sujet un état de tension.
2. Appelle un certain nombre de stratégies cognitives destinées à le rétablir.

En fait, ce sont ces stratégies cognitives ou plus exactement la logique qui en résulte qui a fait l'objet de construction théorique par les chercheurs américains à la fin des années 50.

Comme on va le voir, le rétablissement de l'équilibre procède de principes de bases qui relèvent d'une logique différente de la logique formelle.

Cette logique particulière qui s'applique aux relations entre cognitions, apparaît dans 3 modèles techniques :

1. La théorie de la dissonance cognitive (Festinger, 1957) qui est un état d'inconstance que ressent le sujet qui est provoquée par son comportement. Il réalise un comportement qui est en désaccord avec son système d'attitude. Le sujet est un acteur.
2. Théorie de l'équilibre cognitif (Heider, 1958) : les informations qui proviennent de l'extérieur modifient l'équilibre existant : le sujet n'est plus acteur mais observateur.
3. Le modèle psychologique (Abelson et Rosenberg, 1958).

### La théorie de l'équilibre cognitif (Heider, 1958).

Le postulat de base est fondé sur le principe homéostasique. Selon Heider, l'individu recherche l'ordre, la symétrie donc il lui est nécessaire de maintenir un certain équilibre dans ses relations avec autres et dans ses attitudes. Le jugement n'est pas contradictoire.

Si une contradiction consciente intervient entre ses propres jugements au sujet, celui-ci devra alors engager un travail cognitif plus ou moins intense, qui aura pour but de restaurer l'équilibre un moment compromis.

Afin que le sujet puisse développer une vue cohérente de son environnement sociale, il existe selon Heider un processus de base qui lui permet d'attribuer une valence « positive » (bon) ou négative à tous les éléments de cet environnement, que ce soit un objet ou une personne.

Quand je dis qu'un « objet x me plaît », on a

- une valence positive à l'égard de l'objet :  $x+$
- une valence positive à l'égard de la personne p qui dans cet exemple est moi-même :  $p+$ .

C'est l'ensemble constitué par les éléments du champ social (ici p et x), chacun est caractérisé par une valence positive ou négative, qui est agréable ou désagréable pour le sujet.

C'est donc l'ensemble des règles permettant de déterminer la signification positive ou négative d'un champ social. Quand les valences positives ou négatives de ce champ sont connues, elles constituent le modèle théorique de l'équilibre cognitif. Ces règles concernent essentiellement les relations entre les éléments.

Heider distingue 2 types de relations susceptibles d'intervenir entre les éléments du champ social propre au sujet :

1. Les relations L (*like*). Elles concernent les relations affectives d'un individu à l'égard de tous les éléments de son environnement social, objet ou personne. La relation

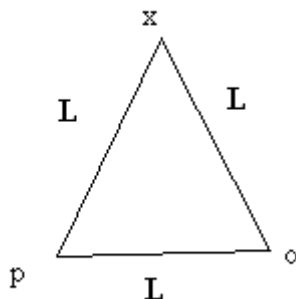
positive est notée L : estimer, aimer... La relation négative est notée  $\sim L$  : détester, haïr... Ainsi  $pLo$  signifie que la personne p aime l'objet o. A l'inverse,  $p\sim Lo$  indique que la personne p déteste l'objet o.

2. Les relations U (*unit*). Elles concernent les relations d'union. Quand elles sont positives (notée U) : proximité, similitude, association, causalité... Quand elles sont négatives (notée  $\sim U$ ) : dissymétriques, différentes...

Une situation quelconque peut ainsi se traduire en terme de relations entre les éléments. Quand les relations entre les éléments sont connus, il devient possible de définir l'état d'équilibre de la situation. Pour cela Heider distingue 2 cas généraux :

Un cas général dans lequel figure 2 entités : le sujet p et un personne o ou un objet x. L'équilibre est atteint si le sujet possède ce qu'il aime :  $pLx$  et  $pUx$ . Ou si le sujet ne possède pas ce qu'il déteste :  $p\sim Lx$  et  $p\sim Ux$ . Par contre la situation est déséquilibrée quand elle est la suivante :  $pLx$  et  $p\sim Ux$ . Dans ce cas, le sujet aime l'objet x mais ne le possède pas.

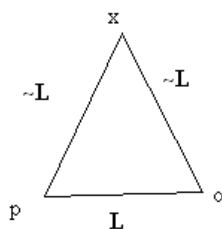
Un autre cas général dans lequel figure 3 entités : le sujet p, une personne p et un objet x ou le sujet p, une personne o et une autre personne q. Dans le cas de 3 entités, il y aura équilibre cognitif si les relations sont positives ou l'une est positive et les 2 autres négatives. On peut représenter les relations entre les entités sous la forme d'un graphe. Celui-ci comportera 3 sommets (p ou o ou x ou q) et 3 arrêtes (L ou U ou  $\sim L$  ou  $\sim U$ ). **Exemple :** Une situation est équilibrée si les 3 relations sont positives. Le schéma suivant où l'on a le sujet p, sa femme o et la corrida x reflète une telle situation : le sujet aime sa femme et la corrida et sa femme aussi aime la corrida.



On notera que la positivité des relations peut concerner aussi bien L que U. On pourrait avoir par exemple, avec le même état d'équilibre :  $pLx$ ,  $pLo$  et  $oUx$  ou p aime la montagne et aime aussi l'individu o qui est montagnard.

