

PSYCHOLOGIE SOCIALE

Professeur : Olivier Corneille

Bureau : PSP-PSOR E-354

Adresse e-mail : olivier.corneille@psp.ucl.ac.be

Téléphone : 010/47.86.42.

Examen : QCM de 2 heures (+1 point par bonne réponse, -1 point par mauvais, 0 point par abstention)

Support : « Psychologie sociale », Leyens et Yserbyt.

Plan du cours :

I. Introduction.

II. Première partie : La perception d'autrui : A. La formation d'impression
 B. L'attribution causale

III. Deuxième partie : Influence sociale : A. Attitudes et persuasion
 B. Le changement d'attitudes
 C. Les normes sociales
 D. Conformité et obéissance
 E. Résistance et innovation

IV. Troisième partie : Interactions sociales : A. Attraction et altruisme
 B. Agression interpersonnelle
 C. Relations et conflits intergroupes

I. Introduction.

Définition

La psychologie sociale est l'étude scientifique des variables et processus psychologiques déterminant la manière dont l'individu perçoit, ressent, pense et agit sur son environnement social.

- scientifique : - Rigueur dans la récolte, l'analyse, l'interprétation et la communication des données d'observation. Méthodologie de la récolte : récolte de données à travers des paradigmes de psychologie sociale.
 - Analyse des informations obtenues.
 - Interprétation intégrée par rapport à des modèles théoriques existant.
- variables et processus : il y a une volonté d'expliquer les mécanismes qui sous-tendent les associations. Dès que l'on connaît les caractères, on peut prévoir ce qui se passera dans tel ou tel contexte.
- individu : on observe les perceptions, les sentiments des individus mais aussi les interactions entre les individus ou groupes restreints. Comment un individu réagirait-il si on le mettait à la place d'un autre ?
- perçoit, ressent, pense et agit : on s'intéresse à la perception, aux émotions, aux raisonnements et aux comportements des individus.
- étude scientifiques des variables et processus : **Méthodologie expérimentale** :

On place des individus dans 1 situations parmi 3 qui ne diffèrent que par 1 seule caractère, par un seul critère. Celui-ci est le facteur d'intérêt, le facteur causal. Après, on mesure dans chaque groupe l'impact du critère sur la perception, l'émotion, le raisonnement et le comportement de chaque individu. Les probabilités peuvent être erronées mais la probabilité d'erreur peut se calculer mathématiquement.

Cette approche nous apporte l'évaluation de la probabilité de se tromper en observant quelque chose, en établissant un lien entre 2 facteurs.

Désavantage : cette méthode est réductionniste car elle ne concerne que des facteurs que l'on peut évaluer.

Avantage : on peut estimer son risque d'erreur.

Exemple :

Comment expliquer le nombre important d'heures passées devant la télévision ?

L'addiction à la télévision s'explique par une situation de forte conscience de soi quand on est inactif. Lorsque l'être humain est inactif, il pense souvent à sa vie, à son rôle dans le monde. Il se pose des questions existentielles. Il constate dès lors une inadéquation du self : je pourrais être mieux, je pourrais faire mieux, je pourrais être médecin mais je ne suis qu'ouvrier,

La télévision permet de diminuer la conscience de soi → on échappe à ce constat désagréable

Il existe 2 manières de procéder pour constater ce phénomène.

1^{ère} manière : Selfs-reports et observation :

On demande aux gens de noter chaque fois qu'ils regardent la télévision comment ils se sentent avant, pendant et après qu'ils la regardent.

Ceux-ci répondent qu'ils regardent la télévision pour être de meilleure humeur. Il faut noter que ceux-ci peuvent se tromper ou mentir (comme pour les sondages politiques par exemple).

Cette manière de procéder montre que les gens peu satisfaits d'eux-mêmes regardent plus la télévision que ceux qui sont satisfaits de leur vie.

Selon cette méthode, le sens de la causalité (qu'est-ce qui pousse à regarder la télévision) est absent. De plus, la présence de variables tierces (famille, amis par exemple) empêche des résultats très représentatifs de la réalité.

2^{ème} manière : Approche expérimentale :

Elle mesure le self par rapport à la télévision. Cela implique une nouvelle mesure du self. Quand le self est menacé, l'individu regarde beaucoup la télévision. Quand le self n'est pas menacé, l'individu regarde peu la télévision.

La perception de bien-être qui découlera du fait de regarder la télévision sera identique si le film est triste que si le film est comique.

Les recherches expérimentales impliquent des explications limitées, partielles mais contrôlées. Elles expliquent aussi la possibilité d'évaluer la puissance de l'explication.

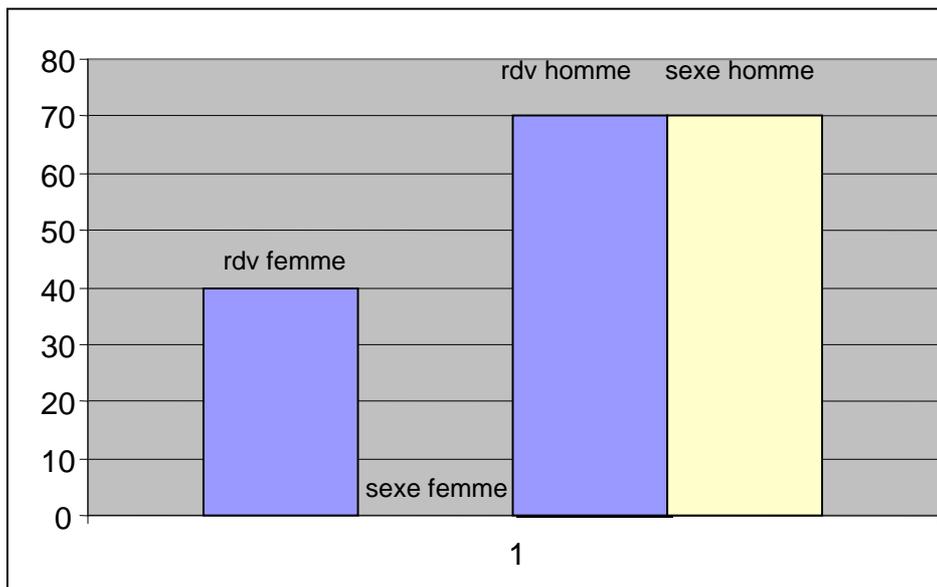
La psychologie sociale a pour but d'expliquer les choses les plus intimes et les plus rares.

Exemple1 : Deux individus de sexe opposé boivent un verre ensemble.

Comment se perçoivent-ils l'un l'autre et pourquoi se perçoivent-ils comme cela ? Quel est l'impact sur le plan émotionnel et avec quelles conséquences ? Quel est l'impact sur le comportement social ? Quelles sont les chances de succès ?

Ce sont toutes des questions qui peuvent être posées en recherche expérimentale.

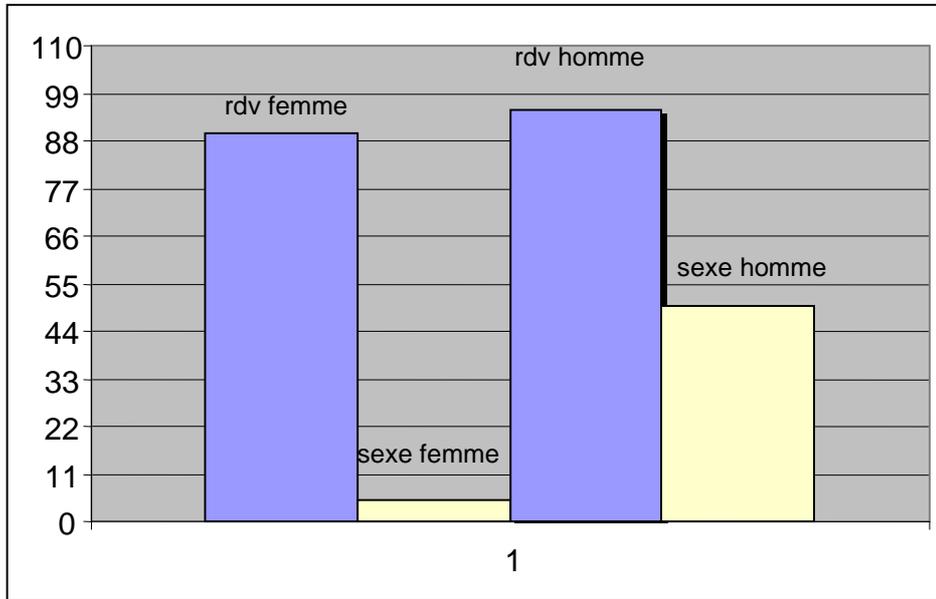
Etude 1 : % d'acceptation d'un rendez-vous ou d'un rapport sexuel avec un inconnu.



70 % des hommes accepteraient un rendez-vous avec un inconnu contre 40 % des femmes.

70% des hommes accepteraient d'avoir un rapport sexuel avec un inconnu contre 0% des femmes

Etude 2 : % d'acceptation d'un rendez-vous ou d'un rapport sexuel avec une connaissance d'un ami qui le propose.



95 % des hommes accepteraient un rendez-vous avec une connaissance d'un ami contre 90 % des femmes → confiance en ses amis

50 % des hommes accepteraient un rapport sexuel avec une connaissance d'un ami contre 5% des femmes.

Les hommes sont moins intéressés d'avoir un rapport sexuel avec une connaissance d'un ami qu'avec un inconnu. Peut-être pour bien figurer devant ses amis, peut-être par peur des répercussions. Avec un inconnu, il n'y a pas de répercussions possibles.

La facilitation sociale

Triplet a mené un des premiers travaux de recherche en psychologie sociale sur des bases de coaction.

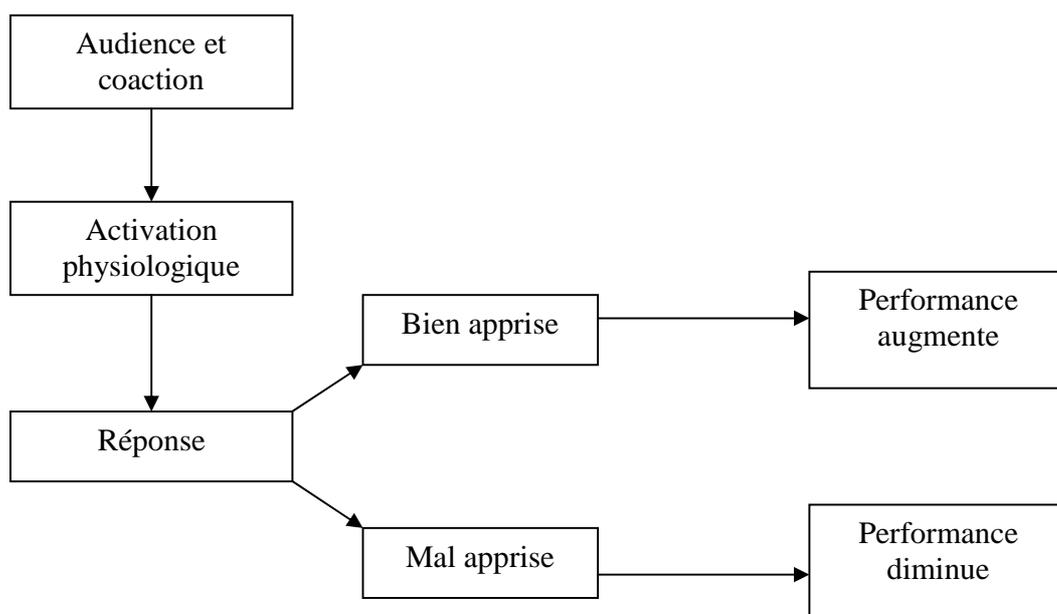
Des individus devaient faire des choses inintéressantes (par exemple, copier les numéros de téléphone d'un bottin, compter des allumettes, ...). Quand Triplet n'était pas dans la pièce, la tâche était effectuée avec lenteur, sans stress mais quand il entrait dans la pièce, le travail effectué par les individus observés devenait frénétique, stressant,...

Triplet a montré qu'en présence d'autrui, une personne effectue une tâche avec une meilleure performance : c'est **l'effet de coaction**. Il faut également noter que cette performance est meilleure même si l'autrui est passif, c'est-à-dire n'observe pas attentivement l'individu « cobaye ».

Le phénomène n'est en fait pas si simple. En effet, l'audience et la coaction sont efficaces, augmentent la performance dans certains cas (sport par exemple) mais pas dans d'autres (exposé devant 300 personnes).

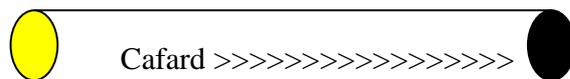
Zajonc propose, quant à lui, un modèle physiologique explicatif de ces résultats. L'audience et la coaction suscitent une excitation physiologique qui elle-même suscite une probabilité d'émission d'une réponse dominante. La réponse bien apprise augmente la performance, tandis que la réponse mal apprise fait diminuer la performance.

On peut résumer cela par le schéma suivant :



Ce phénomène ne diffère pas selon que l'on étudie des humains ou des cafards. Nos comportements sont pareils à ceux des cafards. Le modèle de Zajonc s'applique à chaque espèce animale.

Zajonc va faire une expérience avec des cafards : il les mets dans un tube au bout duquel il y a soit de la lumière, soit une zone noire. Le cafard fuit la lumière et se dirige vers la zone d'ombre.

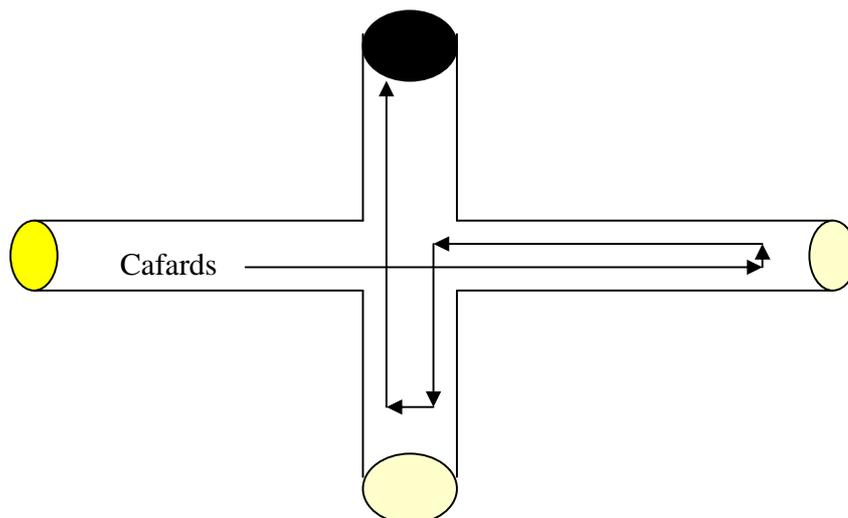


Zajonc met ensuite plusieurs cafards dans le tube. Ils arrivent plus vite à la zone d'ombre. La performance augmente donc plus facilement en présence d'autrui pour les cafards comme c'était le cas pour les humains.

Tout seul, le cafard met 15 secondes à arriver dans la zone d'ombre pour 10 secondes en groupe.

Si le tube se complexifie au point de devenir un labyrinthe, il y a cependant une diminution de la performance en présence d'autrui.

