

ÉLÉMENTS DE PSYCHOLOGIE SOCIALE (par Marie-Pierre Cazals-Ferré et Patricia Rossi)

PLAN:

Chapitre I: Le regard psychosocial.

I. Vers une vision ternaire des faits.

1. Émergence et spécificité de la discipline.
2. Un regard spécifique.

II. Chronologie de la discipline.

1. Émergence de la psychologie sociale.
2. Les grandes orientations épistémologiques.
3. Des recherches socialement insérées.

III. La diversité des méthodes.

1. La mise en lumière des théories.
2. Les différentes méthodes.

IV. Les champs d'application.

1. Recherche de laboratoire et pratique de terrain.
2. Des champs "classiques" d'intervention.
3. Des domaines d'intervention moins connus.

Chapitre II: Quelques concepts de base.

I. Valeurs et normes sociales.

1. Les valeurs.
2. Les normes.

II. Statut et position sociale.

1. Définition.
2. Les fonctions du statut.
3. Statut et position sociale.

III. L'attitude.

1. Émergence du concept.
2. Définition.
3. Les fonctions de l'attitude.
4. Un exemple d'étude des attitudes.
5. La mesure des attitudes.

IV. Le rôle.

1. Définitions et perspectives.

2. Caractéristiques du rôle.
3. La mise en acte du rôle.

Chapitre III: Les champs de la cognition sociale.

I. Les représentations sociales.

1. Les origines du concept.
2. Définitions et approches.
3. Caractéristiques et fonctions.

II. La catégorisation sociale.

1. Éléments de définition.
2. Catégorisation sociale et TIS.

III. Stéréotypes et préjugés.

1. Éléments de définition.
2. Les caractéristiques des stéréotypes et préjugés.
3. Quelques effets des préjugés.

IV. Les théories de l'attribution.

1. L'attribution causale.
2. Les autres modèles de l'attribution.

V. Le contrôle.

1. Le locus of control.
2. Les internes et les externes.

Chapitre IV: Groupes et communication.

I. La communication.

1. Des éléments introductifs.
2. Le modèle systémique ou technique de la communication.
3. Le modèle psychosocial de la communication.
4. La rumeur.

II. Les processus d'influence.

1. L'influence sociale.
2. La normalisation.
3. La conformité.
4. L'innovation.

III. La dynamique des groupes.

1. Premières définitions.
2. L'approche lewinienne de la dynamique des groupes.
3. L'approche psychanalytique des groupes.

COURS:

CHAPITRE I: Le regard psychosocial.

I. Vers une vision ternaire des faits.

1. Émergence et spécificité de la discipline.

A. Une discipline récente.

Les premiers travaux en la matière peuvent être historiquement datés de la fin du XIXe siècle.

B. Définitions de la psychologie sociale.

a. Spécificités de la discipline.

La psychologie sociale se centre sur l'étude de l'homme en tant qu'être social.

2. Un regard spécifique.

A. Les regards sociologiques et psychologiques.

Pour rendre compte des faits, le sociologue comme le psychologue s'appuient sur une grille de lecture binaire de la réalité. Ainsi, le sociologue s'oriente sur un schéma du type: sujet collectif/objet. Le psychologue peut également suivre une démarche binaire dans laquelle le sujet collectif de la sociologie devient un sujet individuel: sujet individuel/objet.

B. Le regard psychosocial décrit par Moscovici.

Afin d'éviter tout réductionnisme psychologique ou sociologique, le regard psychosocial doit procéder à "une lecture ternaire des faits et des relations". Moscovici (1984) propose de substituer la relation à deux termes du sujet et de l'objet par une relation à trois termes: sujet individuel (ego) - sujet social (alter) - objet.

C. Quelques illustrations.

a. L'étude de Lapiere sur les préjugés (1930).

Cette expérience montre que le fait de confronter physiquement ou non les sujets (hôteliers et restaurateurs) à l'alter (le couple de Chinois), objet de préjugés, modifie l'attitude de ces sujets.

b. L'expérience de Milgram (1974).

Augmentation du voltage à chaque erreur. Ceci sous les directives de l'expérimentateur. Le sujet va obéir malgré la souffrance des "compères".

Ces deux expériences montrent que la relation du sujet à l'objet est médiée par l'interaction avec autrui, dans le sens où une simple "co-présence se traduit par

des modifications intéressant la pensée et le comportement de chacun" (Moscovici, 1984).

II. Chronologie de la discipline.

1. Émergence de la psychologie sociale.

A. Éléments d'introduction.

Les concepts et les théories élaborées pour comprendre le comportement d'un sujet sont liés aux évolutions (sociale, technique, politique,...) de la société

B. La naissance.

a. Les premiers ouvrages.

1890: en France sont publiées "Les lois de l'imitation" de Tarde.

1895: en France est publiée la "Psychologie des foules" de Le Bon.

b. Les premières orientations.

On le voit avec les références ci-dessus, la psychologie sociale française a pour origine une psychologie des foules, donc trop générale.

2. Les grandes orientations épistémologiques.

A. L'interactionnisme symbolique.

La réalité est une construction symbolique qui résulte de l'interaction entre l'individu et les situations auxquelles il est confronté. De cette approche découle un concept fondamental, le concept d'attitude.

B. Béhaviorisme et cognitivisme.

Selon Hunt (1993), la psychologie sociale commence réellement à se développer à la fin du béhaviorisme (lien stimulus-réponse), à l'avènement du cognitivisme (processus mentaux).