Une situation est équilibrée qu l'une des relations est positive et les 2 autres négatives. Dans ce cas, 3 configurations sont possibles :

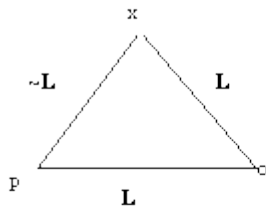
1.  $(p\sim Lx)$  et  $(pLo)$  et  $(o\sim Lx)$  : p déteste la corrida x, il aime sa femme o qui n'aime pas aussi la corrida.



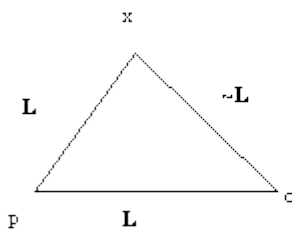


2. Situation :  $(p\sim Lx)$ ,  $(p\sim Lo)$  et  $(oLx)$  : p déteste la corrida x et n'aime plus sa femme o qui aime la corrida x.
3. Situation  $(pLx)$ ,  $(p\sim Lo)$  et  $(o\sim Lx)$  : p adore la corrida x, n'aime plus sa femme qui elle déteste la corrida x.

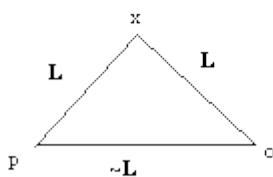
La situation est déséquilibrée si une relation est négative et les 2 autres sont positives.



Triade 1 : p déteste la corrida mais aime sa femme o qui elle aime la corrida x.



Triade 2 : p aime la corrida x, aime sa femme o qui elle déteste la corrida x.



Triade 3 : p aime la corrida x mais déteste sa femme o qui elle aime aussi la corrida x.

1<sup>er</sup> modalité : action : expliquer l'intérêt.

2<sup>ème</sup> modalité : faire lui-même un travail cognitif : réorganisation cognitive : dépend du niveau d'implication du sujet envers l'objet.

Cette théorie montre que les attitudes à l'égard des objets dépendent des relations entretenues avec les autres. Son intérêt majeur réside dans le fait qu'il peut rendre compte des changements d'attitudes et de faire des prédictions sur les changements d'attitudes.

L'étude de Jordan illustre les aspects de cette théorie : on présente aux sujets des triades dont chacune comprend le soi (p), une autre personne (o) et un objet (x). On fait varier le signe des relations pour obtenir différentes situations : 1<sup>ère</sup> variation : on fait varier le signe de relation pour obtenir une relation équilibrée ou pas. 2<sup>ème</sup> variation : on fait varier la qualité de la variation (L ou U). On demande au sujet de faire varier leur taux d'attraction de 1 à 9 sur une échelle.

⇒ Les triades déséquilibrées sont jugées beaucoup plus déplaisantes que les triades équilibrées.

⇒ La comparaison des relations L et U indique que le sujet est plus sensible aux structures déséquilibrées quand la relation est de type affective (L). Les situations déséquilibrées sont jugées encore plus déplaisantes quand elles comportent uniquement des relations L.

**Conclusion :** Les relations U semblent relativisées les sensations déplaisantes qu'éprouvent les sujets devant les situations déséquilibrées. Les relations L sont plus puissantes et donc explicatives que la relation U dans le contexte de l'équilibre structural.

Léonard, 1972 :

Méthode de complétion qui consiste à présenter au sujet les descriptions de groupes fictifs comportant 2 relations différentes (+ ou -) mais incomplètes.

=> Roger et Michel sont amis ; Roger et Bernard sont amis ; Roger et Pierre ne sont pas amis. Michel et Bernard sont ils amis ? Et Pierre et Bernard ? Et Pierre et Michel ? On observe que la fréquence des réponses équilibrées est supérieure à celle que donnerait le hasard. Compte tenu de la manière dont les réponses du sujet sont recueillies, les résultats démontrent une organisation équilibrée des relations proposées.

## Psychologie sociale.

### Cours 6 : La sociométrie.

Les relations affectives sont des rapports d'attraction ou de répulsion entre les membres du groupe.

Création et développement de la sociométrie : Moreno, fin des années 30.

**Sociométrie** : appliquer une mesure à l'être social en vue d'étudier, avec des méthodes quantitatives, les interactions qui interviennent spontanément entre les individus appartenant à un groupe.

Selon Moreno, une structure sociale telle que celle qui intervient dans un groupe est d'abord un système d'attractions et d'aversion spontanées.

On considère que les individus sont en interaction du point de vue affectif selon 3 modalités :

1. La sympathie.
2. L'antipathie.
3. L'indifférence.

Il existe 2 points essentiels chez Moreno :

1. Le fonctionnement de groupes restreints et très lié à l'aspect affectif des rapports humains.
2. Le caractère ordinal cad inévitablement sélectif de ces rapports.

La démarche est simple pour étudier ces relations : elle consiste à inviter chaque membre d'un groupe quelconque à désigner ceux avec lesquels il souhaiterait s'associer à l'occasion de telle ou telle situation ou activité (ex : jeux, travaux...).

On voit qu'il s'agit essentiellement d'un appel aux visées préférentielles exprimées par les sujets eux même.