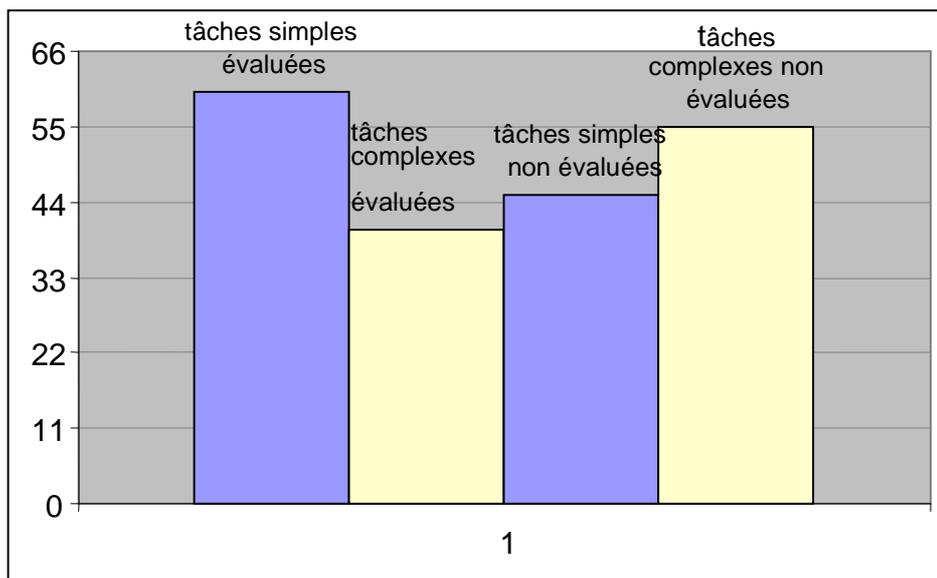
Ainsi, dans les tâches simples, la présence d'autrui augmente la performance tandis que dans les tâches complexes, la performance diminue en présence d'autrui.



Tout seul, le cafard met 30 seconde (par exemple) à trouver la zone d'ombre contre 1 minute en groupe.

Selon Cottrell, ce ne serait pas la présence d'autrui qui serait responsable de la facilitation sociale mais plutôt les anticipations positives ou négatives dont elle serait le symbole. Ainsi, il montre que si l'explication de Zajonc est bonne, l'individu peut subir une pression évaluative, il peut craindre que ses prestations soient évaluées.

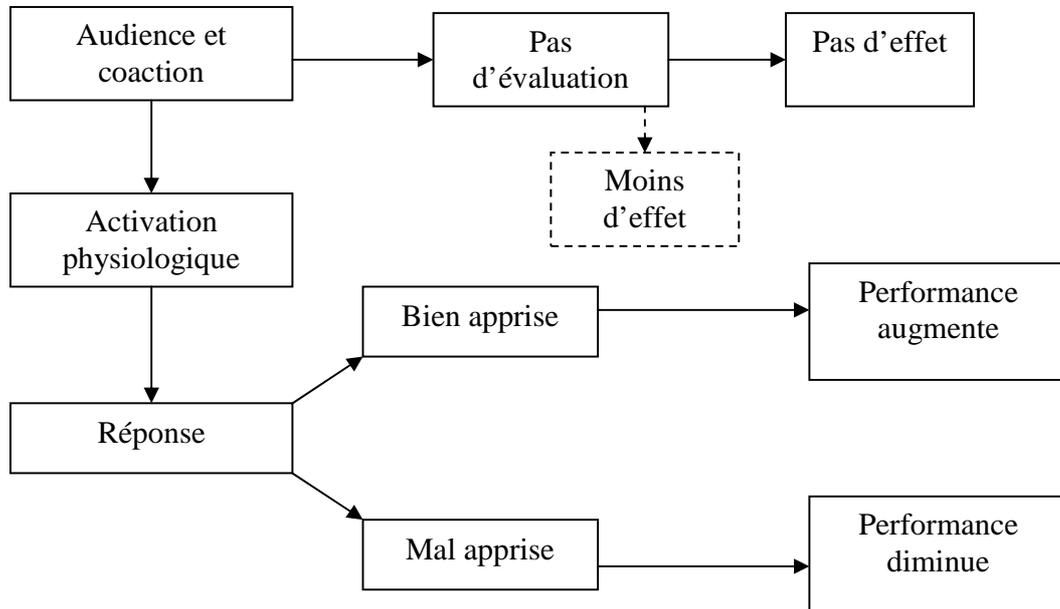
Ainsi, quand il est évalué, l'individu fait plus de tâches simples que de tâches créatives, complexes et lorsqu'il n'est pas évalué, il fait plus de tâches créatives que de tâches simples.



Par conséquent, nous pouvons agir comme des cafards mais autrui a une importance sur notre comportement. Le fait d'être évalué peut nous pousser à faire plus d'efforts pour des tâches sans intérêts.

Ce mécanisme représente des phénomènes appris à cause de la socialisation plutôt qu'innés.

Cottrell complète alors le modèle de Zajonc :

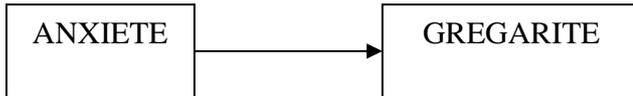


La position de Cottrell est beaucoup trop extrême car la présence d'autrui, même sans évaluation, influence l'individu observé. Il ne faut pas la négliger, elle a de l'effet même si celui-ci est moindre.

Anxiété, grégarité et comparaison sociale

La privation sensorielle est quelque chose d'insupportable à vivre car elle suscite un sentiment d'anxiété. Cette anxiété suscite un besoin de rencontrer autrui.

Exemple : après le 11 septembre, les Américains ont éprouvé le besoin de se réunir pour se soulager de leur anxiété.

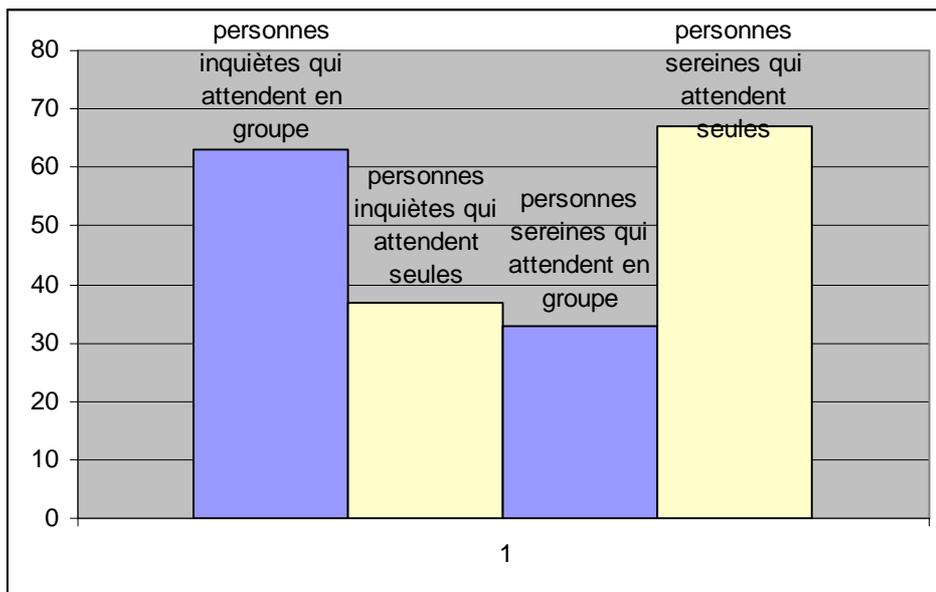


Une des premières expériences pour démontrer cela fut celle de Schachter :

Deux groupes d'étudiantes étaient formés. Tous 2 allaient être soumis à des chocs électriques. Au premier, le docteur Zilstein disait que les chocs allaient faire très mal, et que l'expérience ne serait pas agréable, elle serait négative. Dans le second, on leur dit que les chocs allaient les chatouiller et que l'expérience allait être agréable, positive. Il s'en suivit une très forte anxiété dans le premier groupe et une faible anxiété dans le second. La salle d'expérience n'étant pas libre, les groupes allaient devoir attendre un petit peu. Schachter s'intéressa, et c'est cela le vrai but de l'expérience, de savoir si l'anxiété provoquée allait accroître ou décroître la grégarité.

Les observations furent les suivantes :

63 % des individus ayant une forte anxiété décidèrent d'attendre en groupe contre 33 % des individus de faible anxiété.



Ces résultats ne sont pas les mêmes si autrui se trouve dans la même situation. Cela n'aurait pas fonctionné si les individus du groupe 1 attendaient avec les individus du groupe 2. Les résultats sont identiques si la communication est interdite.

La présence d'autres personnes peut soit augmenter soit diminuer le stress enduré. Celle-ci permet cependant à l'individu de comprendre ce qui lui arrive.

Exemple : l'enfant qui vient de tomber en vélo regarde instinctivement ses parents pour voir si il doit pleurer ou rigoler. Ainsi, si ses parents sont apeurés, il pleurera. Si ses parents rigolent, il rigolera.

Festinger a élaboré la théorie de la comparaison sociale : le manque d'étalons de mesure objectifs pour juger des émotions (sympathie, violence, calme, beauté,...) entraîne une définition relative, subjective et négociée. Tout jugement est nécessairement objectif, relatif. Les mesures sociales nous orientent par rapport au monde mais également par rapport à nous-mêmes.

La présence d'autrui peut avoir un impact profond sur des choses profondément intégrées en nous (ex : idéologie).

Semblable et différent

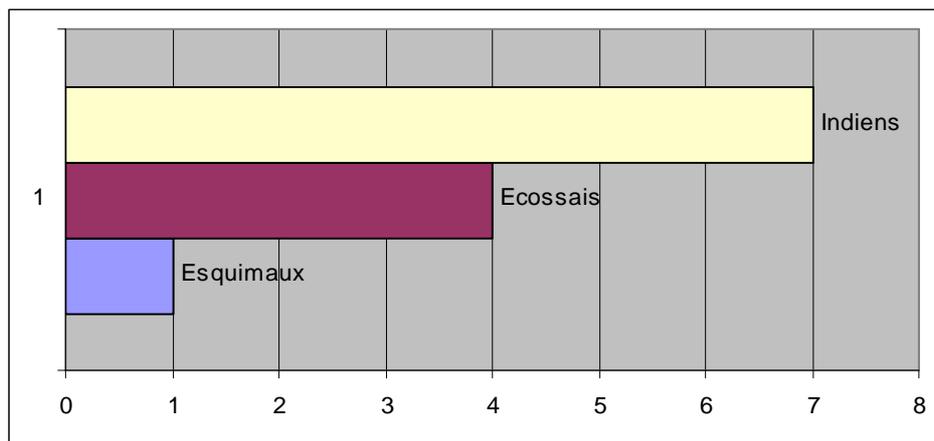
Comment concilier le besoin d'appartenance et le besoin d'individualité ? En effet, quand un individu est isolé trop longtemps, il a envie d'être dans un groupe, de rencontrer des gens. Paradoxalement, lorsque l'inverse se produit, c'est-à-dire lorsque un individu est trop longtemps dans un groupe, il a besoin d'être seul un moment.

L'effet de conformité supérieur de soi consiste à se juger supérieur aux autres sur les normes partagées par le groupe ; il permet d'exprimer son individualité.

Exemple : une mère se dira toujours qu'elle est la meilleure mère du monde, un jackass voudra être le plus crétin possible,...

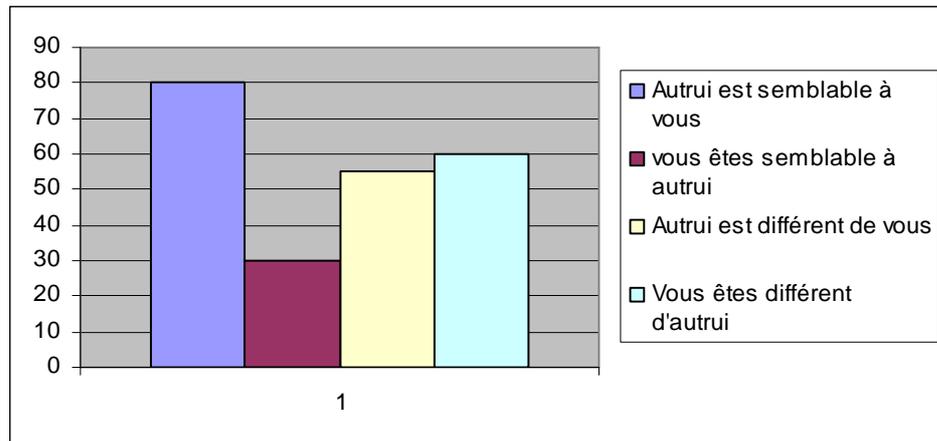
Chacun a besoin d'être dans un groupe mais a également besoin de se distinguer par rapport à celui-ci.

Dans les sociétés où l'esprit collectif est fort(ex : Inuits, Indiens,...), le conformisme est fort et dans les sociétés individualistes, le conformisme est très faible(ex : USA,...).



Dans nos sociétés, il est important d'insister sur l'individualisme. Il est ainsi beaucoup plus facile d'admettre qu'un individu nous est semblable plutôt que d'accepter que nous sommes semblables à un individu. « Tu lui ressembles. – Non, c'est lui qui me ressemble.

On remarque cela selon les résultats d'une expérience : on a demandé à des individus de remplir un questionnaire et les résultats obtenus sont :



Il y a une grande différence entre la première et la deuxième possibilité alors que c'est la même chose.

L'effet achat-vente :

Si nous achetons un bien de subito pour 1€ et que l'on demande de le revendre, nous ne voudrions pas le revendre pour le même prix mais pour plus cher, ou contre un échange plus avantageux (je te donne 2 billets si tu m'en donnes trois). Le fait d'avoir acheter le billet donne l'impression que celui-ci a acquis une valeur plus grande alors que ce n'est pas le cas.

Le fait de perdre quelque chose est beaucoup plus douloureux que le fait de ne pas gagner quelque chose. Ainsi, lorsque l'on gratte un billet non gagnant, on râle un peu puis c'est fini mais lorsque l'on vend un billet qui s'avèrera être gagnant, on va râler énormément.

Ex : spot de publicité contre le cancer :

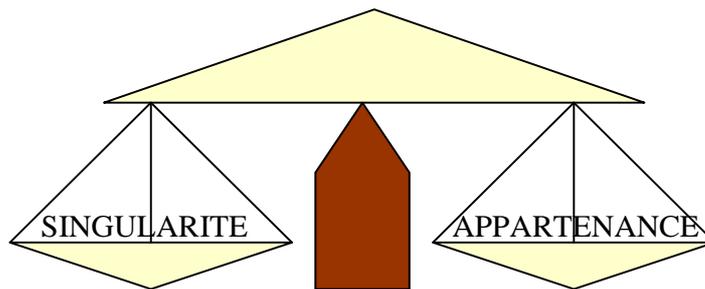
1. Si tu ne fait pas d'examens, tu vas mourir
2. Si tu fais les examens, tu vivras

Quelle est la plus efficace ? La première a un effet plus fort car la perte est plus douloureuse que le non gain.

Dans notre esprit, on a plus tendance à croire que si on choisit son ticket de loterie, on aura plus de chance de gagner, alors que ce n'est pas le cas → cela donne une illusion de contrôle.

Tout individu a besoin d'appartenir à un groupe social car autrui nous permet de gérer nos interactions avec le monde. De même, l'individu a besoin d'être un individu propre et a besoin de s'exprimer, d'avoir une vision du monde autour de lui, une vision égocentrique.

La sociabilité exige de l'individu un équilibre entre singularité et appartenance. Cet équilibre varie en fonction de la culture du sujet mais aussi des situations sociales qu'il traverse.



II. Première partie : La perception d'autrui.

A. La formation d'impressions

La perception d'autrui est liée à des perceptions saillantes, des perceptions premières directement obtenues lorsque que l'on regarde un individu (ex : couleur de peau, âge, sexe, ...). On restera cependant beaucoup plus longtemps fixé sur la catégorie d'appartenance de la personne.