3. Des recherches socialement insérées.

A. Un fort ancrage social.

Que ce soit Asch, Mayo ou Lewin, ils ont tous travaillé sur les conséquences du nazisme en tentant d'apporter des solutions aux problèmes des individus insérés dans la société de l'époque.

III. La diversité des méthodes.

1. La mise en lumière des théories.

A. La recherche des faits.

Selon Durkheim (1895), le chercheur doit avant tout circonscrire les objets qu'il étudie donc user de règles méthodologiques dans la mise en évidence des faits qui fondent les théories.

B. Méthodes et démarches.

a. L'hétérogénéité des méthodes et des démarches.

Trois méthodes sont préférentiellement utilisées en psychologie sociale: la méthode d'observation, la méthode expérimentale et enfin, les méthodes de recherche active et d'intervention.

En outre, trois démarches différentes peuvent orienter ces diverses méthodes: la démarche inductive, la démarche déductive et la démarche dialectique.

b. Les démarches deductives et inductives.

La démarche inductive par R. Bacon (XIII^e):

Question de départ → observation de terrain → mise en ordre, catégorisation des informations recueillies → élaboration d'hypothèses explicatives.

La démarche déductive décrite par C. Bernard (1866):

Question de départ → formulation d'hypothèses, de conjectures issues de connaissances préalables (issues de la théorie et/ou obtenues à l'issue d'une recherche axée sur la démarche inductive) → vérification des hypothèses par la mise à l'épreuve de faits nouveaux → explication.

c. La démarche dialectique.

Guibert et Jumel (1997): la démarche dialectique, réflexion initiale.

Construction et explication de l'objet → définition d'un champ conceptuel (problématique, enjeux, antagonismes) → observation des faits → explication de la dynamique des faits, théorisation.

2. Les différentes méthodes.

A. La méthode d'observation.

a. Définition.

Méthode de recueil et de codage d'informations pertinentes sur un ou plusieurs aspects de la réalité étudiée (Fischer, 1997).

b. L'observation directe.

Il s'agit, pour le chercheur, de saisir sur le vif des faits significatifs, de les sélectionner tout en étant en contact direct avec des sujets se trouvant impliqués dans une situation sociale particulière.

Le chercheur doit se "fondre dans la masse" car sinon les personnes observées modifient leur réactions habituelles.

c. L'enquête psychosociale.

Le type d'observation le plus répandu en psychologie sociale est l'enquête par questionnaire qui vise à saisir, de façon quantifiable, les comportements, opinions, attentes, motivations,...

B. La méthode expérimentale.

a. Particularités.

Manipulation des modalités d'une ou plusieurs variables que le chercheur sélectionne au départ - variables indépendantes - et observe les comportements résultant de cette manipulation: les variables dépendantes.

On peut distinguer les expérimentations effectuées en laboratoire et les expérimentations réalisées en milieu naturel.

C. Recherche active et intervention.

C'est comprendre ce qui se passe dans un contexte donné afin d'améliorer les pratiques vécues.

IV. Les champs d'application.

1. Recherche de laboratoire et pratique de terrain.

"À quoi sert aujourd'hui la psychologie sociale?"

Nombre de recherches effectuées dans les laboratoires ont aussi pour objectif de trouver des "solutions" à mettre en pratique.

2. Des champs "classiques" d'intervention.

-Le champ du social.

-Le recrutement.

-La formation à la communication.

3. Des domaines d'intervention moins connus.

-Marketing et publicité.

-La psychologie de la santé: étude portant sur les éléments occasionnant la maladie. Cette étude se réalise sous l'angle de facteurs individuels ou de facteurs environnementaux. Le facteur de la maladie le plus étudié est le stress.

CHAPITRE II: Quelques concepts de base.

I. Les valeurs.

A. Définitions.

Selon Mucchielli (1994), la valeur sociale est un principe de référence partagé par un ensemble d'individus. Elle se trouve à la source d'une conduite reconnue idéale et estimable par le groupe, elle guide le comportement des individus qui appartiennent à ce groupe.

B. Valeurs et attitudes.

Mucchielli (1994) spécifie que les valeurs fondent les attitudes, c'est à dire que les attitudes sont une concrétisation des valeurs.

C. Valeurs et motivations.

Les valeurs et les attentes des individus par rapport à telle ou telle situation se combinent pour déterminer la motivation d'un individu à agir dans une direction particulière.

Pour Schwartz (1992), les individus, dans de nombreuses cultures, différencient implicitement dix types de valeurs motivationnelles:

- La bienveillance (visant à la préservation du bien-être des individus).
- La tradition (engagement dans des coutumes culturelles et religieuses).
- La conformité (qui dicte les actes et les impulsions socialement désapprouvées).
- La sécurité.
- Le pouvoir (contrôle des autres et des ressources).
- L'accomplissement (démonstration des compétences dictées par les modèles sociaux).
- L'hédonisme (plaisir, gratification des sens).
- La stimulation (défi, innovation).
- L'universalisme (tolérance et protection de la nature et de tous les êtres humains).
- L'autodirection (l'indépendance à travers l'action).

Les valeurs d'une société transparaissent à travers des normes.

2. Les normes.

A. Définition et typologie.

a. Définition.

La notion de norme se réfère à ce qui paraît socialement désirable, convenable dans une société ou dans un groupe donné, dont la non-observance entraîne généralement des sanctions diffuses ou explicites.

Elle traduit les valeurs dominantes dans ce groupe.

b. Typologie des normes.

- Normes communes.
- Normes de rôles.

B. Fonction des normes.

- La cohésion.
- La réduction de l'incertitude.
- La socialisation.