4 points sont capables de garantir l'intérêt et la portée du test sociométrique :

1. La situation dans laquelle on applique le test. C'est une situation de terrain et non une de labo. Ce test fonctionne bien dans les groupes réels et dans un contexte quotidiens : équipes de travail...
  2. Le travail d'investigation que permet le test sociométrique sur les désirs subjectifs des individus.
  3. Les désirs sont sollicités sous forme de choix toujours en fonction d'un ou plusieurs critères déterminés. Ex : avec qui souhaiteriez vous vous retrouver à l'occasion de la tâche X ?
  4. Pour motiver les individus du groupe à répondre au test de manière efficace, plus exploitable, on propose aux sujets la perspective d'une application prochaine où les préférences sont prises en compte. Les préférences peuvent être sollicitées soit en nombre fixe (généralement c'est 3, ex : classer les personnes de 1 à 3) soit en nombre libre.
- ⇒ Pour les utiliser, on utilise une matrice en carré (mêmes infos en lignes et en colonnes) pour rassembler des réponses des sujets et dans celle-ci, on place le choix émis par les sujets qui vont figurés en lignes alors que le choix reçu est en colonne.

#### Exemple :

12 personnes ont suivi un stage de 3 jours. Le choix est libre. Dans cette matrice les émissions sont en ligne et les réceptions sont en colonne. Donc quand on lit la ligne A, on dit « A a choisit C et D ». Sur cette matrice, 3 types d'infos de psychologie sociale :

1. Niveau individuel.
2. Niveau par paires dyades.
3. Niveau groupe.

## 1. Niveau individuel.

Les sujets en tant qu'émetteurs de choix peuvent se montrer plus ou moins expansifs donc le nombre de choix peut être plus ou moins grand. Cela donne son score d'expansivité (si le choix est imposé, on obtient à la place un score d'intensité). Niveau individuel.

Certains sujets sont très appréciés (ex : C). Cela donne un statut sociométrique élevé, on parle aussi de popularité ou de taux de sympathie élevé.

Dans tous les groupes des personnes sont très choisies (ici C et D) au détriment d'autres peu choisies (ici B : vide affectif total).

Donc les choix/préférences ne se distribuent pas de manière aléatoire dans un groupe.

Au cours du temps il y a des variations dans la matrice.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	Expansivité
A			•	•							2
B											0
C					•		•	•	•		4
D	•		•		•					•	4
E				•							1
F			•							•	2
G			•								1
H							•				2
I										•	1
J			•	•						•	3
Popularité			☒	☐	☐				☐	☐	
Statut			1	2						3	

Les sujets qui ne sont pas objet d'aucun choix ne sont pas rejetés. Cela peut relever de l'indifférence. Pour la mesurer, on pose une 2<sup>ème</sup> question : « Avec qui n'aimeriez vous pas être ? ». Puis on fait une 2<sup>ème</sup> matrice des rejets.

On peut compléter la matrice en s'intéressant à la perception sociale : « Par qui pensez vous avoir été choisi ? ».

On peut également ajouter : « Par qui pensez vous avoir été rejeté ? ».

⇒ On obtient une matrice socio perceptives des choix et des rejets dans lesquels vont figurer en lignes : les attentes de choix de rejet et en colonne : les impressions que chaque individu donne aux autres de les choisir.

Le test sociométrique complet comporte 8 mesures :

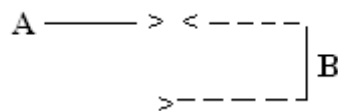
<b>+</b>	<b>-</b>
<u>Choix émis</u>	<u>Rejets émis</u>
- Expansivité	- Antipathie déclarée
<u>Choix reçus</u>	<u>Rejets reçus</u>
- Popularité réelle	- Impopularité réelle
<u>Choix escomptés</u>	<u>Rejets escomptés</u>
- Popularité perçue	- Impopularité perçue
<u>Impression qu'un sujet</u>	<u>Impression qu'un sujet donne</u>
<u>Donne aux autres de les</u>	<u>aux autres de les choisir</u>
<u>Choisir</u>	
- Expansivité perçue	- Antipathie perçue
(Par l'ensemble des sujets)	

## 2. Niveau par paires dyades.

Le 2<sup>ème</sup> type d'informations que la psychologie sociale fournit par le test sociométrique :  
 Les relations « dyadiques » cad considérées par paires. On examine les attitudes réciproques  
 (ex : D et E) qui s'oppose aux attitudes unilatérales (A a choisi C mais C n'a pas choisi A).  
 Si on ajoute la sélective :

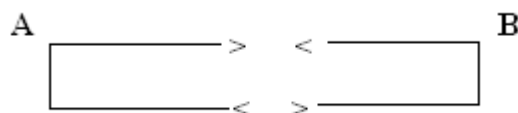
- A =====> B      Emission d'un choix
- A -----> B      Emission d'un rejet
- A =====< B      Attente d'un choix
- A -----< B      Attente d'un rejet

Dyades :