A.1. La catégorisation sociale

A.1.1. Principe important

A.1.1.1. Nos catégories ne reflètent pas parfaitement la réalité

Tous les jours, nous sommes bombardées d'information. Cette richesse, cette grande diversité d'information, l'individu la simplifie. En effet, il est impossible de garder, de conserver la complexité de l'environnement. Cela implique de mieux penser et de mieux communiquer à propos du monde. On doit se référer à une série de concepts grossiers, pas très précis pour se faire comprendre. Cela évite ainsi la saturation de la communication causée par des détails.

Exemple : -salut Paul, comment tu trouves Julie ?

Elle est blonde, aux yeux bleus, elle mesure 1m75 pour 60 kg, elle a un bras plus grand que l'autre de 2 ,985 cm. → ces détails sont inutiles.

Nos catégories, nos concepts mentaux ne reflètent pas parfaitement la réalité. Il existe 3 filtres entre la perception de l'individu et le monde réel : le sens, le langage et le désir.

Les sens :

(Locke, Berkeley, Hume)

Les sens (odorat, ouïe, vue, goût et toucher) travestissent notre sensibilité à l'environnement. Ainsi, on ne voit pas réellement le monde réel mais une adaptation de celui-ci par nos sens.

Exemple : Le bâton cassé dans l'eau. Notre vue, nous le montre cassé alors qu'en réalité, il ne l'est pas.

Le langage :

(Whorf Sapir)

Le langage permet de décrire le monde qui nous entoure selon notre propre intérêt. Plus le vocabulaire de l'individu est élevé, plus la connaissance de la réalité, et donc sa description, sera fiable

Le désir :

(Brumer)

Notre interprétation de la réalité change en fonction des désirs, qu'ils soient psychologiques ou physiologiques.

Exemple : Lorsque l'on boit de l'eau tiède à la place d'une l'eau froide, on la trouve dégueulasse mais quand, après un effort physique, un match de football par exemple, on crève de soif et qu'on boit la même eau tiède, on l'appréciera énormément.

Expérience : compter les passes que se font les personnes en blanc : on se concentre sur les passes qu'ils se font mais par cela on se rend aveugle à certains types d'information, on l'occurrence, l'arrivée du gorille.

A.1.1.2. Organisation verticale et horizontale

Nos catégories sont structurées de manière verticale et horizontale.

VERTICALITE

- niveau supra-ordonné
- niveau de base
- niveau sous-ordonné

C'est souvent le niveau de base que l'on utilise car il donne un maximum d'informations en un minimum de mots

Exemple : moyens de décrire une voiture

- supra : moyen de locomotion
- base : voiture
- sous : Renault Twingo jaune moutarde, jantes alu, ...

Pour savoir qu'il s'agit d'une voiture, il suffit d'utiliser le niveau de base. On utilise rarement le supra-ordonné mais assez fréquemment le sous-ordonné.

HORIZONTALITE

Les catégories sont des ensembles flous mais on agit comme s'il y avait des frontières. On fonctionne comme si tous les membres d'une catégorie avaient des attributs identiques que les membres d'autres catégories n'ont pas.

Les catégories sont faites de "bons" membres (+ faciles à catégoriser) et de "mauvais" membres (+ difficiles à catégoriser).

Exemple : * hirondelle : facile à catégoriser comme oiseau
 * pingouin : difficile à catégoriser comme oiseau

Les catégories sont floues et organisées suivant un certain gradient de prototypicalité

Conception du prototype et des exemplaires :

1. Organisation d'un prototype abstrait qui maximise les différences intercatégorielles (entre catégories) et les ressemblances intracatégorielles (au sein d'une catégorie).
2. Organisation autour d'exemplaires concrets.

Exemple : • différences intercatégorielles : oiseau et poisson
 • ressemblances intracatégorielles : rouge-gorge et mésange

Il existe différentes conceptions de la catégorisation sociale : une position qui dit qu'elles représentent la réalité et une autre qui dit qu'elles représentent les représentations sociales.

A.1.1.3. La similarité ne suffit pas

La similarité ne suffit pas. Interviennent également les notions d'asymétrie et de cohérence.

1. La similarité n'est pas assimilée de manière objective → asymétrie
2. La similarité seule ne permet pas d'établir des catégories cohérentes → cohérence

Exemple : Quelles couleurs sont les plus similaires entre le noir, le gris et le blanc ?

Beaucoup répondent blanc et gris pour les cheveux et noir et gris pour les nuages → les calculs de similarité sont contextuels.

A.1.1.4. Les théories naïves cimentent nos catégories.

- Les théories naïves expliquent les liens entre différents attributs catégoriels.

Au-delà de la similarité, un principe de cohérence est nécessaire .

- Les théories naïves rendent compte des inconsistances et maintiennent la cohérence (ex : “C’est l’exception qui confirme la règle”).

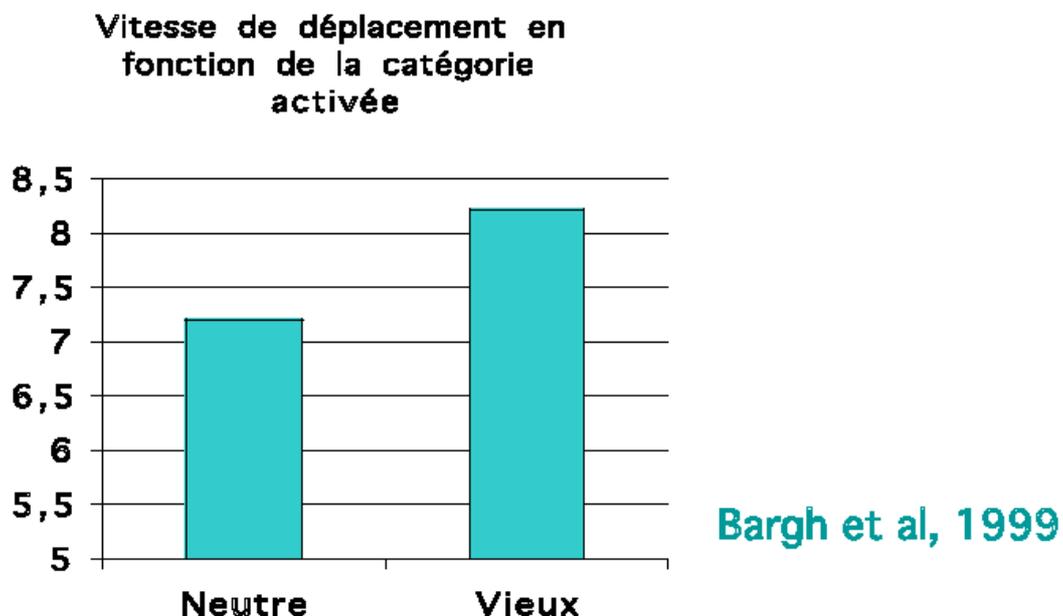
A.1.1.5. Quelques fonctions...

La catégorisation sociale :

- simplifie le traitement de l’information
- facilite la communication
- injecte de la cohérence dans le monde
- guide l’action

Le simple fait d’activer des concepts a des conséquences sur notre comportement sans que l’on s’en rende compte.

Exemple : expérience de Barghe et al en 1999



A.2. La personnalité comme catégorie privilégiée

- Dans nos sociétés, la personnalité est une catégorie privilégiée En effet, il existe plus de 18000 adjectifs pour décrire une personne en anglais
- Quand une personne agit, on a tendance à qualifier cette personne selon ce qu'elle fait plutôt qu'en fonction du contexte → c'est la norme d'internalité.
- Quand une personne agit, on lui associe un comportement, une personnalité → c'est l'inférence spontanée des traits

Ces 3 points sont principalement vrais dans les sociétés individualistes. Ainsi, chez les Japonais (collectivistes), il y a 4 fois moins de traits de personnalité utilisés que chez les Américains (individualistes).

Expérience : la phrase "La secrétaire devine à la moitié du roman policier qui est le meurtrier"

On demande de réécrire les phrases selon les consignes suivantes :

1. on ne dit rien → très faible efficacité
2. sémantiquement (on dit que la personne utilise une machine à écrire → on pense à une secrétaire) → plus ou moins efficace
3. On dit les traits de personnalité → très efficace

A.2.1. Théories implicites de la personnalité

- croyances générales à propos de la fréquence, de la variabilité, et associations entre les traits de personnalité.
- Croyances implicites
 - ne peuvent pas être exprimées de manière formelle
 - pas ou peu de validité
- guident le jugement de l'action

A.2.1.1. La personnalité comme catégorie privilégiée

Théories implicites de la personnalité :

Apparence soignée → bonne moralité → je peux faire confiance

Apparence débraillée → mauvaise moralité → je ne peux pas faire confiance

Théories implicites de la personnalité par transitivité :

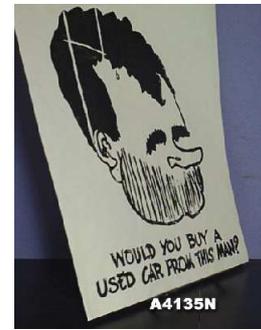
Apparence normale mais accompagné d'une femme → si il a une femme, il a une bonne moralité → je peux faire confiance

Exemple : Richard Nixon

Campagne contre Nixon : Achèteriez-vous une voiture à cet homme ? Non → vous ne l'éliriez pas président.

Les études de morpho-psychologie et de graphologie sont des disciplines bidons qui prétendent qu'il y a un lien entre le physique et le psychique

Exemple : Grosse mâchoire = méchant
Visage fin = intellectuel



Etude sur l'illusion de corrélation (Chapman & Chapman)

Quand un enfant dessine une silhouette avec une grosse tête, cela signifie que le personnage est intelligent.

Les théories naïves nous amènent à biaiser l'information.

Organisation des informations catégorielles :

- Dimensions : intelligence et sociabilité (2 dimensions fondatrices de mes impressions)
- Ce qui structure notre organisation sociale, ce sont des types d'individus (ex : type de l'artiste, créatif et paresseux ; type du manager stressé, du fils à papa,...)
- Stéréotypes : croyances à propos de groupes sociaux

Quand on est confronté à autrui, il faut prendre 2 choses en compte :

1. l'information catégorielle sur autrui
2. l'information individuelle à notre disposition à propos d'autrui

A.2.1.2. La Priorité à l'information catégorielle (Asch)

3 principes

A.2.1.2.1. Recherche de cohérence

On intègre une série de caractérisation individuelles (ex : intelligent, adroit, travailleur,...) dans une catégorie plus large.

Ce besoin de cohérence nous amène à réconcilier des traits qui sont apparemment antagonistes pour un même individu. Or, une représentation d'autrui ne peut être conflictuelle

Exemple : GI et antipatriote, ouvrier et homosexuel, maghrébin et chef d'entreprise,...)

Les stéréotypes, une fois cristallisés en mémoire, chaque personne doit nécessairement rentrer dans nos a-prioris.

A.2.1.2.2. Centralité des traits

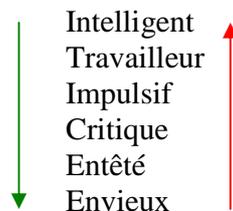
Ce sont les traits liés à la sociabilité et l'intelligence, la compétence. Ce sont des traits qui ont un impact important au niveau de notre formation d'impression sur autrui. Savoir qu'une personne est sympathique ou pas, intelligente ou pas, a une importance sur les informations que je vais obtenir sur elle.

Exemple : une personne est chaleureuse. Si vous changez d'opinion et dites qu'elle est froide → négativité

Froid et déterminé → arriviste
Froid et prudent → calculateur

A.2.1.2.3. Primauté plutôt que récence

Si les premières choses que l'on sait sur une personne sont positives, notre impression sur elle sera positive. Si les premières choses que l'on sait sur une personne sont négatives, notre impression sur elle sera négative.



—————▶ : Positivité

—————▶ : Négativité

Recherche de cohérence évaluative (Brown)

On dit « grossier **et** laid » mais pas « grossier **mais** laid » comme on dit « intelligent **mais** laid » plutôt que « intelligent **et** laid ».

Le positif va en effet avec le positif et le négatif avec le négatif.

Exemple :

- une fille méchante au départ → on a du mal à l'accepter quand elle devient gentille.
- Une fille gentille te fait un coup vache → tu interprètes ses actions de manière plus favorable.

Ce principe de récence permet d'avoir une interprétation :

- plus rapide (primauté, centralité)
- plus cohérente (gestion des informations contradictoires sur plan sémantique et évaluatif)
- plus directe des informations

A.2.1.3. La Priorité à l'information individualisante (Anderson)

Elle se fait de manière purement mathématique. Chaque fois qu'on est opposé à une information à propos de quelqu'un on procède à un calcul mathématique. On fait la moyenne des additions → on préfère telle personne à telle autre.

→ Lorsque l'on veut donner une impression positive de soi à quelqu'un, il vaut mieux se concentrer sur les points où l'on est le plus fort

Le principe de pondération intervient cependant. (ex : dans un emploi, le fait d'être grand a peut-être moins d'importance que le fait d'être intelligent). Le modèle d'Anderson prend en compte le contexte.

A l'opposé des dimensions de Asch, les dimensions d'Anderson changent en fonction du contexte.

Exemple :

| | Robert | Michel |
|-------------|--------|--------|
| Culture | 6 | 10 |
| Compétence | 10 | 10 |
| Sociabilité | 10 | 4 |
| Look | 7 | 7 |
| Grandeur | 4 | 8 |
| Grosueur | 4 | 7 |
| Addition | 41 | 46 |
| Moyenne | 6,8 | 7,6 |

Si recherche d'un emploi : ici, pour être archiviste(en fonction du contexte)

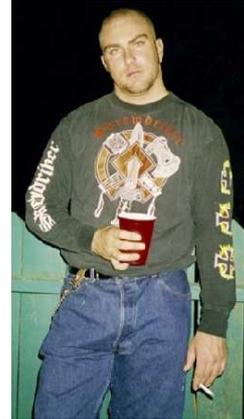
| | Robert | Michel | |
|-------------|--------|--------|-----------------|
| Culture | 6*8 | 10*8 | * = pondération |
| Compétence | 10*10 | 10*10 | |
| Sociabilité | 10*9 | 4*9 | |
| Look | 7*2 | 7*2 | |
| Grandeur | 4*2 | 8*2 | |
| Grosueur | 4*2 | 7*2 | |
| Addition | 268 | 260 | |
| Moyenne | 44,67 | 43,33 | |

A.2.1.4. Intégration entre information catégorielle et individualisante : Le Modèle du Continuum (Fiske & Neuberg, 1990)

Ils se sont posés la question de savoir à quel point l'individu doit aller chercher l'information individualisante au-delà de l'information catégorielle.

Catégorisation initiale → automatique, involontaire, inconsciente → réactions affectives, cognitives et comportementales basées sur la catégorie.

Bref, les catégories s'imposent à nous.



A.2.1.4.1. Catégorisation sociale (Devine, 1989)

Il s'agit d'une étude sur les étudiants blancs nord-américains. Parmi ceux-ci, il y a ceux qui se disent non racistes et ceux qui se disent racistes. Tous connaissent le stéréotype culturel des Noirs.