C. Formation et maintien des normes.

La normalisation est le processus par lequel un groupe d'individus élabore des normes communes en l'absence de normes pré-établies.

Une fois que des normes sont en vigueur au sein d'un groupe, les individus doivent s'y plier, s'y conformer sous peine d'être exclus du groupe. Ce processus a été décrit sous le terme de conformité (ou conformisme).

En général, les normes sont résistantes au changement.

II. Statut et position sociale.

1. Définition.

A. Premiers éléments de définition.

a. La notion de statut social comme norme du groupe.

Dans un groupe chacun se voit attribuer un statut particulier impliquant certaines fonctions et tâches spécifiques.

b. Une définition.

Le statut désigne "la position objective occupée en fonction du niveau social; il englobe un ensemble de caractéristiques objectives qui déterminent la place d'un individu sur une échelle sociale" (Fischer, 1997).

On distingue deux types de statuts:

-Les statuts assignés.

-Les statuts acquis.

Les statuts acquis dépendent pour partie des statuts assignés.

B. Une multitude de statuts.

Cette définition du statut montre que chaque individu peut avoir plusieurs statuts en même temps.

2. Les fonctions du statut.

A. Le statut comme fonction prescriptive.

Cette première fonction renvoie, comme son nom l'indique, à la possibilité qu'il donne d'effectuer des anticipations sur les comportements d'autrui.

B. Le statut comme fonction évaluative.

Cette fonction renvoie à la hiérarchie établie entre les différents statuts sociaux à l'intérieur d'un groupe culturel: statuts bas (<) et élevés (>).

Les critères sur lesquels se base cette classification hiérarchique peuvent être d'ordres très différents:

-social.

-financier.

-professionnel.

-culturel.

-moral.

3. Statut et position sociale.

Le statut est la position sociale que l'individu occupe dans un système particulier, social, économique et politique, à un moment donné.

III. L'attitude.

1. Émergence du concept.

Le concept d'attitude est l'un des plus anciens concepts développés en psychologie sociale. Il a un caractère intégratif (réponse à un stimulus) et directionnel (support intentionnel d'une action).

2. Définition.

A. Une brève définition.

"L'attitude désigne en psychologie sociale la manière dont une personne se situe par rapport à des objets de valeurs" dicit Stoetzel.

B. Une définition plus complète.

- Les attitudes sont acquises par un individu (au fil de ses expériences).
- Les attitudes sont plus ou moins durables et sont susceptibles de changement sous l'effet d'influences extérieures (nouvelle expérience par exemple).
- L'attitude développe une relation privilégiée d'un sujet envers un objet.
- Cette relation s'effectue selon une polarité affective.

3. Les fonctions de l'attitude.

- La fonction cognitive: donne la direction dans la reconnaissance ou l'estimation des informations perçues dans l'environnement.
- La fonction tonique: à la source des conduites sous-tendues par l'attitude, elle régit l'intensité des conduites.
- La fonction régulatrice: oriente le comportement de l'individu à travers la multiplicité des stimuli issus de son environnement.

4. La mesure des attitudes.

L'attitude est une position sur un continuum allant d'une position très favorable à une position très défavorable. L'idée a donc été de faire apparaître sur un axe allant du positif au négatif les différents types d'engagement vis-à-vis d'un objet.

IV. Le rôle.

1. Définitions et perspectives.

A. Définitions.

a. Définitions de la sociologie.

D'un point de vue étymologique, "rôle" vient du mot latin rotulus qui désignait le rouleau de papier sur lequel était inscrit le texte d'une pièce de théâtre.

Pour les sociologues, le rôle est étroitement affilié au statut.

Selon Linton (1959), le rôle social est un statut en action. Il parle de "faisceau de rôles".

b. Définitions des psychosociologues.

Le rôle est un schéma mental qui oriente et finalise nos conduites.

2. Caractéristiques du rôle.

A. Aspects du rôle.

- Aspect fonctionnel et pragmatique inhérent à une position sociale donnée.
- Aspect imaginaire ou théâtral (masquer sa véritable personnalité).

B. Dimensions du rôle.

- Le rôle prescrit: à l'intérieur d'un groupe social déterminé, il existe un accord tacite ou consensus quant aux conduites appropriées d'un ou plusieurs rôles. Ce consensus se traduit par des prescriptions de rôles qui sont des normes concernant la façon d'assumer les fonctions auxquelles se réfère une certaine position sociale.
- Le rôle attendu: permet d'anticiper les conduites d'autrui non seulement en fonction de sa position, mais également en fonction de la situation présente.
- Le rôle joué correspond aux conduites réelles de l'individu.

C. Fonctions du rôle.

- Régularisation des rapports sociaux.
- Intégration de la personnalité (par le processus d'ancrage des normes).

3. La mise en acte du rôle.

A. Le jeu de rôles ou psychodrame.

Par extrapolation de la méthode de Moreno dans les années 20, il s'agit d'organiser une situation fictive et de jouer un scénario dans lequel différents rôles ont été définis. La façon de jouer le jeu dévoile alors la personnalité des interactants.

B. Le conflit de rôles.

Avec les mutations idéologiques, technologiques, économiques ou sociales, peuvent apparaître de nouveaux rôles et générer des conflits interpersonnels entre les détenteurs des rôles traditionnels et ceux des rôles nouveaux.

CHAPITRE III: Les champs de la cognition sociale.

I. Les représentations sociales.

1. Les origines du concept.

A. Une double origine.

a. L'apport de la psychologie cognitive.