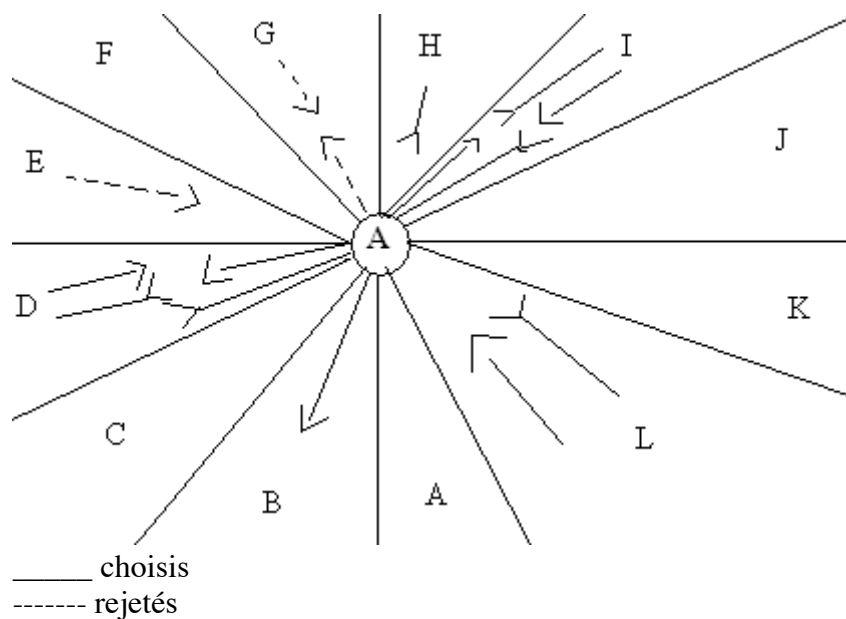


Partielles :

Complètes :



Exemple : un groupe de 12 sujets :  
Sociogramme individuel du sujet A.



En confrontant les choix émis, les choix présumés, les choix effectivement reçus, on peut estimer un degré de réalisme ou d'illusion perceptive de chacun.

Certains sujets se trompent peu dans leur évaluation ce qui indique un degré élevé d'intelligence sociale qui pourrait être défini comme une capacité du sujet à comprendre les relations sociales.

Alors que d'autres se font beaucoup d'illusions sur la manière dont ils sont acceptés par les membres du groupe.

### 3. Niveau groupe.

3 types d'informations :

- Le niveau du groupe est considéré comme un tout.
- Ici, l'étude sociométrique permet d'évaluer sa cohésion cad : sa structure et sa densité des réseaux d'affinités et d'ostracisme (Action d'exclure, de mettre à l'écart, en parlant d'un groupe à l'égard d'une personne.).
- Le nombre de sujets isolés ou rejetés indique l'absence ou la présence de « clivage » ou de clans au sein du groupe.
- La cohésion peut se traduire par un indice numérique constitué par le rapport du nombre de dyades complètes dans un groupe au nombre total de dyades (ensemble de 2 principes) complètes possibles.

#### Validité ?

##### Exemple : l'étude de Mouton.

Elle concerne la stabilité et la consistance des résultats sociométriques et réalisés sur 53 études différentes. Elle a établi notamment que les choix émis et les choix reçus demeurent stables entre 2 tests peu importe la durée qui sépare les 2 mesures. Ils sont stables donc très difficile à modifier. De même pour les relations dyadique. Ainsi Taguiri, étudiant sur l'évolution dans le temps des relations dyadiques, constate qu'au niveau global il y a une tendance à la stabilité.

Il existe une corrélation positive entre le statut sociométrique élevé et l'indicateur objectif de la fonction de leader. Plus le sujet à un statut sociométrique élevé plus il s'exprime dans le groupe et plus on s'adresse à eux (Etude de Shaw et Gilchrist).

Qui sont les gens populaires ? Sont ils plus intelligents ?

- ⇒ Il n'existe pas de corrélation entre le QI et le statut sociométrique.
- ⇒ De même pour les aptitudes, performances, compétences...

Sur le plan de la personnalité : Jennings a montré que ce n'est pas un trait de personnalité particulier qui caractérise le sujet mais plutôt leur intensité.

Leeman et Solomon : cette étude montre qu'un sujet à forte popularité tendrait à être caractérisé comme : généreux, enthousiaste, affectueux... Les sujets rejetés sont désignés comme dominateurs, hardis, têtus...

## Psychologie sociale.

### Cours 7 : Le changement d'attitudes et de comportements.

#### « Introduction » :

- Autorité : efficace pour le changement, exemple de l'agent de police. La raison externe au changement est d'éviter une punition.
- Information est persuasion : décalage entre le sphère des actions et des connaissances.
- Engagement : Moriarty (1975) : environ 12% des personnes interviennent pour éviter le vol.

Ce n'est pas parce que l'on a les bonnes informations, idées, qu'on a les bons comportements.

#### Plan :

##### Partie I : Le changement d'attitude.

1. La conception rhétorique.
2. La conception technologique.

##### Partie II : Le changement comportemental.

1. Les procédures de soumission librement consentie.

#### Introduction : consistance, inconsistance et rationalisation.

La consistance est le lien entre les idées et les comportements.

1. Rosenberg (1953) : le rapport entre le choix d'une profession et les attentes professionnelles. Les étudiants font des choix en accord avec leurs attentes. Un relevé de données est fait au moment du choix puis 2ans après. Les étudiants inconsistants sont devenus consistants.
2. Liebermann (1956) : le rapport entre la place occupée dans une organisation et les représentation que l'on peut avoir de la politique de direction. Il existe 2 modèles : 1) le modèle selon lequel nos actes découlent des idées. 2) Le modèle de l'homme rationalisant, modèle selon lequel les idées découlent de nos actes. Au début 40% d'ouvriers sont favorables à la politique de la direction. 2 ans plus tard, ceux qui ont été promus contremaître : 76%. Ceux promus représentant du personnel : 17%.