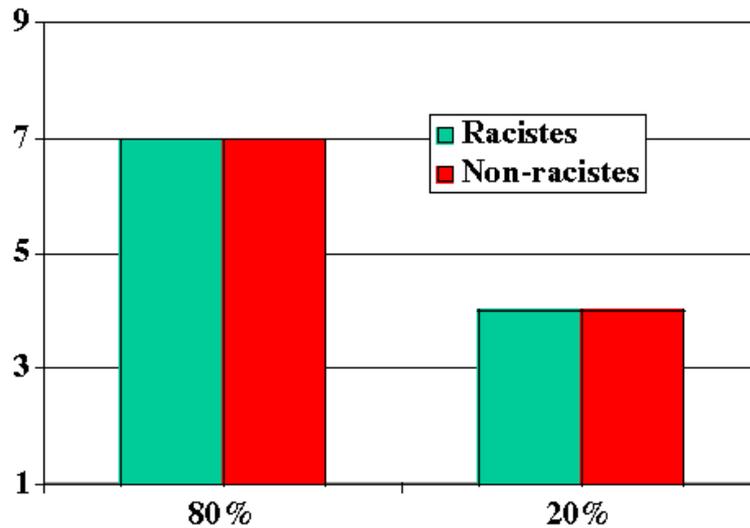
On les répartit dans 2 groupes : racistes et non racistes
Il y a 2 conditions expérimentales :

1. 80% ou 20% de mots associés avec les Noirs
2. 100 mots présentés subliminalement

On leur fait lire 12 réactions ambiguës de Donald : ex : « Donald refuse de payer l'appartement tant que le propriétaire n'a pas repeint comme il l'avait promis ».

On leur demande ensuite de juger Donald sur une série d'échelles (dont des échelles relatives à l'hostilité).

Jugements de l'hostilité de Donald en fonction du degré de racisme et de la catégorie amorcée



Devine (1989)

Trois conclusions :

1. Affecter les concepts neutres d'une catégorie sociale donnée va rendre automatiquement un certain nombre de représentations à propos d'une catégorie.
2. Cette activation entraîne une interprétation automatique
3. Ce processus est vrai tant chez les non racistes que chez les racistes.

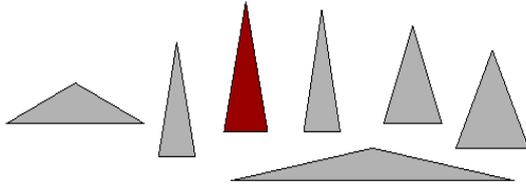
→ importance d'utiliser des mesures implicites non réactives.

Une même personne peut toujours être catégorisée de multiples manières.

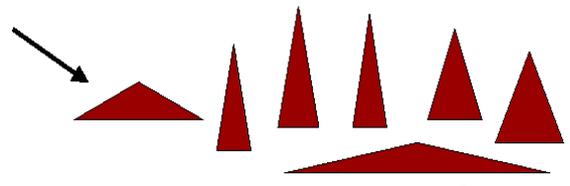
Exemple : Noir, Belge, Homme, Musicien,...

Qu'est-ce qui pousse à choisir une catégorisation plutôt qu'une autre ? Comment s'opère le choix de la catégorie ?

- saillance intrinsèque (couleur de peau, sexe,...)
- saillance contextuelle



Une fille parmi des garçons

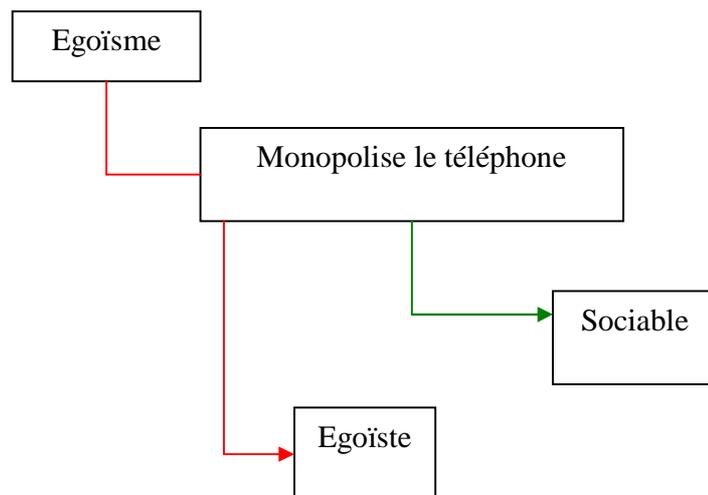


Deux ingénieurs parmi des psycho

La saillance dirige la catégorisation

- Les objectifs :
 - * un médecin marocain : médecin ou marocain
 - * si je suis malade, c'est la catégorie « docteur » qui retiendra mon attention
 - * si je suis raciste, c'est la catégorie « étranger » qui retiendra mon attention
 - * Marocain dans la rue : on le catégorise comme marocain même s'il est médecin

- Accessibilité chronique ou passagère :



A.2.1.4.2. Catégorisation confirmatoire

La catégorisation initiale suscite des impressions chez moi. On peut avoir un intérêt à souhaiter aller au-delà d'une information plus accessible. Mais on peut le faire seulement à la condition d'en être capable (pas distrait, pas de peur,...).

Que va faire la personne si elle est motivée et capable ? Elle va interpréter l'information individuelle à la lumière de ses premières impressions → catégorisation confirmatoire.

La suite 2,4 ,6,8,10, ? Quelle est la prochaine ?

Il ne faut pas dire 10 pour vérifier notre hypothèse. Il faut dire un truc de faux pour vérifier l'hypothèse.

Exemple : Aspirine : « il n'en existe pas des meilleures » → on ne se pose pas la question de savoir s'il en existe des moins bonnes.

Exemple : Impact de balles sur un avion : il ne faut pas renforcer là où il y a des trous car l'avion ne s'est pas crashé → trous à ces endroits ne sont pas nocifs → on renforce là où il n'y a pas de trous : c'est là que l'impact pourrait détruire l'avion.

Il y a un risque de prophétie auto-réalisatrice.

Exemple : Un professeur néglige les enfants pauvres et ne s'occupe que des enfants riches → l'enfant pauvre se démotive, ne s'intéresse plus au cours → il obtient de mauvaises notes.

Expérience : converser avec une personne par téléphone. Deux photos différentes sont présentées au sujet mais c'est toujours la même personne qui répond.

Selon l'expérience, les sujets diront que la deuxième personne est la plus sociable des deux.



- La saillance intrinsèque, la saillance contextuelle, les objectifs
- Accessibilité chronique ou passagère
- Si les informations sont inconsistantes :
 - sous-catégories : les différentes sortes de vieux
 - sous-types (exception) : Eddy Barclay
 - recatégorisation : de vieux à génie : Dali et Gainsbourg
- Si aucune possibilité de recatégorisation :
 - informations individualisantes
 - comme chaque étape, cela dépend de la présence de motivation et de ressources. Elle fonctionne si les autres étapes ont échoué et si la personne est toujours motivée et capable.

A.2.1.4.3. Le rôle de la motivation

Expérience de Erber & Friske, 1994

Les participants doivent faire une tâche :

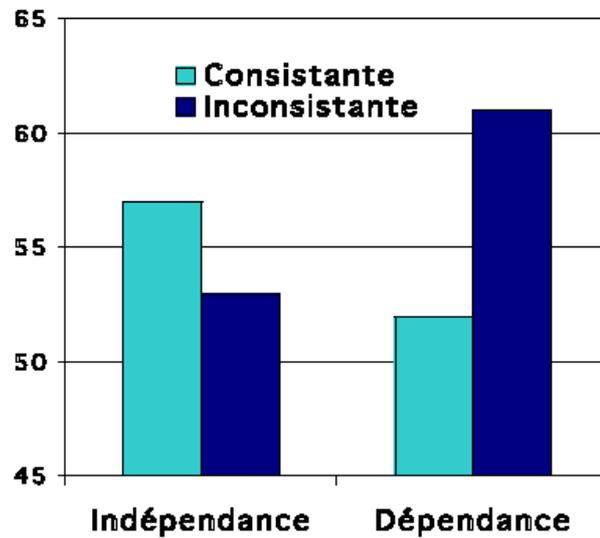
1. Individuelle mais en présence simple d'autrui (indépendance)
2. Collective (dépendance) → impression plus exacte

Si on est motivé et capable, on pourrait arriver à une catégorisation confirmatoire. Le temps passé pour la catégorisation infirmatoire est plus grand que pour la catégorisation confirmatoire.

Avant de faire la tâche, les participants lisent les évaluations du partenaire qui sont cohérentes et incohérentes avec créativité. L'expérimentateur mesure le temps de lecture

1. information catégorielle : catégorie d'appartenance
2. information individuelle (confirmatoire)
3. information infirmatoire : disconfirme mes a-priori

Temps consacré à analyser l'info consistante et inconsistante en fonction du degré de dépendance



Erber et Fiske, 1984

Si tu travailles seul, tu te fiches de l'autre, qu'il soit consistant ou pas.
Si tu travailles avec quelqu'un, tu veux savoir s'il est inconsistant ou pas.

→ si un raciste travaille avec un étranger, il risque fort de s'apercevoir que l'étranger travaille aussi bien que lui

→ cela implique une recatégorisation de l'individu observé.

B. L'attribution causale

Comment les gens expliquent-ils le comportement, qu'il s'agisse de celui des autres ou du leur ?

B.1. L'héritage de Kelley

Alain aime lire le courrier international. Est-ce dû à Alain, au stimulus (propriété du journal) ou aux circonstances ?

Pour expliquer ce raisonnement, on dispose de 3 sources d'information liées au consensus, à la distinguabilité et à la consistance.

- consensus : Est-il le seul à lire ce journal
- distinguabilité : Aime-t-il tous les journaux
- consistance : A-t-il toujours aimé ce journal ?

La réponse à ces questions nous permet d'attribuer l'événement à un des trois facteurs concernés.

B.1.1. Le consensus

- Plus le consensus est fort, plus il y a attribution causale au stimulus.

Tout le monde aime ce journal → C'est un bon journal
Pub : 3 millions de consommateurs satisfaits.

- Plus le consensus est faible, plus il y a attribution causale à la personne.

Alain est le seul à aimer ce journal → Alain a des goûts particuliers

B.1.2. La distinguabilité

- Plus la distinguabilité est forte, plus il y a attribution causale au stimulus

Courrier International est le seul journal que lit Alain → C'est un bon journal
Pub : Refuse de changer contre 2 tonnelets de poudre ordinaire

- Plus la distinguabilité est faible, plus il y a attribution causale à la personne

Alain aime tous les journaux → Alain est un grand lecteur

B.1.3. La consistance

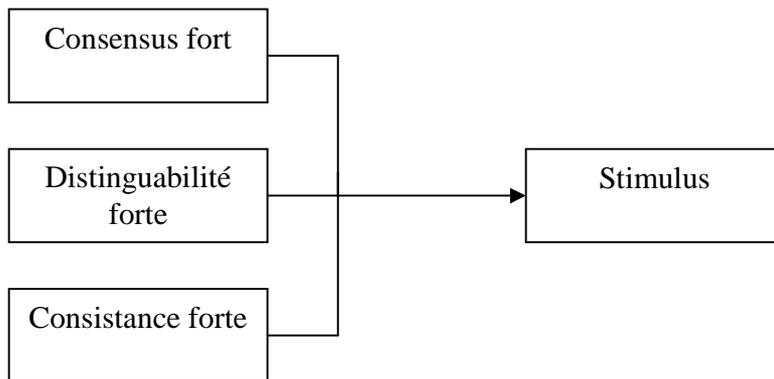
- Plus la consistance est forte, plus il y a attribution causale au stimulus

Alain a toujours aimé ce journal → C'est un bon journal
Pub : utilisateurs heureux depuis trois générations

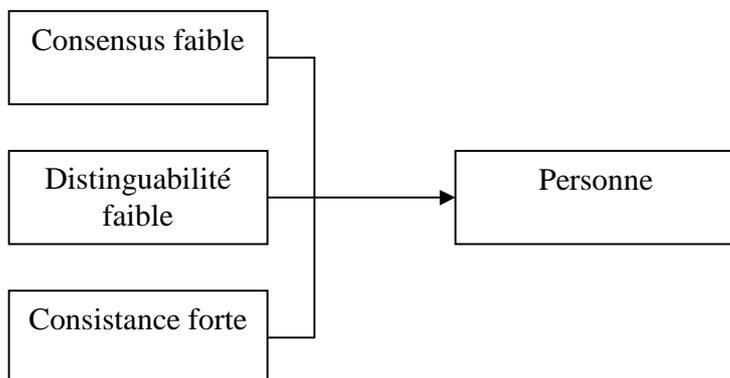
- Plus la consistance est faible, plus il y a attribution causale aux circonstances

Alain a lu le journal à l'occasion de tel événement → bonne couverture électorale à ce moment

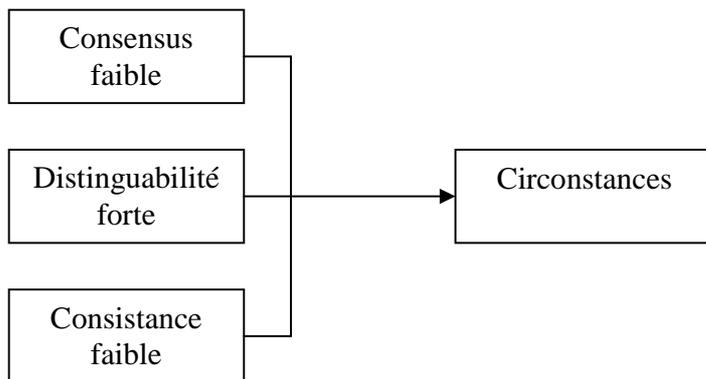
Résumés graphiques



Exemple : Tout le monde a aimé ce film (consensus), surtout ce film (distinguabilité). De plus ils l'ont aimé chaque fois qu'ils l'ont vu (consistance).



Exemple : Peu de personnes aiment ce camping (consensus). Ces personnes ont aimé pourtant tous les campings où ils sont allés (distinguabilité). Et ce depuis 20 ans (consistance).



Exemple : Marie aime pêcher dans la Meuse, elle est la seule (consensus). Elle n'apprécie pas faire d'autres sports (distinguabilité). Elle a apprécié pêcher dans la Meuse une seule fois (consistance).

Mais pour obtenir une attribution satisfaisante, il faut connaître l'ensemble des informations (ex : Aucun produit n'est meilleur que X pour soulager les maux de têtes (mais aucun produit n'est moins bon non plus)) → nécessité de simplifier le jugement.

Le modèle de Kelley est normatif !!!!!

B.2. Les inférences de correspondance (Jones & Davis, 1965)

Comment, à partir d'un seul comportement, les gens s'y prennent-ils pour inférer une intention (disposition) ?

Trois principes guident ce principe d'inférence de correspondance.

B.2.1. Principe 1

La relation entre le comportement d'un acteur et les effets de ce comportement signale les intentions de l'acteur (loi des effets non communs)

| | | |
|---------------------|---------------|-------------|
| | <u>Pierre</u> | <u>Paul</u> |
| | Yeux bruns | Yeux bruns |
| | Intelligent | Intelligent |
| | Riche | Pauvre |
| Isabelle se marie ? | OUI | NON |

Si deux choses sont égales sauf pour un aspect, cet aspect vous informe sur la personne, sur la chose.

B.2.2. Principe 2

Lorsque le comportement d'un acteur est en relation avec plus d'un effet, les intentions de cet acteur sont ambiguës.

| | <u>Pierre</u> | <u>Paul</u> |
|---------------------|---------------|-------------|
| | Yeux noirs | Yeux bruns |
| | Intelligent | Intelligent |
| | Riche | Pauvre |
| Isabelle se marie ? | OUI | NON |

On ne sait pas si la personne se marie avec Pierre pour les yeux ou pour l'argent. Par contre, l'ambiguïté serait moins forte si elle se mariait avec Paul. On voit mal une femme se marier juste parce qu'elle veut être pauvre.

B.2.3. Principe 3

La relation du comportement des autres avec un effet révèle le caractère exceptionnel de l'acteur.

| | <u>Pierre</u> | <u>Paul</u> |
|----------------------|---------------|-------------|
| | Intelligent | Stupide |
| Isabelle se marie ? | OUI | NON |
| Aline se marie ? | OUI | NON |
| Florence se marie ? | OUI | NON |
| Françoise se marie ? | NON | OUI |
| Joëlle se marie ? | OUI | NON |
| Anne se marie ? | OUI | NON |

On ne sait pas si Françoise est conne ou si elle a eu des expériences difficiles avec des mecs intelligents.