Le concept de représentation, avant d'être appliqué aux phénomènes sociaux, a été appréhendé dans une visée cognitive vouée à l'analyse des processus mentaux structurant les perceptions et jugements des individus. Il renvoie à l'évocation mentale d'un objet, d'une personne, d'une situation, d'une idée, en l'absence même

de cet objet, personne, situation, idée. Il s'agit d'une reconstruction du réel, d'une reproduction mentale (re-présenter).

b. L'apport de la sociologie.

En 1898, Durkheim a introduit et développé la notion de représentation collective voisine de celle de représentation sociale. Il s'agit, selon lui, "de productions mentales et sociales qui, du point de vue de leur construction, de leurs formes et fonctions, se différencient entre elles et du sens commun".

B. L'émergence des représentations en psychologie sociale.

a. Représentations et individu.

Moscovici (1961) reproche aux cognitivistes d'avoir mis en avant de façon marquée la relation entre le sujet et l'objet en négligeant le caractère social des représentations, le groupe ne devenant que secondaire dans le processus représentationnel. Selon lui, les hypothèses et postulats de la cognition sociale "supposent qu'une intelligence humaine donnée - ou une machine pensante - est partout et toujours identique à elle-même. Ceci signifie que les individus doivent suivre les mêmes règles mentales et logiques dans toutes les circonstances" (Moscovici, 1986).

b. Représentations et société.

Si Moscovici ne réfute pas l'hypothèse d'une représentation unique dans une culture ou une société, il propose néanmoins de gommer les notions de communauté et d'uniformité pour les remplacer par l'idée d'une diversité des représentations (autant de représentations sociales que de groupes sociaux spécifiques).

c. Vers une formalisation des représentations sociales.

Dans la théorie de Moscovici, l'idée de base est que la représentation sociale constitue une connaissance naïve - soit une connaissance qui se différencie de la connaissance scientifique - élaborée à partir de modèles populaires (culturels et sociaux) qui fournissent des cadres de compréhension et d'interprétation de la réalité.

2. Définitions et approches.

A. Définitions.

Il en existe plusieurs (Moscovici en 1961, Jodelet en 1989 ou encore Doise en 1990,...).

-Pour Moscovici (1961), la représentation sociale est "un système de valeurs, de notions et de pratiques relatives à des objets, des aspects ou des dimensions du milieu social, qui permet non seulement la stabilisation du cadre de vie des individus et des groupes, mais qui constitue également un instrument d'orientation de la perception des situations et d'élaboration des réponses".

B. Des approches différentes du concept.

Il est possible d'identifier 4 courants de recherche sur les représentations sociales qui peuvent parfois se recouper:

- Monographie: représentation qu'une population se fait d'un objet.
- Influence des représentations sociales sur les conduites des sujets.
- Techniques de mesure qui visent à saisir la structure des représentations.
- Étude des conditions de transformation des représentations sociales et des mécanismes qui sous-tendent ces modifications.

3. Caractéristiques et fonctions.

A. Les caractéristiques des représentations sociales.

a. Les deux composantes de la représentation.

- Composante cognitive.
- Composante sociale.

b. Quelques caractéristiques des représentations sociales.

- Les représentations sont élaborées et partagées collectivement; elles sont le fruit d'interactions sociales.
- Constituent de ce fait des "éléments d'échanges".
- Selon Moscovici, leur contenu est à la fois cognitif, signifiant (les images produisent des significations et les significations sont suscitées par les images) et symbolique (ce qui renvoie à la structure imaginaire des individus).

c. Les processus d'élaboration des représentations sociales.

- L'objectivation: en 3 phases. Une sélection selon critère sociaux d'éléments. Une schématisation structurante qui vise à former un noyau figuratif de la représentation. Une neutralisation qui est un processus de transformation des éléments de la pensée en véritables catégories du langage et de l'entendement.
- L'ancrage: processus d'enracinement social de la représentation et de son objet.

d. Fonctions des représentations.

- Fonction de savoir: permettent de comprendre et d'expliquer la réalité.
- Fonction identitaire: position des individus par rapport à des groupes d'appartenance ou de non-appartenance.
- Fonction d'orientation des comportements: représentations sociales = guide pour l'action.
- Fonction justificatrice: permettent de justifier des opinions et des comportements.

II. La catégorisation sociale.

1. Éléments de définition.

A. Vers une définition.

a. Intérêt du concept en psychologie sociale.

Le processus de stéréotypisation et de préjugement est celui de catégorisation sociale.

b. Définitions.

Pour Leyens (1983), "catégoriser permet de savoir ou de dire beaucoup de choses à partir de peu d'éléments et d'apprendre, ou de retenir, peu de choses à partir de beaucoup d'éléments".

B. Les fonctions de la catégorisation sociale.

a. Les fonctions informationnelle et organisatrice.

La catégorisation a pour fonction de simplifier le réel, voilà pourquoi nous avons tous une propension naturelle à classer les éléments.

Dans le champ de la psychologie cognitive, Rosch (1978) spécifie que les catégories seraient organisées de manière hiérarchique, des catégories les plus englobantes aux catégories les plus précises en passant par des niveaux intermédiaires.

b. Les fonctions de signification et d'orientation de l'action.

La catégorisation rend la réalité prédictible donc moins angoissante.

Cette catégorisation d'autrui constitue un système d'orientation de l'action en termes d'attrait, de rejet ou d'indifférence d'individus que nous supposons appartenir à telle ou telle catégorie de personnes.

c. La fonction identitaire.

Nous nous situons en termes d'appartenance catégorielle, et par cette voie, nous parvenons à savoir qui nous sommes.