#### La conception rhétorique :

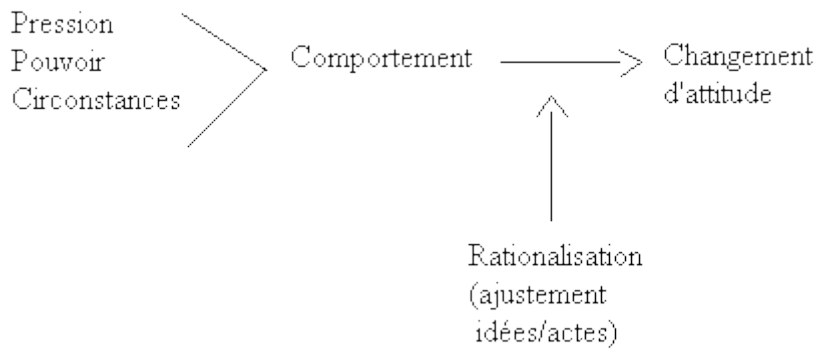
Le changement d'attitude est envisagé comme le résultat d'un processus de persuasion.

Attitude initiale (a) =====> Changement d'attitude  
(positionnement par rapport (dans le sens non a)  
à un objet de valeur).  
^  
|  
Persuasion (argument non a).

#### La conception technologique :

Le changement d'attitude est envisagé comme le résultat d'un processus de rationalisation.





## Partie I : Le changement d'attitude.

### 1. La conception rhétorique.

## Facteurs susceptibles de favoriser la persuasion :

1. Le contexte dans lequel le message persuasif est émis.
2. Les caractéristiques de la source.
3. La forme du message.

### 1. Le contexte dans lequel le message persuasif est émis.

Les travaux expérimentaux débutent dans les années 50 à Yale. Dans le cadre de cette conception, 2 facteurs : 1) Le contexte de distraction (Festinger et Maccoby, 1964). 2) Le contexte agréable (Janis et al. 1965).

#### 1. Le contexte de distraction (Festinger et Maccoby, 1964).

Explication qui a reçu confirmation expérimental : la distraction bloque bien les possibilité de contre argumentation implicite.

Les sujets sont membres d'une communauté religieuse. On leur fait entendre qqch qui prend le contre-pied de leur conviction (contre la communauté) avec un film (images) en accord avec le texte. Pour l'autre moitié des sujets, le texte est le même mais avec des images pas en accord avec le texte comme distraction. Ceux qui adhèrent le plus sont ceux qui ont vu les images non pertinentes. Les ressources attentionnelles sont beaucoup retenues par les distractions.

La distraction favorise la persuasion si elle empêche le récepteur de contre argumenter mais à l'inverse elle défavorise la persuasion si elle empêche de comprendre le message. Tout dépend du message simple ou compliqué, tout dépend de la distraction qui peut ou ne peut pas accaparée toutes les ressources attentionnelles du sujet.

La perception subliminale : pub : entracte ciné avec un message subliminale pendant un temps trop court pour une perception consciente. Augmentation de 57% des ventes de pop corn et de 18% de coca.

#### 2. Le contexte agréable (Janis et al. 1965).

Un contexte agréable favorise la persuasion. Il fait chaud : les sujets arrivent et lisent un texte. L'autre moitié idem mais trouve aussi dans la pièce une bouteille fraîche et des cacahouètes. Le texte est contrattitudinal. L'effet persuasif est plus marqué quand un contexte agréable est créée.

### 2. Les caractéristiques de la source.

#### 1. Crédibilité (Hovland et Weiss, 1951 ; Aronson et Golden, 1962).

Hovland et Weiss, 1951.

Etudiants. Avant l'étude : enquête sur la société. Une semaine plus tard : texte qui prend le contre-pied de leur conviction. Pour une moitié des sujets, on leur dit que le texte est écrit par une grande figure de la recherche nucléaire (source extrêmement crédible). Pour l'autre moitié, le texte est écrit par un journal mal vu (source non crédible). Le texte est le même. Résultats : quand le texte est sensé être écrit par le journal mal vu : aucun changement. Mais quand le texte est sensé être écrit par une grande figure alors 36% de changement d'avis. 4 semaines plus tard, on pose la même question à des personnes qui ont lu le texte crédible ou non. Les mesures qui sont faite après : 14% dans les 2 cas. Tout ce passe comme si l'influence d'une source crédible diminue avec le temps alors l'influence d'une source non crédible tend à augmenter avec le temps. Ceci est l'effet d'assoupissement.

Explication : avec le temps, on oublie la source mais pas le texte qui a donc les mêmes effets.

Traitement central : centrer sur le texte

Traitement périphériques : centrer sur les éléments périphériques.

D'autres recherches ont montré que les effets de la crédibilité de la source dépendent moins de celui qui la possède que de celui qui l'attribue.

Aronson et Golden, 1962.

La compétence est manipulée par le statut d'ingénieur et de plongeur (vaisselle), (compétence objective) et est croisée avec une autre variable : la couleur de peau. La moitié des expérimentateurs sont noirs (compétences subjectives).