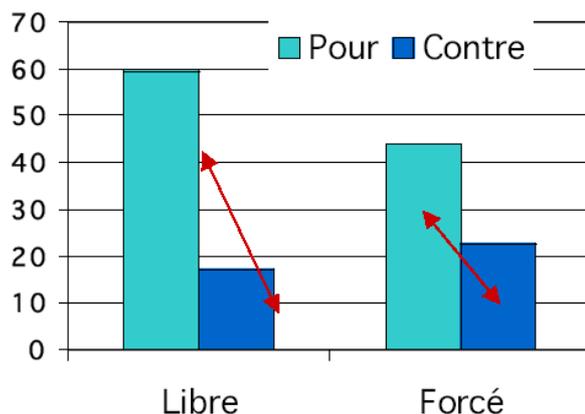
B.3. L'erreur fondamentale d'attribution

Il faut que l'individu estime que l'acteur du comportement ait agi librement. Si ce n'est pas le cas, il ne peut rien inférer. Il n'y aura donc pas inférence de correspondance.

Jones et Harris ont fait une expérience pour vérifier tout cela. Les participants doivent faire une dissertation pro-Castro ou anti-Castro. Les participants sont répartis en deux groupes. Dans le premier, chacun dissertent sur son opinion et dans le second, on tire au sort et chacun disserte sur la position qu'il a tirée. Ainsi, un pro-Castro peut disserte anti-Castro, et vice-versa.

Après qu'une personne ait lu une dissertation, on lui demande si celui qui a écrit est pour ou contre Castro. Cela ne devrait pas changer si la personne l'a écrite avec ou sans contrainte.

Attitude estimée du rédacteur en fonction de la favorabilité de la dissertation et de la contrainte



Jones & Harris, 1967

→ les gens font une balance entre pour et contre quand l'auteur est libre, et c'est pareil quand l'auteur est forcé → on parle d'erreur **fondamentale d'attribution**.

Exemple :

- lettres d'insultes à Mr Météo quand il ne fait pas beau
- un acteur gentil ne voulant pas jouer un rôle de méchant
- Pub pour les montres Oméga. Si James Bond en a une, c'est qu'elle est bonne.



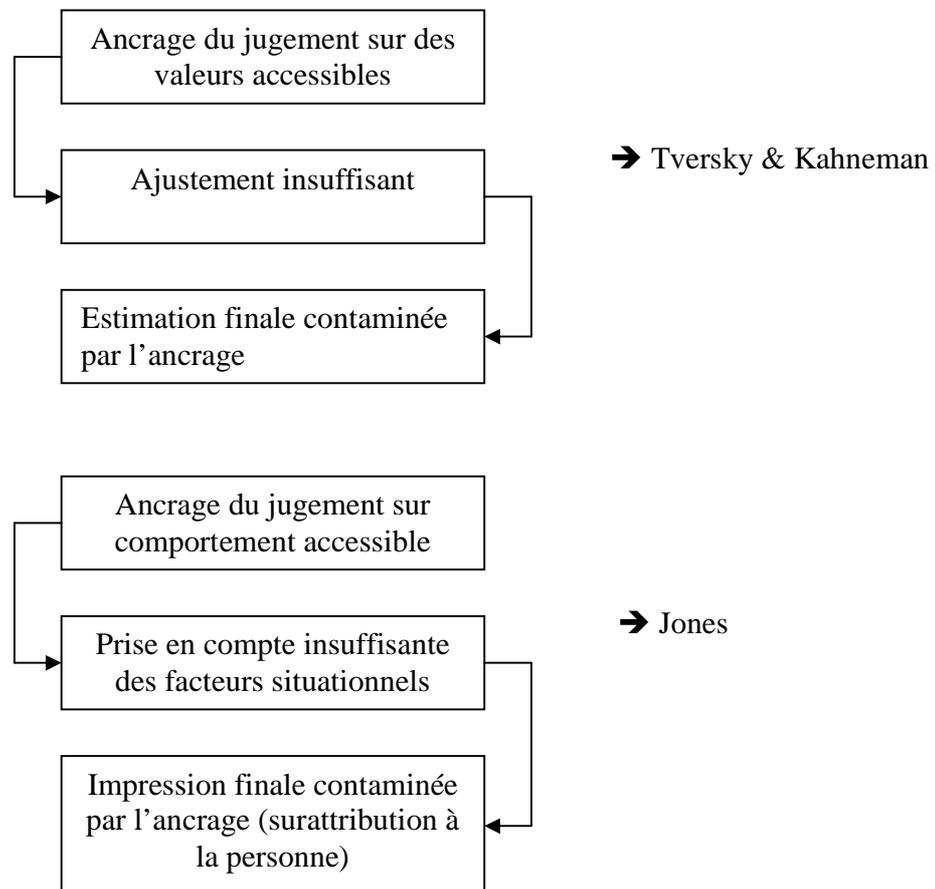
B.3.1. L'heuristique d'ancrage et d'ajustement (Tversky & Kahneman, 1974)

Les participants sont placés seuls devant une roue de loterie truquée. La boule qui sort est une fois sur deux la numéro 10 et une fois sur deux la numéro 65.

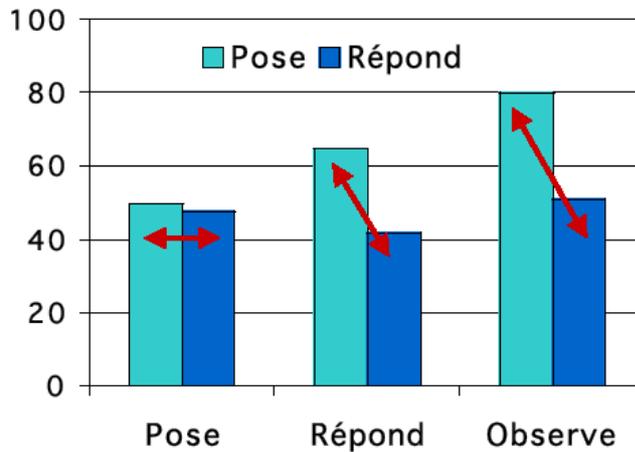
Ensuite on leur pose une question : Combien y a-t-il de pays membres de l'ONU ?

Les participants ayant eu le chiffre 10 répondront 25 en moyenne. Ceux qui ont reçu le numéro 65 répondront 45 en moyenne.

→ l'évaluation finale des participants a été influencée par l'empreinte numérique (10 ou 65) à laquelle ils ont été soumis → ancrage du jugement sur des valeurs accessibles → ajustement insuffisant → estimation finale contaminée par l'ancrage.



Estimation des connaissances générales des questionneurs et répondants par les questionneurs, répondants et observateurs

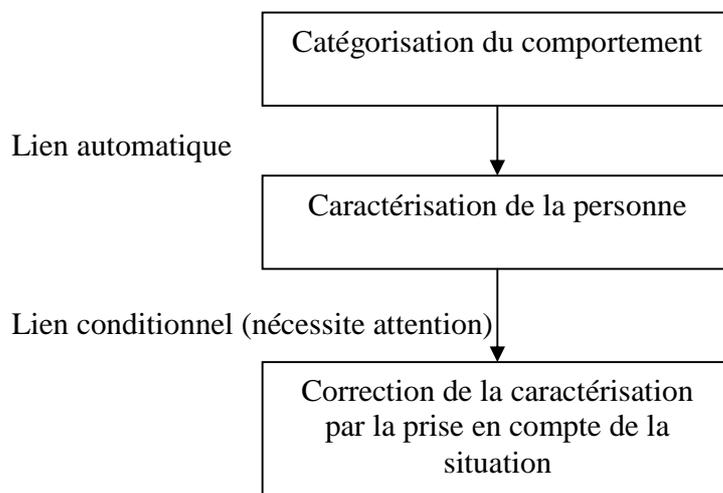


Ross et al, 1977

Celui qui répond aux questions et celui qui observe surestiment l'intelligence de celui qui pose les questions. Ils réattribuent l'intelligence du questionneur parce qu'ils posent des questions plus ou moins dures. Ainsi Julien Lepers donne l'impression d'être plus intelligent que la moyenne. Or, lui sait très bien que ce n'est pas le cas. Il ne fait pas de réattribution.

B.3.2. Le modèle de Gilbert : les 3 « C »

- L'ancrage nécessite moins de ressources attentionnelles que l'ajustement.
- Caractériser l'individu sur la base de son comportement nécessite moins de ressources attentionnelles que corriger cette caractérisation par la prise en compte de la situation.



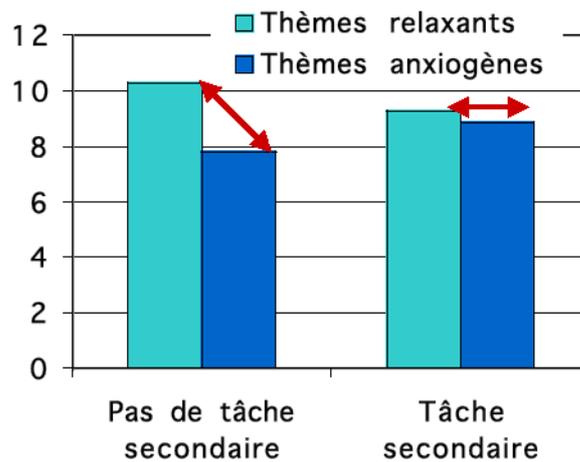
- ??? nécessite moins d'attention que la correspondance que l'on établit entre ses ressources et ses caractéristiques.

Un participant regarde une vidéo dans laquelle une personne parle soit d'un thème relaxant, soit d'un thème stressant. On demande au participant de juger le degré d'anxiété de la personne qui parle dans la vidéo.

- si anxieuse mais parle relax : personne très anxieuse par nature
- si anxieuse et parle stressant : personne anxieuse normalement

D'autres participants sont lancés dans une deuxième tâche : mémoriser l'ensemble des sujets de discussions abordés par la vidéo. Il apparaîtra qu'ils sont plus anxieux et ne tiennent plus compte du contexte.

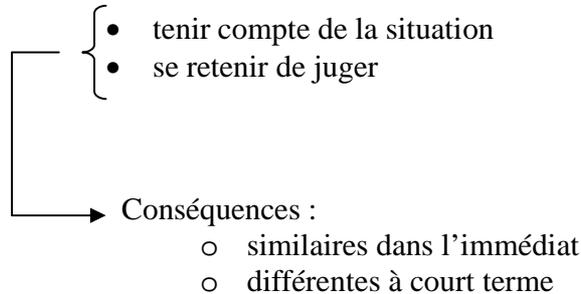
Estimation de l'anxiété de la personne en fonction du thème de discussion et de la charge attentionnelle



Gilbert et al, 1988

Conséquences ironiques de la correction : les effets de rebond :

Il existe deux stratégies pour corriger l'erreur fondamentale d'attribution



Exemple : une personne critique les chômeurs. Si elle parvient à prendre en compte le contexte, la cause, ..., il pourrait changer d'avis.

La tentative de privation de pensées implique une suractivation des pensées → processus ironique.

La prise en compte de la situation enrichit le jugement !!!
Le contrôle exercé sur le jugement conduit à des effets de rebond !!!

B.3.3. La sélection des causes :

On peut raisonner de manière causale sur un événement physique.

Exemple : Pourquoi le jeudi 20/08/2001, le feu a-t-il brûlé 5 Hectares dans le Sud de la France ?

Personne ne répondra : "Parce qu'il y avait de l'oxygène ce jour-là", c'est absurde.

1. Approche pragmatique (que pouvais-je y faire ?)

- pompiers : Manque de moyens et de personnel pour la surveillance
- juges : Manque de moyens pour le suivi des libertés conditionnelles

Au niveau pragmatique, on se focalise sur un aspect causal plus qu'un autre

2. Approche par contraste (Pourquoi A plutôt que B ?)

- Été particulièrement chaud → comparaison à une autre date
- Pourquoi 5 hectares et pas 100 ? Grâce aux chemins coupe-feux ?
- Présence de Mistral
- Forte spéculation immobilière → intérêt à faire brûler ?

→ les explications peuvent être très arbitraires.

B.3.4. Les attributions défensives :

Tendance :

- à expliquer succès personnels par des causes internes et stables
- à expliquer échecs personnels par des causes instables
- à expliquer les succès d'autrui par des causes instables
- à expliquer les échecs d'autrui par des causes internes et stables

→ biais d'auto-complaisance, sous-tendu par le besoin d'entretenir une image positive de soi, par le besoin de se sentir supérieur à la moyenne.

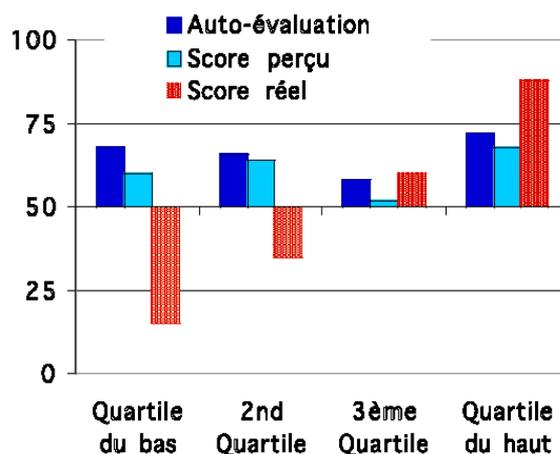
B.3.5. Tendance à surestimer ses compétences :

C'est surtout le cas si on est incompetent. C'est une tendance à se considérer comme supérieur à l'autre, à la moyenne de tous les autres mais, plus on est incompetent, plus on se surestime → les plus compétents auront même tendance à se sous-estimer légèrement (par modestie ?).

Pourquoi ?

- Quand on est incompetent, on a du mal à évaluer son degré de compétence
- Pour des dimensions objectives (ex : test logique) et subjectives (ex : auto-évaluation de l'humour)

Compétence objective et compétence perçue en matière de raisonnement logique



Kruger &
Dunning, 1999

On parvient à la même conclusion pour ce qui est objectif et subjectif :

- tendance à se considérer comme supérieur à la moyenne
- plus on est mauvais, plus on se surestime
- les meilleurs se sous-estiment

B.3.6. Les attributions défensives pro-actives :

1. Le mécanisme d'aide inutile

Il s'agit de diminuer la compétence d'autrui en lui proposant une aide que l'on sait inutile. C'est se faire passer pour une personne compétente et sympathique tout en diminuant la compétence de l'autre. Le but est de se mettre en valeur alors que la personne ne vous a rien demandé.

Exemple : Faire le copilote alors que le chauffeur connaît très bien la route et qu'il ne vous a rien demandé. C'est très irritant pour le chauffeur car il se sent rabaissé (surtout quand il y a quelqu'un sur la banquette arrière) → le passager veut en fait se mettre en avant.

2. La stratégie de l'auto-handicap

C'est agir anticipativement sur la situation pour éviter par après une attribution interne à un échec anticipé. → permet de trouver une excuse, un prétexte à un échec anticipé.

Exemple : One sait qu'on va rater un examen → on n'étudie pas → on met l'échec sur le dos de la non-étude plutôt que sur ses capacités personnelles.

4. La stratégie de fuite

C'est fuir la situation pour éviter de devoir prendre la pleine mesure d'un échec. Cette stratégie ne survient que lorsque l'on a pas réussi à mettre en œuvre la stratégie de l'auto-handicap.

→ fuite psychologique (mécanisme extrême)

III. Deuxième partie : L'influence sociale.

A. Attitudes : Définition, fonctions, mesure

A.1. Définition

Les attitudes sont des représentations mentales guidant notre évaluation d'objets.