2. Catégorisation sociale et TIS (Théorie de l'Identité Sociale).

A. Le paradigme du groupe minimal.

Favoritisme envers son groupe d'appartenance et ceci quelque soit les conditions expérimentales.

B. L'explication à partir de la TIS.

a. Le maintien d'une image de soi positive.

La TIS stipule que nous sommes tous façonnés par une identité personnelle et une identité sociale (autant d'identités sociales que de groupes d'appartenance).

Or, les individus aiment être associés à des catégories positives et lorsqu'ils sont placés dans un groupe, quel qu'il soit, ils ont tendance à considérer que ce groupe est le meilleur. Avoir le sentiment d'appartenir à un groupe de valeur motive pour établir et maintenir une image de soi positive.

b. La comparaison sociale.

Afin d'évaluer la valeur de nos groupes d'appartenance, nous les comparons à d'autres groupes sociaux, et ce, à chaque fois que nous éprouvons le besoin d'évaluer nos conduites et de les ajuster aux normes ambiantes.

III. Stéréotypes et préjugés.

1. Éléments de définition.

A. Définitions.

a. Les stéréotypes.

Selon Leyens, Yzerbyt et Schradon (1996), les stéréotypes sont "des croyances partagées au sujet des caractéristiques personnelles, généralement des traits de personnalité, mais aussi souvent des comportements d'un groupe de personnes".

Une catégorie est dite stéréotypique lorsque les membres d'un même groupe s'accordent à penser qu'un ou plusieurs traits particuliers caractérisent les individus de cette catégorie.

Une fois le stéréotype intégré, il sera utilisé par les individus de façon quasi mécanique.

b. Les préjugés.

Le préjugé réunit un ou plusieurs stéréotypes.

Un stéréotype peut être positif alors qu'un préjugé renvoie plutôt à une attitude de défaveur à l'encontre de certains groupes sociaux ou culturels.

B. Fonctions des stéréotypes et des préjugés.

a. Fonctions des stéréotypes.

-Fonction socio-cognitive: un stéréotype est la manifestation d'un fonctionnement cognitif normal, considéré comme le tribut à payer pour fonctionner efficacement dans le monde qui nous entoure.

-Fonction socio-affective: le fait de doter un autre groupe d'une signification affective, renforce la cohésion de son propre groupe d'appartenance.

b. Fonction des préjugés.

-Fonction socio-affective: la plupart du temps, les préjugés sont le reflet de tensions latentes ou manifestes entre certains groupes sociaux.

2. Les caractéristiques des stéréotypes et préjugés.

A. Les caractéristiques des stéréotypes.

-L'uniformité: dans un groupe déterminé.

-La simplicité: images pauvres.

-La prégnance: adhésion superficielle ou profonde au stéréotype.

-La durabilité et la constance.

-La tonalité affective: un stéréotype n'est jamais neutre, il exprime de la faveur ou de la défaveur.

B. Les caractéristiques des préjugés.

On distingue 3 composantes dans les préjugés:

- Une composante cognitive: préjugé nécessite une représentation mentale des groupes.
- Une composante affective: vis-à-vis du groupe considéré.
- Une composante comportementale: se réfère à l'orientation de l'action face au groupe considéré car le préjugé suscite certaines attentes et en ce sens peut influencer nos conduites.

3. Quelques effets des préjugés.

A. La discrimination.

C'est un comportement dirigé contre les individus visés par le préjugé. Ce mécanisme est particulièrement saillant lors des périodes de crises sociales et économiques.

B. L'effet sur l'estime de soi.

Les personnes fréquemment sujettes à discrimination, en arrivent à s'auto-dévaloriser, intériorisant ainsi leur statut de victime.

IV. Les théories de l'attribution.

1. L'attribution causale.

A. L'homme comme scientifique naïf.

L'homme a besoin de comprendre ce qui se passe autour de lui, afin de se donner l'impression qu'il maîtrise au moins en partie son environnement et donc qu'il peut anticiper les événements à venir. Une de ses activités peut être de rechercher la cause des événements qu'il perçoit.

B. L'attribution causale.

L'attribution est le processus par lequel l'homme appréhende la réalité et peut la prédire et la maîtriser.

L'on distingue 2 grands types d'explication à un comportement:

- Explications internes ou dispositionnelles: cause d'un événement ou comportement chez la personne qui le manifeste.
- Explications externes ou situationnelles: cause d'un événement ou comportement dans la situation.

L'attribution d'événements à des sources causales a une grande importance pour notre image de l'environnement social.

2. Les autres modèles de l'attribution.

A. Le modèle de Jones et Davis (1965).

Pour pouvoir accéder aux intentions sous-jacentes d'un acteur, il faut que l'observateur pense que celui-ci est conscient des effets de son action et qu'il a les capacités pour le faire.

Ensuite, 3 éléments permettent de déterminer la correspondance entre une disposition de l'acteur et sa conduite:

- la désirabilité sociale: c'est à dire la conduite que le sujet pense être valorisée socialement.
- les effets distinctifs.
- le choix dont dispose l'acteur quant à son action.

B. Le modèle de Kelley (1967).

Lorsqu'un individu dispose de plusieurs sources d'informations pour attribuer une cause à une conduite, il fonde son analyse sur le principe de la co-variation.

Trois catégories d'informations entrent en jeu dans cette co-variation:

- le consensus: le sujet qui évalue les causes d'un comportement se demande dans quelle mesure d'autres personnes que celle observée peuvent le manifester.
- la distinction: le comportement observé est-il dû uniquement aux stimuli liés à cette situation et peut-il apparaître avec d'autres stimuli?
- la consistance: la personne observée réagirait-elle de la même façon, placée à nouveau dans les mêmes conditions?