La source crédible a plus d'impact : il s'agit de convaincre les enfants de l'importance des maths.

C'est l'ingénieur qui a le plus d'impact persuasif.

Mais quand la personne est blanche, l'impact persuasif est plus marqué.

Compétences spécifiques vs compétences généralisées.

## 2. Confiance et sympathie.

Pour avoir un impact persuasif, il vaut mieux inspiré confiance et sympathie (qui sont liées).

Un message a plus de chances de déboucher sur un effet persuasif s'il émane d'une source qui inspire la confiance.

Il existe plus d'impact persuasif lorsqu'on est semblables.

## La théorie de la réactance.

(Brehm, 1966).

Réactance : état d'inconfort psychologique qui est orienté vers le recouvrement de la liberté.

Chaque fois que le sujet ressent une restriction de sa liberté, il éprouve un état particulier : la réactance qui a un effet sur le plan cognitif et comportemental/

Comment se traduit cette réactance ?

- Sur le plan des attitudes, la réactance amène le sujet a changé d'attitude dans le sens inverse à celui de la position que l'on veut lui faire adopter.
- Sur le plan comportemental, la réactance amène le sujet à exprimer un choix différent de celui que l'on veut lui dicter.

L'ampleur de la réactance dépend de plusieurs facteurs :

1. La réactance est d'autant plus grande que le comportement éliminé est important pour le sujet.

2. La réactance est d'autant plus grande que la proportion des comportements éliminés est élevée (plus de choix possible après élimination).

Ce qui compte c'est de donner le sentiment de liberté : « Vous êtes libre de... »

## 3. La forme du message.

### Argumentation unilatérale ou bilatérale.

L'argumentation unilatérale défend la position que « j' » occupe

L'argumentation bilatérale défend « ma » position mais aussi va à son encontre.

### Hovland et al. 1949.

En 1945, les responsables de l'armée américaine craignent que les soldats se démobilisent après la victoire sur l'Allemagne alors que la guerre n'est pas finie (Japon).

Pour une moitié : argumentation unilatérale.

Pour l'autre : argumentation bilatérale.

Résultats : les 2 messages ont un impact persuasif dans le sens que la guerre contre le Japon va être longue (argument avancé). Mais en fait tout dépend des soldats : quand ils ont un niveau scolaire bas, c'est l'argumentation unilatérale qui a le plus d'effet (la bilatérale est contre productive). Mais quand le niveau scolaire est élevé, l'argumentation bilatérale a le plus d'effet.

Explication : pour les gens les plus instruits, c'est une question de crédibilité. Mais pour les gens peu instruits le message bilatéral est trop confus.

### Arguments principaux à la fin ou au début du message ?

#### Effet de primauté et de récence.

Argument au début : primauté.

Argument à la fin : effet de récence.

On parle d'effet de primauté quand c'est le début du message persuasif qui a le plus d'impact ou le 1<sup>er</sup> locuteur.

L'effet de récence : c'est la fin qui a le plus d'impact que le début du message ou quand c'est le dernier locuteur.

On aura plutôt un effet de primauté avec les questions complexes, controversées, intéressant le sujet ou lui étant familières.

Et plutôt un effet de récence quand les questions sont simples, évidentes, n'intéressant que modérément le sujet ou ne lui étant pas familières.

### Conclusion implicite ou explicite.

La conclusion implicite a plus d'impact.

Avec la population dont le niveau scolaire est bas, la conclusion explicite a plus d'impact.

Avec la population dont le niveau scolaire est élevé, la conclusion implicite a plus d'effet.

Finalement, dans les recherches, le sujet a un statut d'être rationnel. Les résultats le conforte et sont conformes.

## 2. La conception rhétorique.

### Le paradigme de soumission forcée : 3 expériences classiques.

1. L'expérience de Festinger et Carlsmith (1959).

2. L'expérience de Cohen (1959).

3. L'expérience d'Aronson et Carlsmith (1962).

Dans ce paradigme, il ne suffit pas de convaincre mais d'obtenir un acte c'est un comportement que l'individu n'aurait pas effectué de lui-même. Ce comportement est en désaccord avec son opinion. Il va modifier à posteriori ses motivations, ses attitudes pour qu'elles s'accordent avec le comportement effectué.

Principe : on amène une personne à réviser un comportement contrattitudinel puis on mesure le changement d'attitudes ou de motivations.

### 1. L'expérience de Festinger et Carlsmith (1959).

« 20 \$ pour un mensonge ».

On demande à quelqu'un de faire un travail fastidieux pour qu'il en rende compte : pendant 30min : pivotation de cheville. Puis enlevé les bobines et les remettre. Induction d'un sentiment fastidieux. L'expérimentateur est en premier lieu sérieux puis il demande, gêné, au sujet de lui rendre un service : présenter l'expérience qu'il vient d'effectuer comme intéressante (et qui ne l'est objectivement pas) à une autre personne qui va l'a passée.

Obtention d'un comportement de soumission forcée. Puis il lui dit qu'il va le rétribuer de 20\$ (à une moitié des participants). A l'autre moitié, il leur propose 1\$.

Ils acceptent et vont voir la personne censée passé l'expérience qui est en faite un compère pour argumenter dans le sens que l'expérience est intéressante. Alors le compère fait mine d'accepter.