- Les représentations mentales ne sont pas observables directement
- L'évaluation varie en $\left\{ \begin{array}{l} \text{valence : pôle positif et négatif} \\ \text{Intensité : fort, faible} \end{array} \right.$
- Les objets peuvent être très différents :
 - personnes
 - groupes sociaux
 - choses abstraites (principes, politiques,...)

L'attitude est un ensemble de réponses, dans un but d'évaluation globale, qui correspondent à des antécédents.

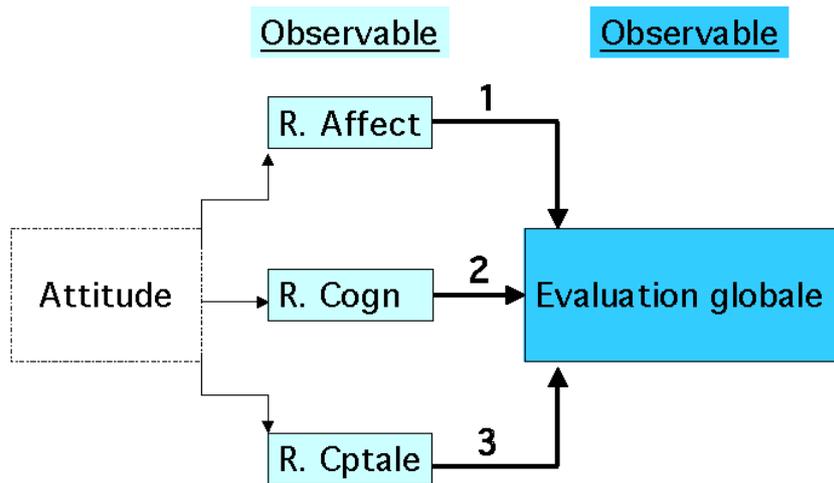
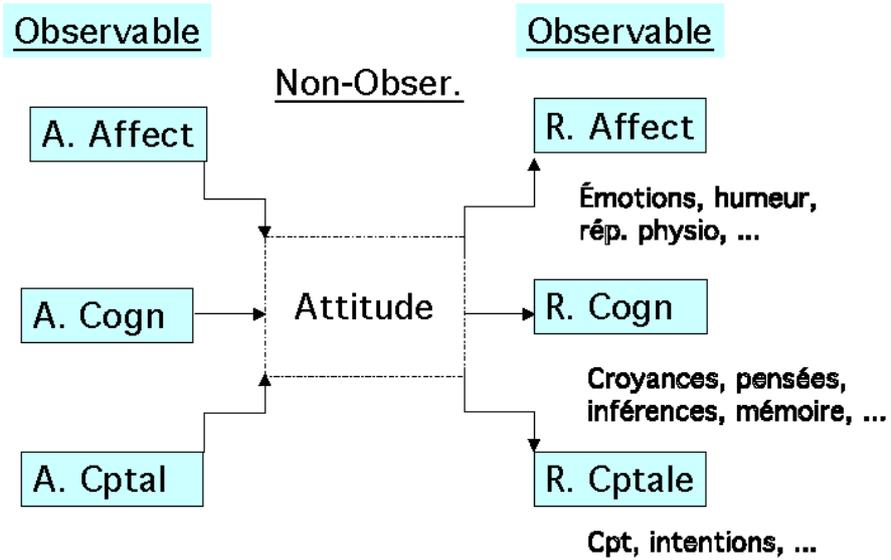
Ces réponses peuvent être :

- affectives
 - cognitives
 - comportementales
- $\left. \vphantom{\begin{array}{l} \bullet \text{ affectives} \\ \bullet \text{ cognitives} \\ \bullet \text{ comportementales} \end{array}} \right\} \text{ toujours par rapport à une situation donnée}$

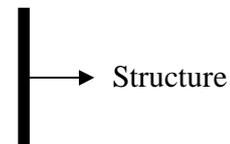
Exemple : réponse cognitive (pour nous) et comportementale (pour lui)



Modèle tricomponentiel des attitudes



Consistance intra-modalité de réponses
 Consistance inter-modalités de réponses
 Consistance modalité réponse - évaluation globale



A.2. Fonctions

Les attitudes remplissent deux fonctions :

- elles permettent de nous définir en tant qu'individus et membres de groupes sociaux
- elles guident notre pensée et notre action (quel comportement à adopter pour telle situation)

A.3. La mesure des attitudes

Elles se mesurent grâce à des indicateurs affectifs, cognitifs et comportementaux.

Cette mesure peut avoir deux types d'erreurs :

- erreur variable (« random error ») : on ne peut pas la prévoir
→ La mesure n'est jamais parfaite
- erreur directionnelle systématique (« systematic error ») : erreur qui se reproduit systématiquement et qu'il faut corriger
→ but : corriger l'attitude

Les deux erreurs peuvent s'additionner. Mais le but est de les diminuer au maximum.

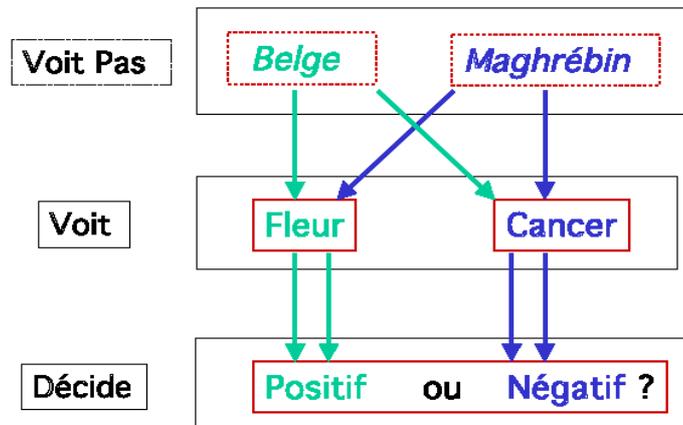
La mesure est :

- valide si les deux erreurs sont faibles
- fidèle si erreur variable est faible (pas d'erreur directionnelle systématique)

Dispositif de mesures :

- le questionnaire : économique et facile d'utilisation, les gens peuvent mentir, mal s'évaluer,...
- observer le comportement : demande beaucoup de temps
- mesures physiologiques : demande un dispositif adapté, souvent besoin de mesurer plusieurs choses à la fois
- pseudo détecteurs de mensonges : demande du temps, dispositif adapté, ...
- mesures d'associations implicites

Exemple : • Mesures d'associations implicites



Temps rép. Belge Fleur POS < Maghrébin Fleur POS

Temps rép. Maghrébin Cancer NEG < Belge Cancer NEG

Sachant qu'une réaction par rapport à un mot est plus rapide s'il est précédé par un mot de la même sorte (et l'inverse) :

→ la réaction sera :

- rapide si la séquence est consistante (-, - ou +, +)
- lente si la séquence est inconsistante (-, + ou +, -)

B. Le changement d'attitudes

B.1. Antécédents affectifs des attitudes

B.1.1. Le conditionnement opérant (à revoir)

On établit un renforcement positif ou négatif qui va avoir une influence sur les processus affectifs qui eux même vont influencer l'évaluation globale.

Pourquoi ?

- les personnes sont sensibles au renforcement car elles y trouvent de l'information sur un sujet sur lequel elles sont neutres à la base
- les personnes sont sensibles au renforcement car elles veulent être comme tout le monde, pour être acceptées

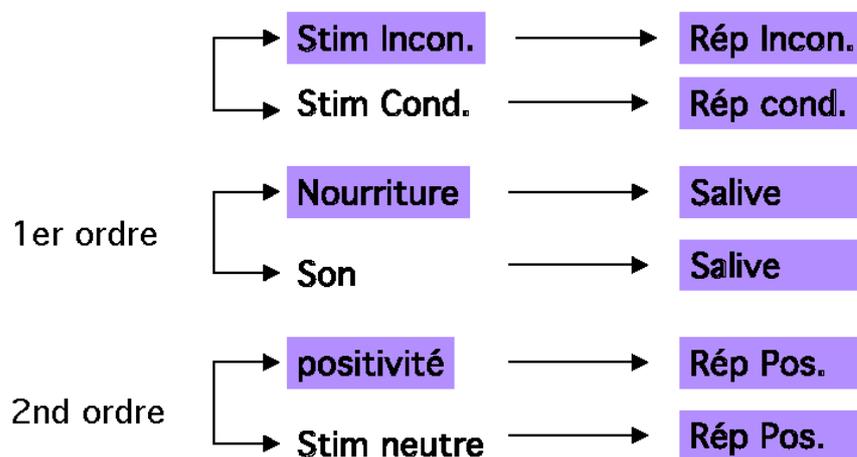
→ le renforcement est plus une technique de formation d'attitude (car à la base la personne est neutre) qu'une technique de changement d'attitude.

Ce conditionnement opérant est plus un processus cognitif (de recherche d'information) qu'affectif.

B.1.2. Le conditionnement classique

Expérience de Pavlov :

- **Conditionnement classique**



Ce schéma est appliqué dans la publicité (par exemple : une star que l'on aime boit du lait d'une certaine marque → cette marque sera conditionnée par la star).

B.1.3. L'effet de simple exposition (Mere exposure)

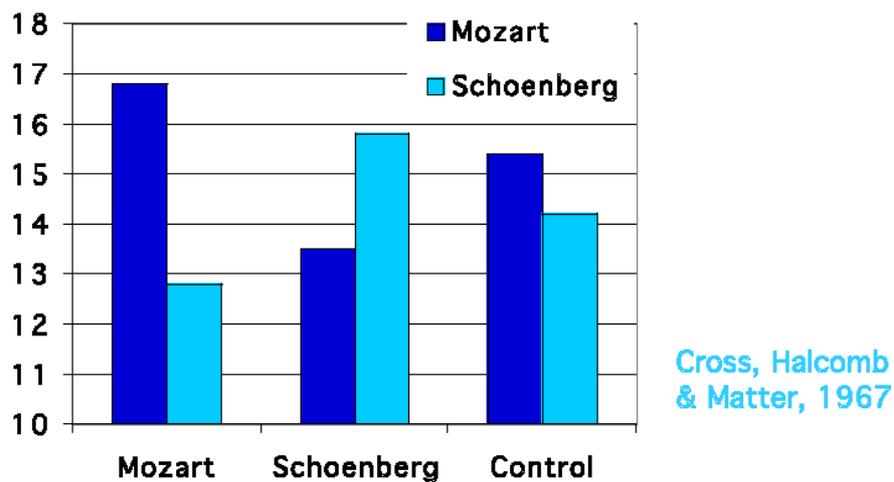
L'exposition répétée à un objet d'attitude (neutre) provoque des attitudes de plus en plus positives à l'égard de cet objet.

Exemple : quand on écoute pour la première fois une chanson, on peut ne pas l'aimer. Mais au fil du temps et des fois que l'on entend la chanson, on commence à l'apprécier.

C'est également valable pour les œuvres d'art (confusions méthodologiques).

Expérience : on peut faire en sorte que des rats apprécient plus telle musique que telle autre. Des rats ont été exposés à Mozart et d'autres à Schoenberg. Ensuite on les a mis dans une cage. Quand les rats se dirigent à gauche, on diffuse du Mozart, quand ils vont à droite, on diffuse du Schoenberg. Ceux qui avaient été exposés à Mozart ont tendance à aller à gauche, ceux exposés à Schoenberg ont tendance à aller à droite.

Préférence musicale de rats en fonction du type d'exposition (temps d'écoute en minutes)

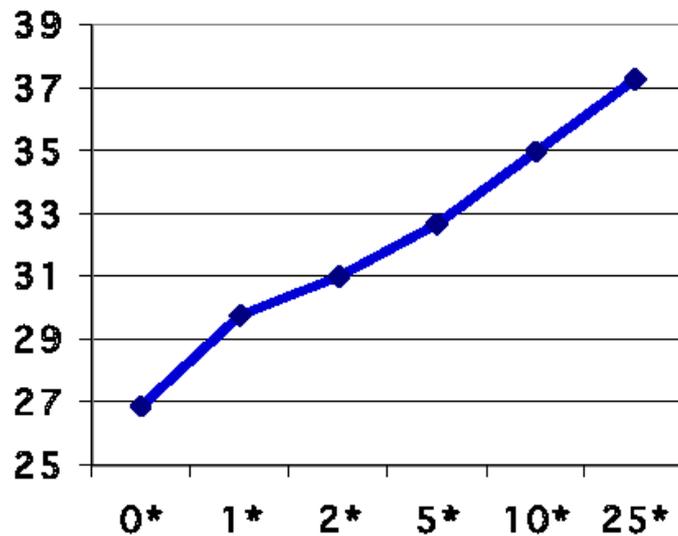


→ Le simple fait de l'exposition répétée crée des tendances attitudinales

Mais l'exposition trop fréquente peut diminuer le pouvoir d'attraction de la chose. Ainsi, on a exposé des sujets à des idéogrammes.

竹 毛

Evaluation des idéogrammes en fonction de la fréquence des expositions



On voit très clairement que la différence entre une exposition de 0 à 5 fois et plus importante qu'une exposition allant de 10 à 25 fois

La simple exposition a des effets puissants au début, puis on atteint un plafond au-delà duquel la préférence peut chuter.

Même sans être conscient du phénomène, le mécanisme opère !!!

Exemple :

- Les gens préfèrent les lettres qui sont les mêmes que leurs initiales (ex : Y.N pour Yannick Natelhoff).
- Les gens préfèrent leurs images renversée plutôt que l'image normale car ils sont plus exposés à l'image renversée (dans un miroir par exemple) qu'à la normale.

B.2. Antécédents cognitifs des attitudes

B.2.1. L'école de Yale (Hovland et alii, 1953)

B.2.1.1. Un message doit attirer l'attention

Après la deuxième guerre mondiale, on s'est rendu compte qu'un message doit attirer l'attention.

- Mots capteurs : new, light, xtreme captent l'attention des gens
Exemple : Gillette Mach3 Turbo
- Saillance : Format, couleur, sexe, ...
Exemple : publicités Benetton
- Accessibilité : le message doit être accessible si les gens veulent se procurer le produit vanté
Exemple : dans les magasins, les produits les plus chers sont au niveau des yeux du client, pas au-dessus ni en dessous. De plus, aux caisses, on tente le consommateur avec des produits.

B.2.1.2. Les arguments doivent être compris

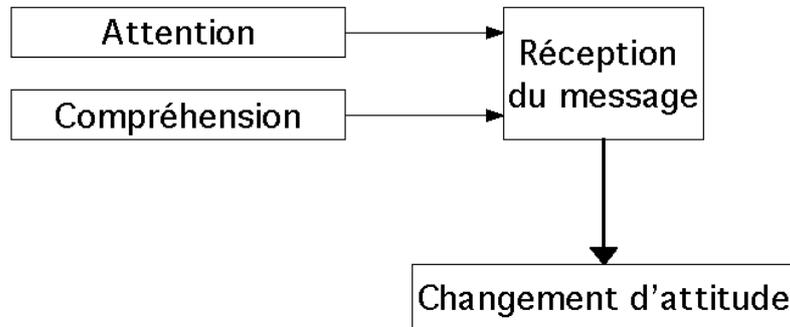
- simplicité : nivellement vers le bas et utilisation de slogan (War against terror)
- répétition : intra et inter-médias
- Lenteur : plus facile à comprendre

B.2.1.3. Les arguments doivent être retenus et acceptés

Qu'est-ce qui va influencer le degré d'acceptation des arguments ? L'approche de la réponse cognitive investigate ce que fait l'audience lors de la réception des arguments.

B.2.1.4. Le comportement suit les attitudes si il y a un intérêt

La théorie de l'action raisonnée s'est intéressée à cette question.