Des attributions décernées à la personne apparaissent lorsque la consistance est élevée mais que le consensus et la distinction sont faibles.

Des attributions décernées à la situation apparaissent lorsque le consensus, la consistance et la distinction sont élevées.

C. L'erreur fondamentale.

Ross (1977) désigne l'erreur fondamentale comme la tendance pour un sujet observateur à surestimer le rôle des facteurs dispositionnels et à sous-estimer le rôle des facteurs situationnels dans l'explication de la conduite des autres.

V. Le contrôle.

1. Le locus of control (LOC).

A. Distinction entre attribution causale et locus of control.

Rotter (1966) est à l'origine de ce concept du LOC. Selon lui, on doit différencier le processus par lequel les individus expliquent et interprètent les conduites et les états émotionnels (attribution causale) d'une variable générale de personnalité (LOC). Cette variable concerne le degré de relation causale que les individus établissent entre leurs conduites et/ou leurs caractéristiques personnelles, et les renforcements positifs et négatifs qu'ils reçoivent.

Division en deux types de personnalité:

- les individus internes: privilégient le contrôle lié à l'individu.
- les individus externes: privilégient le contrôle extérieur à l'individu.

B. L'apparition d'une échelle d'internalité/externalité.

a. Présentation générale.

Ces échelles d'internalité/externalité sont soit générales soit plus spécifiques. Soit multidimensionnelles soit unidimensionnelles.

Les échelles multidimensionnelles ont pour postulat qu'une dimension unique de LOC n'existe pas et que celui-ci varie selon les domaines; cette conception est inverse de celle des échelles unidimensionnelles.

b. Un exemple d'échelle.

Cf l'échelle de Phares (1955), première à avoir été élaborée.

2. Les internes et les externes.

A. Différences entre internes et externes.

B. Internalité et réussite.

a. Internalité et réussite scolaire.

L'importance de la relation internalité/réussite varie en fonction de plusieurs critères, suivant, par exemple:

-l'âge: relation plus forte chez les adolescents que chez les adultes et les enfants.

-le sexe: relation plus élevée chez les garçons que chez les filles.

b. Internalité et statut professionnel.

Les internes occupent un statut professionnel plus élevé que les externes et donc perçoivent des salaires plus élevés.

C. Internalité et adaptation.

La confiance en soi, qui caractérise les internes, résulte des succès rencontrés auparavant et de la croyance que l'on a en ses capacités de pouvoir agir sur les événements.

a. Internalité et engagement politique.

Il n'y a pas de lien net entre internalité et engagement politique contrairement à ce que l'on aurait pu prédire.

b. Internalité et adaptation au stress.

Les internes réagissent de façon positive aux coups durs en s'engageant dans de nouvelles activités, ce qui semble avoir des effets positifs sur leur santé. À l'inverse, les externes subissent davantage leur sort et sont donc plus prédisposés aux maladies.

CHAPITRE IV: Groupes et communication.

I. La communication.

1. Des éléments introductifs.

A. Une communication omniprésente.

a. Quand communique-t-on?

Tout individu est membre de groupes sociaux dans lesquels il échange des informations, des affects avec les autres membres du groupe.

b. Qu'est-ce que communiquer?

La communication est l'ensemble des processus physiques et psychologiques par lesquels s'effectue l'opération de mise en relation d'une (ou plusieurs) personne(s) - l'émetteur - avec une (ou plusieurs) personne(s) - le récepteur - en vue d'atteindre certains objectifs.

Une information est à la fois une opération (l'action d'informer) et un contenu (ce qui informe), aboutissant à une réduction du désordre.

B. Les modèles de la communication.

Modèles technique, linguistique, systémique ou encore psychosociologique.

2. Le modèle systémique ou technique de la communication.

A. Une première version du modèle.

Selon Shannon (1949), on peut distinguer divers éléments entrant en jeu dans la communication:

- l'émetteur: source du message transmis.
- le récepteur: celui à qui est destiné le message et qui le reçoit.
- le message: qui contient l'information à diffuser.
- le canal: voie de circulation des messages.
- le code: soit la transformation d'une information en signes repérables.

B. Un modèle plus complet.

Wiener, à l'époque où Shannon élabore son modèle, ajoute une boucle de rétro-action aussi appelée feed-back. Il met ainsi l'accent sur l'importance accordée aux processus d'ajustement du message dans la poursuite d'une action.

Enfin, 2 autres éléments apparaissent dans la communication:

- les bruits: c'est à dire les phénomènes qui viennent parasiter la qualité de la communication.
- le référent: ou contexte dans lequel se déroule la communication.

3. Le modèle psychosocial de la communication.

A. Idée centrale du modèle.

On ne parle plus de d'émetteur/récepteur mais de locuteur/allocuté.

B. Les notions de base du modèle.

- La notion de personnalité qui renvoie à des individus auxquels sont associés des caractéristiques qui les définissent (on ne parle pas de la même façon à un enfant qu'à une personne âgée: statut et rôle différent).
- La notion de situation commune rappelle que toute communication s'établit dans un cadre donné, une situation définie.
- La communication entre 2 individus n'est pas la même suivant que l'un d'eux cherche à convaincre l'autre ou à le renseigner.
- La notion de signification met l'accent sur le fait que les hommes font plus que communiquer des informations, ils échangent des significations.