Puis, plus loin dans le couloir, lorsque les sujets sont sortis de l'expérience, Carlsmith arrête les étudiants pour leur demander ce qu'il a pensé de l'expérience (Sous forme de questionnaire général). Echelle de 11 points : intéressant : +5 ; fastidieux : -5.

Résultats : les gens qui trouvent la tâche intéressante sont ceux qui ont été le moins rétribuer.

### 2. L'expérience de Cohen (1959).

Opportunité : service de police sur le campus et les étudiants sont contre.

Cohen demande à des étudiants de développer des arguments favorables au fait qu'il y est la police sur le campus. Les gens sont amenés à faire ce qu'ils n'auraient jamais fait d'eux même.

Il va les rémunérer : 0,5\$ ; 1\$ ; 5\$ ; 10\$.

Puis on étudie le changement d'attitude : on leur demande après leur essai s'ils sont pour ou contre l'intervention de la police (Echelle de 1 à 7 points : 1 : pas justifié ; 2 : très peu justifié...).

Les résultats montrent que moins les gens sont payés plus ils trouvent justifié l'intervention de la police. Le changement d'attitude est inversement proportionnelle à la rémunération.

### 3. L'expérience d'Aronson et Carlsmith (1962).

Les sujets sont des enfants. On interdit à l'enfant de jouer avec son préféré, le robot, parmi les autres jouets qu'il a précédemment classés.

L'adulte avant de partir dit à l'enfant qu'il ne peut pas jouer avec le robot et il accompagne cette interdiction soit d'une menace faible, soit d'un menace forte.

Puis l'expérimentateur sort de la pièce et l'enfant est observé.

Précision : la probabilité que l'enfant obéisse à l'adulte est la même que la menace soit forte ou faible.

Enfin, lorsque l'expérimentateur revient, il redemande à l'enfant de classer les jouets.

Les enfants qui ont faiblement été menacés ont tendance) déprécier le robot ce qui n'est pas le cas des autres.

Effet de dissonance : changement d'attitude inversement proportionnelle à l'importance de la sanction.

Les expériences montrent un ajustement à posteriori entre les cognitions et les comportements.

### La théorie de la dissonance cognitive de Festinger (1957).

1. Univers de pertinence (domaine dans lequel la théorie est prédictive)
2. Cognitions.
3. Relations entre les cognitions : l'implication psychologique.

Festinger considère que toutes les connaissances, opinions, croyances sur l'environnement, autrui ou soi-même sont des cognitions.

(3) Les cognitions vont être analysées à travers ce que Festinger appelle une implication psychologique : elle renvoie à l'idée d'un lien optimale entre 2 cognitions au sens de la psychologie naïve.

Consonance :  $A \rightarrow B$  (la présence de A dans l'univers cognitif devrait s'accompagner de celle de B)

Dissonance :  $A \rightarrow \text{non B}$  (La présence de A devrait s'accompagner de l'inverse de B).

Consonance et dissonance sont des relations de pertinence (ont un rapport).

Relation de non pertinence :  $A \rightarrow \text{rien}$  par rapport à B.

### La dynamique cognitive.

3 spécifications :

1. La dissonance a les propriétés de la motivation (donc c'est un état de tension psychologique qui appelle sa réduction). « *Tout comme la faim est motivante, la dissonance cognitive est motivante. La dissonance cognitive donnera naissance à une activité orientée vers la réduction ou l'élimination de la dissonance. La réduction réussie au même titre que la prise de nourriture l'est quand on a faim* » (Festinger, 1958).
2. L'importance du travail cognitif (changement d'attitudes) est proportionnelle à la quantité de dissonance. Plus il y a de dissonance plus il y a de travail cognitif (ajustement cognitif).
3. La quantification de la dissonance : elle s'effectue à partir d'un taux (appelé taux de dissonance) qui permet aux chercheurs de quantifier la dissonance. Chaque cognitions étant pondérée par son importance subjective.

$$\frac{D}{D + C}$$

### Festinger et Carlsmith (1959).

$$\frac{D}{D + C (1\$)}$$

Taux de dissonance 1 :

$$\frac{D}{D + C (20\$)}$$

Taux de dissonance 2 :

Comportement : dire que c'est intéressant alors que cela ne l'est pas : comportement de soumission.

\*

$$\frac{D}{D + C \text{ consonant}} = \text{attitudes privées}$$

Taux de dissonance 1 > taux de dissonance 2

Aronson et Carlsmith (1962).

$$\frac{D}{D + C \text{ (faible menace)}}$$

Taux de dissonance 1 :

$$\frac{D}{D + C \text{ (forte menace)}}$$

Taux de dissonance 2 :

D = « J'ai envie de jouer avec le robot ».

Taux de dissonance 1 > Taux de dissonance 2.

Effet de dissonance :

Changement d'attitude inversement proportionnel à l'importance de la sanction quelle soit positive (récompense) ou négative (punition).

La réinterprétation de Bem (1972) : La théorie de l'auto perception.

Cette théorie repose sur un présupposé : un non accès à nos déterminants internes cad que quand on veut savoir ce que l'on ressent/pense, on ne peut pas y accéder.

Préalable : la théorie des émotions de Schachter.

Une émotion donnée implique 2 composants :

- Une stimulation physiologique.
- Un étiquetage cognitif.