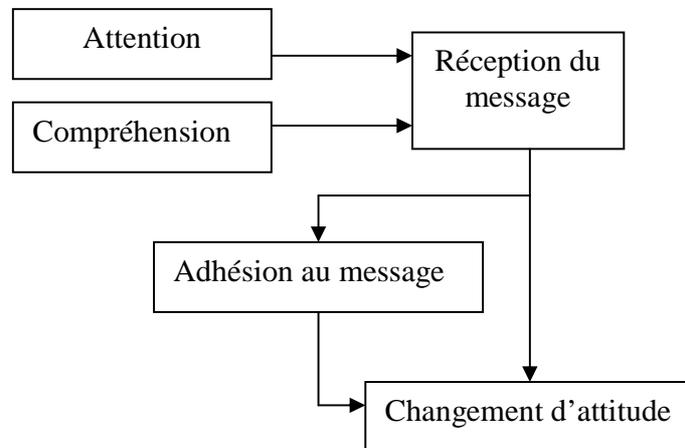
Le changement d'attitude est fonction de la qualité de réception du message, elle-même fonction de l'attention et de la compréhension

B.2.2. Le modèle du traitement de l'information



La probabilité du comportement est égale au produit des probabilités des événements indépendants → nécessité d'intervenir à tous les niveaux, particulièrement aux niveaux initiaux (si l'on ne capte pas l'attention d'une personne, il est inutile d'aller plus loin).

B.2.3. Mc Guire et son modèle des 2 facteurs



La réception et l'adhésion au message concourent au changement d'attitude
➔ la réception et l'adhésion permettent de réconcilier des résultats inconsistants.

Exemple : on suppose que l'intelligence (selon Yale) augmente le changement d'attitude.
En effet, plus on comprend le message, plus on le reçoit mieux et plus le changement d'attitude augmente.

Mc Guire a insisté sur le fait que les gens intelligents seront plus critiques envers le message. Par conséquent, ils adhèrent moins au message et le changement d'attitude baisse.

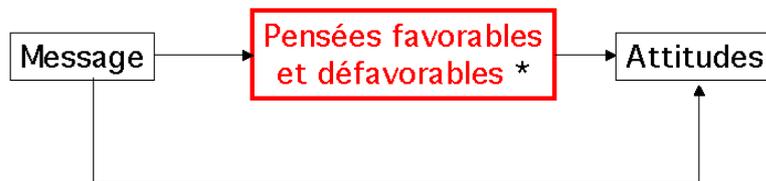
Quand un message est complexe et a de bons arguments, le changement d'attitudes augmente car l'adhésion est plus forte (à condition que l'individu opère un traitement objectif de l'information)

B.2.4. Approches de la réponse cognitive

- l'activation intellectuelle du récepteur est déterminante : examen critique des arguments :
 - si positif (pensées favorables) : acceptation
 - si négatif (pensées défavorables) : rejet

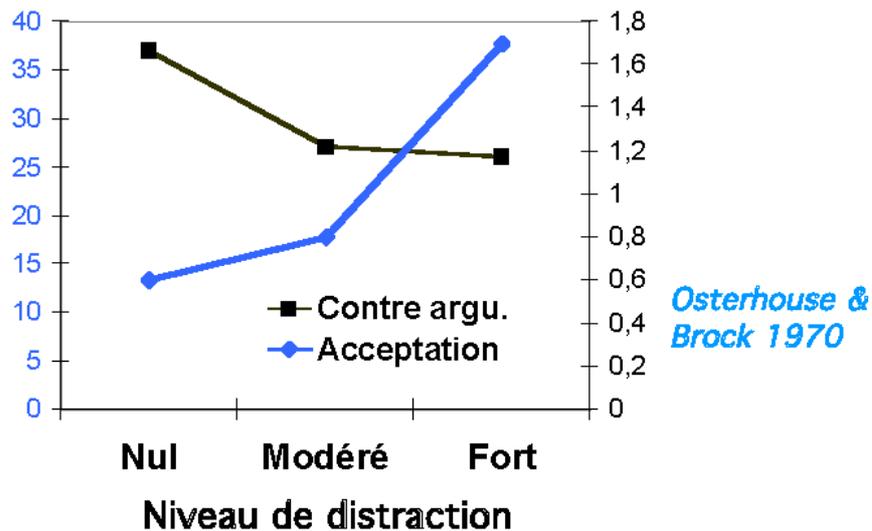
La distraction peut augmenter la persuasion (ex : messages avec arguments mauvais)
La contre-argumentation du récepteur = médiateur

[Technique du thoughts listing*](#)



(* facteur non pas plus important mais plus proximal)

Degré de contre-argumentation et d'acceptation du message en fonction du degré de distraction



Plus une personne est distraite → moins elle est critique, → plus elle adhère au message
→ plus elle accepte le message



- l'activation intellectuelle du récepteur est déterminante : examen critique des arguments :
 - si positif (pensées favorables) : acceptation
 - si négatif (pensées défavorables) : rejet
- Dans le cas de messages mal argumentés, la distraction augmente l'acceptation du message
- Mais pour Petty et Cacioppo (1976) : dans le cas de messages bien argumentés, la distraction diminue l'acceptation du message car, avec plus de ressources attentionnelles, la qualité des arguments aurait eu plus de poids persuasif

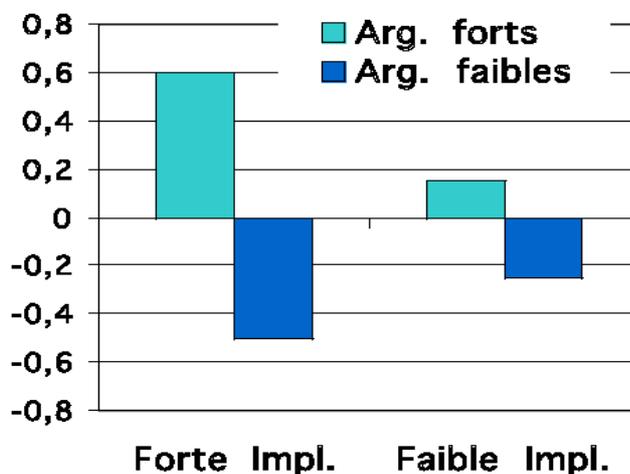
B.2.5. Modèles ELM et HSM

ELM : modèle de la probabilité d'élaboration de Petty et Cacioppo (1986)

HSM : modèle de traitement systématique et heuristique de Chaiken (1987)

- Si l'individu est motivé et capable de traiter l'information, il traitera les arguments dans le message.
- Si l'individu n'est pas motivé ou n'est pas capable de traiter l'information, il traitera le message sur les indices périphériques (ELM) et heuristiques de jugement (HSM).
- Les indices périphériques et heuristiques de jugement forment, ensemble, les informations paraverbales.

Influence des **ARGUMENTS** forts et faibles en condition de forte et faible implication



*Petty et al.,
1981*

Exemple : deux étudiants capables :

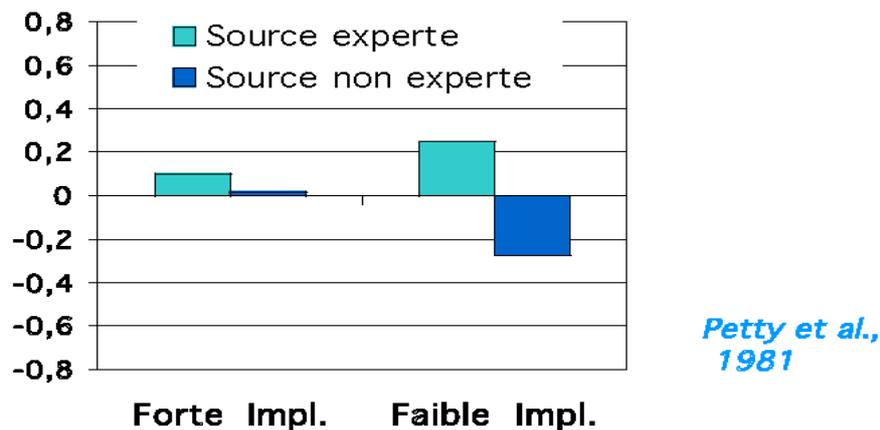
- impliqués (ça concerne leur faculté)
- non impliqués (ça ne touche pas leur faculté)

Le message concerne le numerus closus avec de bons ou mauvais arguments.

→ le degré d'acceptation du message :

- faiblement impliqués : ils ne traitent pas les arguments, que ceux-ci soient bons ou mauvais
- fortement impliqués : ils traitent les arguments en profondeur → mauvais arguments sont écartés

Influence des **INDICES** d'expertise en condition de forte et faible implication



Les gens fortement impliqués ne traitent pas la source, ils n'y font pas attention.

Les gens faiblement impliqués traitent la source.

Exemple d'indices :

- expertise présumée de la source (médecin ou chômeur)
- sympathie envers la source : une source sympathique augmente l'adhésion
- saillance perceptuelle de la source
- attirance physique envers la source
- réactions de l'audience (rire en boîte, rires au cinéma, applaudissements,...)
- Longueur du message : plus il est long, plus il est persuasif pour les individus peu capables ou peu motivés
- Nombre (plutôt que qualité) des arguments

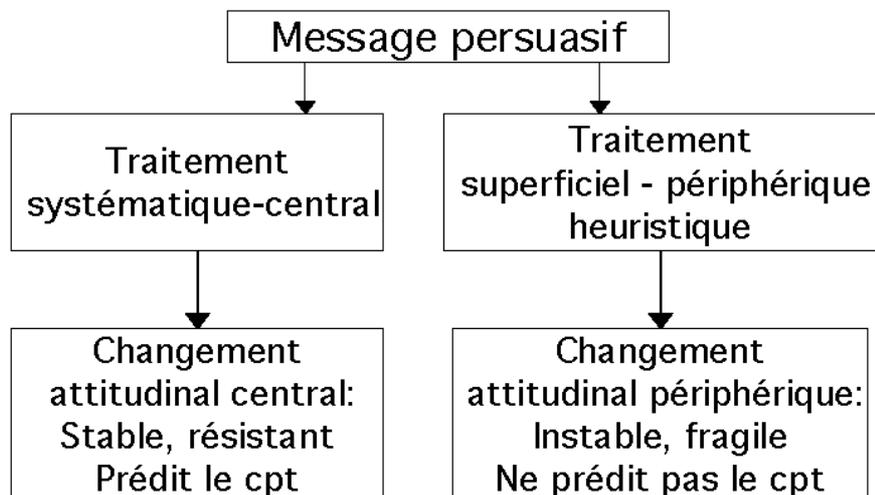
Exemples de facteurs influençant la MOTIVATION à traiter le message :

- implication envers le thème
- besoin de cognition
- motivation à l'exactitude : certains individus cherchent plus la perfection avant de cristalliser leurs arguments
- humeur (joie vs tristesse) : les gens tristes sont plus aptes à traiter l'information
Exemple : certains programmes de propagande jouent sur la joie car lorsque l'on est de bonne humeur, on n'a pas trop envie de réfléchir

Exemples de facteurs influençant la CAPACITE à traiter le message :

- niveau de distraction : si l'on pense à plusieurs choses à la fois, on aura moins d'attention pour traiter l'argumentation dans le détail
- vitesse du message
- expertise de la personne qui traite l'information, expertise de l'audience : plus tu es expert dans un domaine, plus tu seras apte à traiter l'information dans ce domaine.
- Degré d'intelligence : plus tu es intelligent, plus tu traites l'argument

Traitement central de l'information



Trois conditions sont nécessaires dans ce schéma :

- une personne motivée, impliquée par le thème
- capacité : si la personne est motivée mais n'a pas le temps, ça ne sert à rien de continuer
- Avoir de bons arguments

Si une des trois conditions manque, ça ne sert à rien d'utiliser la voie centrale. Il est très rare d'avoir les trois conditions réunies → il est rare que la persuasion adopte cette voie purement argumentative, rationnelle de l'information.

On en a rarement besoin en réalité

Exemple : Vouloir passer devant quelqu'un à la caisse : plus efficace un sourire (périphérique) que des arguments (central).

B.2.6. Théorie de l'inoculation

Comment résister aux tentatives d'influence ? Grâce à l'anticipation

- l'anticipation consiste à ne pas attendre d'être face à la communication persuasive si on se doute déjà des intentions malveillantes de la source

Exemple : des G.I. américains ont été capturés pendant la guerre de Corée. Deux ans après, ils étaient devenus anti-américain et pro-Corée car, durant leur apprentissage, on ne leur a pas donné d'arguments solides contre la Corée → des arguments solides des Coréens les ont déstabilisés.

- il faut préparer des contre-arguments à l'avance → on parvient à avoir une attitude extrêmement résistante.
- Mc Guire : Théorie de l'inoculation : analogie à un vaccin pour lutter contre la maladie (un vaccin prévoit et lutte contre la maladie avant l'apparition de celle-ci)
- La stratégie de l'inoculation est très efficace et ses effets se maintiennent à long terme.

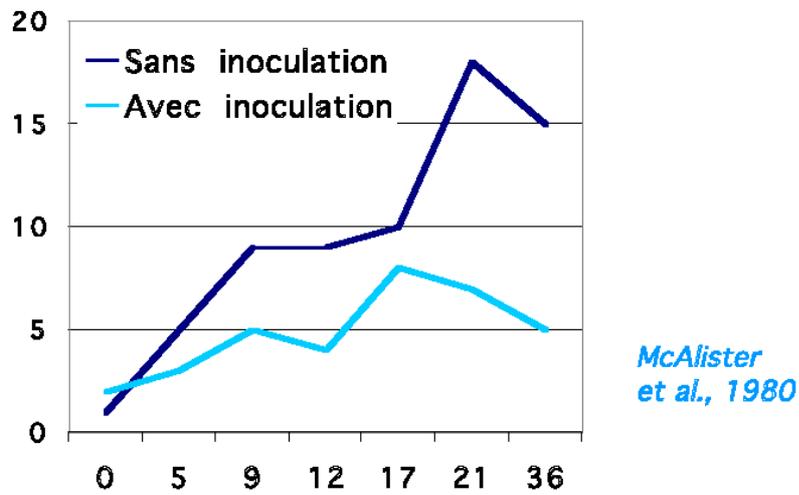
Expérience : Mc Alister et alii (1980)

Lutte anti-tabac : les jeunes inoculés avec des contre-arguments tels que :

« Je serais vraiment une polue mouillée si je fumais simplement pour te montrer que j'ose le faire »

Ces jeunes ont un risque réduit de devenir fumeur.

% de sujets fumeurs suite à l'absence ou présence d'inoculation (36 mois)



Exemple de question d'exam

- Il est nécessaire d'être motivé pour un traitement central de l'information : oui
- Une personne motivée est sujette au traitement central : non

→ il est nécessaire mais pas suffisant car il y a trois conditions

B.3. Antécédents comportementaux

Festinger s'est intéressé à la dynamique de groupe.

Exemple : une secte : ses membres pensaient qu'une soucoupe allait venir les chercher juste avant un cataclysme. Mme Keech animait cette secte.

Festinger voulait observer les réactions de groupe à la non venue du cataclysme et, a fortiori, à la non venue de la soucoupe. Il a assisté à plusieurs réactions :

- lyncher le gourou
- fuir la réalité
- renforcer ses croyances : en priant, ils ont évité le cataclysme et sauvé la terre → ils sortent dans la rue, proclament leur héroïsme, prônent leur « religion » et la font connaître au monde entier
- s'apercevoir qu'on est grugé

→ DISSONANCE COGNITIVE : j'ai eu raison pour moi, c'est pour cela que la terre existe toujours.