C. Les conséquences de ces notions de base sur la communication.

- Il n'y a aucun intérêt à s'attacher au mot à mot d'un message si on véritablement le comprend.
- On communique d'autant mieux avec autrui que celui-ci possède le même cadre de référence et le même univers symbolique.
- On observe des effets de filtre (= barrière de l'inconscient) et de halo (= association d'idées) lors de la diffusion d'un message.

4. La rumeur.

A. Conditions d'apparition.

- L'importance du sujet: une rumeur ne se développe que si elle touche un sujet important pour les membres du groupe dans lequel elle se développe.
- La nature ambiguë du sujet: il faut que peu d'informations sur le sujet soient disponibles ou que ces informations soient ambiguës pour qu'une rumeur se développe.

B. Définition.

Une rumeur est une affirmation générale que l'on présente comme vraie, sans qu'il y ait de données concrètes permettant de vérifier son exactitude.

C. Les lois de l'altération du message (x3).

a. La loi d'appauvrissement ou de nivellement.

Plus une rumeur circule, plus elle tend à devenir courte, concise. Après 5 à 6 transmissions, la rumeur a perdu 70% de ses détails. Par la suite, la rumeur se stabilise.

b. La loi d'accentuation.

Processus qui comprend à la fois la perception, la rétention et la reproduction sélective d'un nombre limité de détails provenant d'un contexte plus large.

c. La loi d'assimilation.

Processus de transformation de la rumeur afin de la rendre cohérente avec l'idée centrale. On distingue plusieurs types d'assimilation:

-assimilation au thème central.

-assimilation par anticipation: on retient les choses non pas telles qu'on les entend mais telles qu'on les perçoit habituellement.

-assimilation à des stéréotypes: on modifie le message afin de le rendre cohérent avec des stéréotypes qu'on véhicule.

Ces 3 processus complémentaires, appelés dans leur ensemble processus de consolidation, montrent bien la difficulté de percevoir notre monde de façon objective.

D. Les fonctions de la rumeur.

-Besoin profond des individus de combler un manque d'informations que leur paraît angoissant.

-Volonté d'introduire une cohérence rationnelle et affective dans un matériel ambigu.

E. Exemple d'études de laboratoire et limites de ces études.

Intervention de 5 facteurs qui font une différence entre rumeurs naturelles et rumeurs de laboratoire:

-l'effet produit par la présence d'un public: hors public, les messages sont plus longs.

-le fait que les sujets sont attentifs à reproduire le plus fidèlement possible le récit compte tenu de la présence de l'expérimentateur.

-lors de l'expérience, le temps entre la réception du message et sa reproduction est très bref.

-en laboratoire (où l'on a la volonté d'être précis), les motivations sont différentes de celles en milieu naturel.

II. Les processus d'influence.

1. L'influence sociale.

A. Définition de l'influence.

L'influence est avant tout sociale.

On parlera de processus d'influence si un individu, confronté à la réponse d'un autre individu, réponse différente de la sienne, modifie sa réponse initiale.

B. Les différentes formes d'influence sociale.

L'influence regroupe trois processus majeurs:

-la normalisation: en l'absence de norme reconnue collectivement, les individus présents dans le groupe tentent d'en élaborer une en s'influçant les uns les autres.

-la conformité.

-l'innovation.

2. La normalisation.

A. Définition de la norme.

Une norme est une règle explicite ou implicite, qui impose de façon plus ou moins prégnante un mode organisé de conduites sociales; elle se présente comme un ensemble de valeurs largement dominant et suivi dans une société donnée; elle sollicite une adhésion et implique des sanctions dans un champ d'interactions complexes.

B. C. L'expérience - les résultats.

Le sujet d'abord seul, établit sa propre norme. Les normes individuelles tendent ensuite à converger vers une norme collective lorsque les sujets se trouvent en situation de groupe. À l'inverse, quand les sujets sont d'abord en groupe, on constate que les jugements individuels tendent à converger vers une valeur centrale que Shérif appellera norme.

D. Les fonctions de la normalisation.

- réduction de l'incertitude.
- évitement des conflits.

3. La conformité.

A. Définition.

Mise en jeu d'une norme physiquement et socialement reconnue.

La conformité peut être définie comme la modification d'un comportement par laquelle l'individu répond aux pressions d'un groupe, en cherchant à se mettre en accord par l'adoption des normes qui lui sont proposées ou imposées.

B. L'expérience.

L'on présente deux bâtons dont la taille est à comparer à une taille étalon. Le but est de déterminer lequel des deux bâtons est de taille la plus proche de celle de l'étalon. Bien sûr, la réponse est évidente, mais l'astuce est que l'on fait répondre des compères avant le sujet naïf, et qu'ils donnent à l'unanimité la réponse fausse.

C. Les résultats.

32,2% des sujets naïfs se rallient à l'opinion majoritaire et donnent eux aussi la mauvaise réponse. Cependant, lorsqu'à la fin de l'expérience on explique aux sujets leur comportement, ils nient l'importance de l'influence du groupe, considérant la pression sociale comme secondaire.

D. Les fonctions de la conformité.

- peur d'exclusion: moteur de la conformité au jugement d'autrui.

4. L'innovation.

A. Définition.

Le processus de l'influence minoritaire joue lorsque la minorité tente de remplacer le système dominant détenu par la majorité.

B. L'expérience.

Deux des 6 sujets sont des compères. Ils assignent la couleur verte à une diapositive alors qu'elle est plutôt bleue.

C. Les résultats.

8,42% des sujets sont influencés si les compères sont insistants sinon aucune influence significative n'est observée.