« Je ne pleure pas parce que je suis triste, je suis triste parce que je pleure ».

Pour Schachter, lorsqu'une personne ressent une stimulation physiologique, elle va chercher les causes.

Ce que l'on ressent dépend moins de la stimulation physiologique que de l'étiquetage cognitif.

Il a montré qu'une même stimulation physiologique peut donner lieu à des émotions différentes comme la joie, la colère...

### Schachter et Singer (1962).

Injection à des sujets d'une substance activatrice du système nerveux sympathique (l'épinéphrine) et que l'on veuille ou non, on ressent des accélérations du cœur, des palpitations, on devient rouge...

A une partie des sujets, on leur dit ce qu'il va se passer, les « effets secondaires ». (1)

A une autre partie, on ne leur dit pas les effets de la substance (2).

Et à une dernière partie, on leur donne des effets qui ne correspondent pas à la substance. (3).

Puis un compère arrive dans la salle d'attente.

Les sujets sont observés à travers un miroir sans tain.

Le compère agit alors soit en devenant de plus en plus joyeux soit en devenant de plus en plus en colère (par le biais d'un questionnaire).

Dans la condition (1) où les sujets connaissent les effets ils ne réagissent pas trop au comportement soit joyeux soit coléreux du compère.

Mais dans la condition (2) et (3), le sujet va calquer son comportement sur celui du compère.

Cela montre que ce qui compte c'est l'étiquetage cognitif.

### Valens. 1966.

Les participants sont uniquement des sujets masculins.

On leur dit qu'on veut étudier le rapport entre le jugement esthétique et les réactions physiologiques. Au moment où l'expérimentateur pose une électrode, le sujet entend un feedback cardiaque. Le sujet pense qu'il s'agit bien de son cœur, ce qu'affirme d'ailleurs l'expérimentateur. Puis on lui projette des diapos de femmes nues. Pour la plupart des diapos : pas d'accélération du rythme cardiaque mais pour certaines oui. Ensuite on lui remontre les diapos sans feedback.

Les sujets vont alors jugés les photos les plus existantes celle pour lequel sont cœur s'est accéléré.

Ceci atteste du non accès à nos déterminants internes.

### La théorie de l'auto perception de Bem (1972).

« Quelle doit être mon attitude pour me comporter dans cette situation la ? »

Pour savoir ce que je pense, ressente je me fais à ce que j'ai fait, à mes comportements dans leur contexte. L'inférence que l'on va faire va être tributaire du comportement mais aussi du contexte. Pour valider son modèle, Bem à imaginer le principe des stimulations interpersonnelles : l'observateur disposant des même infos que le sujet, aboutira au même inférences que le sujet ».

### Conclusion :

Nos comportements peuvent affecter notre personnalité.

Le statut de la conduite: nos conduites affectent nos attitudes mais aussi notre personnalité.

### Zimbardo. New York Times (8 Avril 1973).

Gros budget : il fait construire une sorte de prison d'où il pourra observer les sujets de jour comme de nuit. Il recrute par annonce et demande à des psychologues cliniciens d'éliminer les candidats les plus « fragiles ». Puis par tirage au sort, les sujets joueront soit les prisonniers soit les gardiens. Ceux qui font les prisonniers rentrent chez eux et ceux qui jouent les gardiens effectuent une formation.

Le « jour J » de vrais policiers arrivent en voiture, sirènes hurlantes, procédés à l'arrestation des personnes qui jouent les prisonniers dans l'expérience. Ils ne savent qu'ils vont à l'université (ils pensent qu'ils vont réellement en prison).

Arrêt de l'expérience au bout de seulement 3 jours : les prisonniers sont devenus totalement apathiques et les gardiens font preuve d'un sadisme encore jamais démontré.

⇒ Notion d'erreur fondamentale : elle consiste, lorsqu'on veut expliquer le comportement de quelqu'un, à en appeler à la personnalité et oublier le contexte. Elle consiste à surestimer des déterminants internes (personnalité, opinion...) et à sous estimer des déterminants externes (circonstances, pression situationnelles...)

## Partie II : Les changements de comportement.

### Introduction : 3 exemples d'effets comportementaux :

#### 1. Feedman, 1965 :

Les enfants faiblement menacé jouent moins avec les robots que les enfants plus menacé :

- Menace faible : 28% jouent avec le robot.
- Menace forte : 66% jouent avec le robot.

#### Lepper, 1973 :

Idem : interdiction de jouer, menace forte, faible.

3 semaines plus tard les enfants ont la possibilité de gagner un jouet très attractif. Pour cela, ils doivent obtenir un certain score à un test. Vont-ils trichés ? La situation est telle que l'on peut tricher en croyant ne jamais pouvoir se faire prendre.

Ceux menacés faiblement 3 semaines auparavant trichent moins que ceux menacés fortement.

#### Dece, 1971 :

L'effet de sur justification :

Travail logicomathématique. Puis manipulation par rétribution : + ou – ou pas payé.

Expérimentateur propose de lui donner son score. En attendant qu'il aille le chercher, il propose au sujet de se détendre environ 15min mais il part en laissant le matériel expérimental.

Ceux qui ont la motivation intrinsèque la plus élevée (continuer de travailler alors que cela ne leur est pas demandé) sont ceux qui ont le moins été rétribués.