D. Les conditions de l'influence minoritaire.

-pour qu'une minorité puisse être considérée comme active, il faut qu'elle paraissent cohérente dans ses réponses. Si division entre les membres de cette minorité, la source minoritaire perd toute influence potentielle.

III. La dynamique des groupes.

1. Premières définitions.

A. Différents types de groupes.

-La foule: degré d'organisation très faible, un grand nombre de participants et sujette à la contagion des émotions.

-La bande: degré d'organisation faible, un petit nombre de participants et animée par la recherche du semblable.

-Le groupement: degré d'organisation moyen, un nombre de participants variable et marqué par des relations humaines superficielles.

-Le groupe primaire: degré d'organisation élevé, un petit nombre de participants et orienté vers des actions importantes et novatrices.

-Le groupe secondaire: degré d'organisation très élevé, un nombre variable de participants et déterminé par des buts et des actions planifiés.

B. Définition du groupe restreint.

Le groupe restreint, qui rejoint le groupe primaire défini ci-dessus, a pour principales caractéristiques de permettre à chaque membre du groupe d'interagir avec les autres membres, ce qui facilite, sans les favoriser, des relations affectives intenses au sein du groupe. Toutes ces raisons font que ce type de groupe est un lieu privilégié d'observation des phénomènes caractérisant une dynamique particulière.

C. Définition de la dynamique des groupes.

Ensemble des phénomènes concernant les interactions et les affects qui apparaissent dans les groupes humains.

2. L'approche Lewinienne de la dynamique des groupes.

A. La théorie du Champ.

a. Positions théoriques.

Considération d'un groupe comme un tout dynamique où s'expriment des forces qui relient les personnes entre elles.

b. Les résultats d'une expérience.

Il est plus facile de modifier les positions d'individus en groupe que de changer les positions d'individus isolés.

B. Le training group (ou groupe de diagnostic).

Le T-Group, modèle expérimental, se caractérise par:

- absence de liens antérieurs entre les participants.
- nombre optimal de participants (entre 8 et 12).
- obligation d'échanges verbaux et liberté complète de ces échanges.
- nombre relativement élevé de réunions consécutives du même groupe artificiel.
- une vacance du pouvoir à l'intérieur du groupe, ce qui permet à chacun de l'assumer à sa façon.
- un véritable inventaire des difficultés à communiquer, que ce soit dû à des problèmes liés aux personnalités individuelles en présence ou à l'absence de code commun.
- la mise en évidence des causes de manifestation de sympathie ou d'antipathie entre les membres, leur évolution, leurs effets sur le moral ou le travail du groupe.

3. L'approche psychanalytique des groupes.

A. La conceptions freudienne.

Étude sur l'armée et l'Église.

Selon Freud, le fonctionnement de la vie collective repose sur l'existence d'un chef qui aime d'un amour égal tous les membres du groupe. Mais l'amour du chef pour les membres n'est qu'une illusion. Le lien qui existe entre les membres du groupe et le chef est fondé sur l'identification: il y a identification lorsque le chef est considéré comme un modèle. Elle existe aussi entre les membres du groupe: elle leur permet de se découvrir des traits communs, de se considérer comme égaux et donc d'établir une cohésion sociale.

Cette cohésion est bâtie sur l'idée que le chef aime d'un amour égal tous les membres de la collectivité: "tout le reste se rattache à cette illusion", dit Freud. "Si elle disparaissait, l'armée et l'Église ne tarderaient pas à se désagréger".

B. Redl et la notion de personne centrale.

Étude sur les classes d'enfants et d'adolescents.

Une classe animée par un leader officiel, l'enseignant, ne constitue pas forcément un groupe. Pour que ce soit le cas, il faut que les membres du groupe se retrouvent autour d'une "personne centrale".

Il distingue 10 types de personnes centrales:

- le souverain patriarche.
- le leader.
- le tyran.
- l'objet d'amour.
- l'objet de pulsions agressives.
- l'organisateur.
- le séducteur.
- le héros.
- la mauvaise influence.
- le bon exemple.

C. Bion et les hypothèses de base.

Bion (1965) distingue 2 niveaux de fonctionnement dans les groupes:

- un niveau rationnel et conscient, centré sur la tâche à effectuer.
- un niveau basé sur les émotions et l'inconscient.

Il distingue 3 hypothèses de base de fonctionnement des groupes:

- la dépendance: le groupe se comporte comme s'il voulait être protégé et nourri par le chef.
- l'attaque-fuite: le groupe se comporte comme s'il devait se protéger d'un danger éventuel en attaquant ou en fuyant celui-ci.
- le couplage: le groupe place un espoir de résolution des problèmes apparus en son sein dans les sentiments de sympathie qui se tissent entre les membres.

D. Les travaux d'Anzieu et Kaës.

Ils ont développés 2 nouveaux concepts:

- L'imaginaire groupal: tout groupe s'organise autour de fantasmes inconscients.

Le travail du groupe sera alors de dégager l'aspect latent du contenu des échanges.

Fonctionnement du groupe fondé sur 3 organisateurs psychiques inconscients:

- le fantasme individuel.
- l'imago: représentation d'autrui qui se construit sur les 1^{er} relations avec l'entourage familial.
- les fantasmes originaires: scénarios imaginaires inconscients communs à tous les hommes.

-L'appareil psychique groupal: considération du groupe comme un ensemble de formes, schèmes et appareils à contenir, transposer et gérer des formations psychiques. Le groupe est alors perçu comme une instance de nature à créer des

phénomènes psychiques qui lui sont propres, qui ne seraient pas une simple juxtaposition des appareils psychiques individuels.