B.3.1. La théorie de la dissonance cognitive (Festinger, 1957)

- les cognitions (émotions), les pensées peuvent être pertinentes vis-à-vis des autres ou n'avoir aucun lien entre elles
Exemple : j'aime les fraises et les baleines sont les plus lourds mammifères du monde

- Si elles sont pertinentes, elles peuvent être :
 - consonantes si B découle de A
 - dissonantes si non B découle de A

Exemples : - j'ai acheté du parfum, il sent bon : cognition pertinente
consonante

- j'ai acheté du parfum, il pue : cognition pertinente,
dissonante

- La dissonance cognitive crée un inconfort psychologique, quelque chose nous dérange :
 - on est motivé à réduire cet inconfort
 - on est motivé à éviter des cognitions dissonantes
- Plus forte est la dissonance, plus forte est la motivation à la réduire

- La dissonance est fonction du nombre et de l'importance des cognitions dissonantes et consonantes

$$\text{Diss} = (\text{Cons}) / (\text{Cons} + \text{Diss})$$

Exemple : Stratégie de diminution de dissonance pour fumeur :

- arrêter de fumer
- augmenter l'importance cognitive des consonances (plaisir dingue quand je fume)
- diminuer l'importance cognitive des dissonances (finalement, les cigarettes ne sont pas si cher compte tenu du plaisir que ça m'apporte)
- augmenter le nombre de consonances (fumer permet de rester mince, concentration plus forte après avoir fumé)
- diminuer le nombre de dissonances (cancer : pas pour moi)
- la probabilité qu'une cognition change est fonction de sa résistance
 - écart avec la réalité (être persuadé que l'on ne fume pas alors qu'on fume → devenir fou est une option coûteuse)
 - rapport avec autres cognitions
 - si la cognition est comportementale, il faut procéder à une évaluation des coûts

→ rupture avec les modèles des théories de l'apprentissage : les gens se renforcent selon des comportements positifs.

B.3.1.1. Quatre illustrations

B.3.1.1.1. Illustration : effet de la justification insuffisante

Commencer à apprécier un comportement coûteux que l'on vient de réaliser et pour lequel on dispose de peu de justifications externes.

Exemple : Plus on a dur de faire quelque chose, plus on est satisfait quand on l'a fait.

Expérience : Des participants entrent dans un laboratoire où ils font des tâches très ennuyeuses. On leur demande ensuite comment ils trouvent la tâche. Ensuite, on leur donne 1\$ pour qu'ils disent à la personne suivante que la tâche est intéressante. Ils n'acceptent pas le fait qu'ils vont le faire que pour 1\$ seulement → ils se convainquent eux-mêmes que la tâche était intéressante. Par contre quand ils reçoivent 20 \$, ils restent sur leur position que la tâche est inintéressante

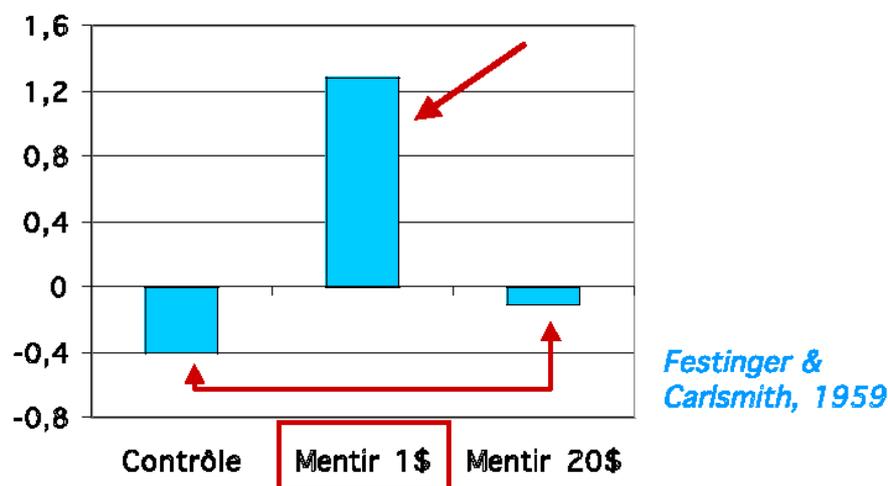
Cette tâche était inintéressante,

Or, j'ai fait croire à autrui qu'elle était passionnante pour 1 \$ seulement,

Or, je ne suis ni radin ni menteur,

En fait, la tâche était intéressante.

Attitude envers la tâche suivant la condition expérimentale



→ il y a réduction de la dissonance grâce au changement d'attitude

→ plus je souffre pour dire que la tâche est intéressante (pour 1\$ seulement), plus je change d'attitude pour que la dissonance diminue

Exemple : pourquoi accepter de travailler dans une entreprise où on est mal payé ? Parce que les collègues sont super → surévaluation

B.3.1.1.2. Illustration : effet de l'effort

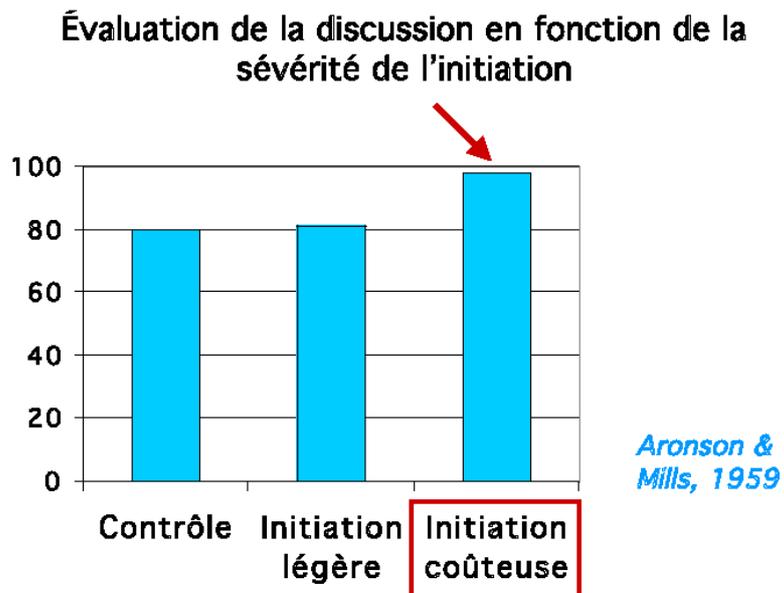
Apprécier d'autant plus un objet que celui-ci a fait souffrir

Expérience sur la sexualité (1959) : des jeunes filles disent des mots :

- fesse, poitrine,... (initiation légère)
- chatte, couille,... (initiation coûteuse ... à l'époque)

Après elles visionnent un film sur la sexualité des mollusquent

→ elles se sont dit : « j'ai fait tout ça pour ça ? » → elles surévaluent l'intérêt qu'elles portent au film.



Exemple :

Cette discussion était franchement inintéressante,

Or, j'ai dû faire l'expérience d'une situation très embarrassante pour pouvoir y participer

Or, je ne suis pas stupide

En fait, cette discussion était intéressante

B.3.1.1.3. Illustration : effet de surjustification

On surjustifie es choix que l'on vient de faire → surestimation de la pertinence de mes choix.

10 objets sont présentés sur une table et je dois en choisir un seul. Après un premier examen, le 2è et le 8è me plaisent plus que les autres. Si je choisis le 8è, je perds les avantages du 2è → état de dissonance que l'on règle, qui consiste à surestimer la raison de mon choix.

Exemple : J'ai eu raison de prendre le 8è pour telle et telle raison et j'ai pas pris le 2è pour telle ou telle raison → on surestime les avantages de notre choix et les désavantages de l'autre possibilité

J'ai finalement acheté une maison plutôt qu'un appartement → une maison présente des avantages bien supérieurs à ceux d'l appartement

B.3.1.1.4. Illustration : Persévérance de croyances

Cf. soucoupes de Mme Keech

B.3.1.1.5. Conclusion

On considère que nos actes sont le fruit de notre libre arbitre. Or, on n'est pas forcément conscient de ce qui se passe, de ce qui nous pousse à agir de telle manière → on cherche des cause, des justifications à nos actes.

B.3.1.2. La dissonance comme moyen de persuasion

A. Lorsqu'il est possible d'amener quelqu'un à se comporter d'une manière voulue, il faut favoriser la manière douce.

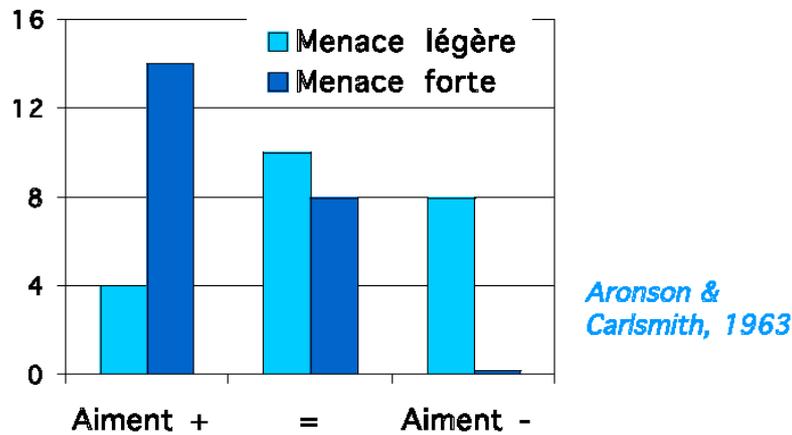
On utilise la dissonance seulement quand les individus pensent avoir agi librement mais à tort.

Expérience : Un scientifique dit à un enfant :

- Soit « tant que je ne suis pas là, stp, ne joue pas avec le jouet »
- Soit « Tu n'as pas intérêt à jouer avec le jouet »

→ l'enfant ne joue pas avec le jouet. Une semaine après, on remet l'enfant en présence du jouet .

Changement d'attitude par rapport au jouet suivant la sévérité de l'interdiction



J'adore ce jouet,
Or, je n'ai pas joué avec alors que je ne risquais pas grand-chose si je l'avais fait
Or, je ne suis pas peureux
En fait, ce jouet ne m'intéresse pas beaucoup

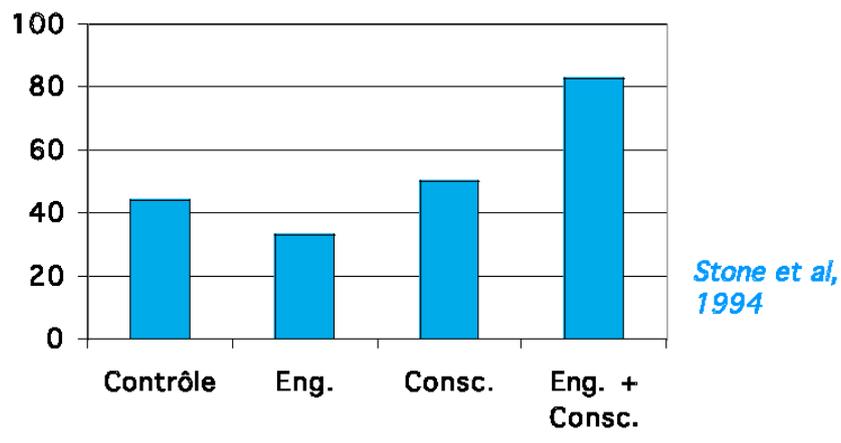
→ les personnes qui utilisent la manière douce arrivent à faire que l'enfant se désintéresse du jouet → elles paraissent gentilles mais sont en fait machiavéliques.

B. Induire un sentiment d'hypocrisie.

Expérience : on a observé le pourcentage de personnes qui sont favorables au fait de ramasser des déchets par terre. Il est de 95% mais seulement 2% le font réellement

Pour corriger cela, il faut susciter un sentiment d'hypocrisie : il faut obtenir d'une personne qu'elle affirme publiquement ses attitudes et lui faire remarquer que, dans ses propres comportement, elle n'agit pas en conséquence.

Expérience : **% de participants achetant des préservatifs suivant les conditions expérimentales**



Engagement : les gens prônent l'usage de préservatifs mais ne l'applique pas forcément .

Conscientisation : on leur fait prendre conscience qu'ils n'en prennent pas toujours

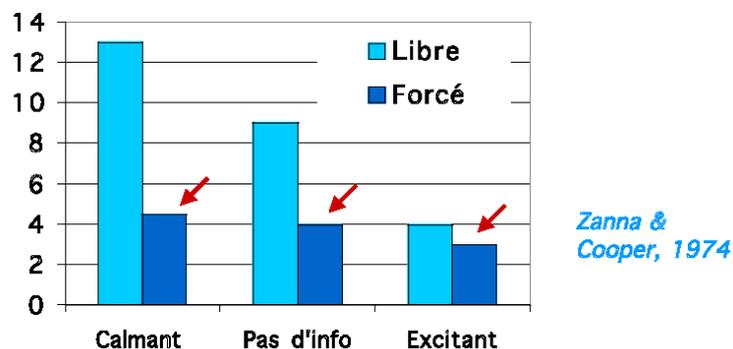
Engagement + conscientisation : induction de l'hypocrisie : combinaison de l'engagement avec la conscientisation → prise en compte des conséquences négatives de son comportement (ou de son absence de comportement)

B.3.1.3. Les conditions de la dissonance

- prise en conscience des conséquences négatives de son comportement (ou absence de comportement)
- responsabilité personnelle du comportement
- émergence d'un état d'activation physiologique
- activation physiologique doit être attribuée au comportement contre-attitudinal

Expérience :

Attitude à l'égard du thème en fonction des effets présumés du placebo et de la contrainte



Les personnes libres se sentent en rupture avec leur comportement : elles se sentent mal alors qu'elles devraient être calmes → ils changent leur comportement pour être calmes

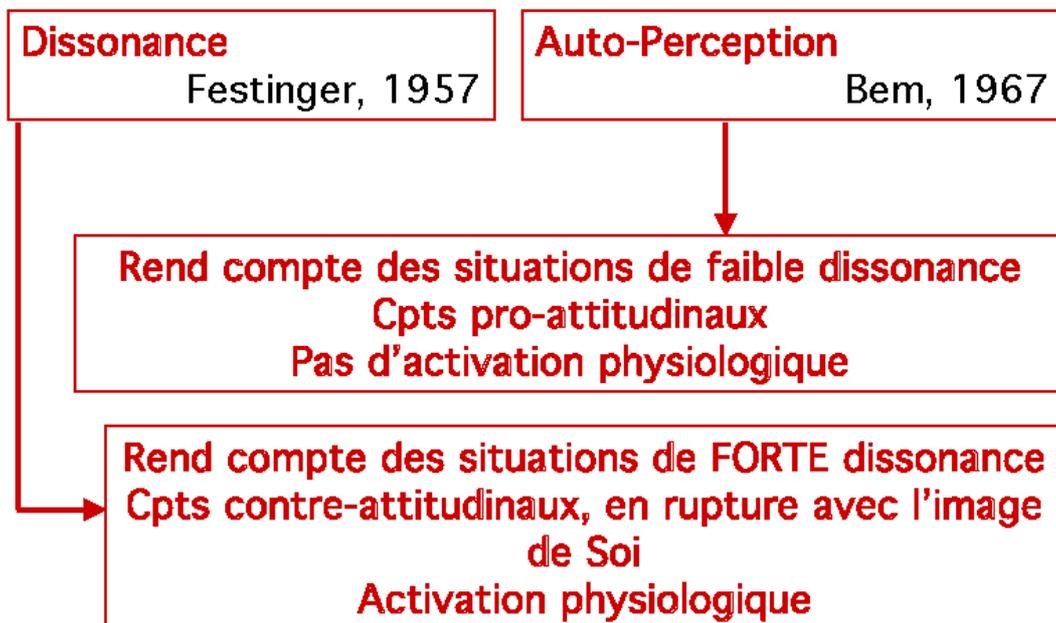
B.3.1.4. La dissonance et la théorie de l'affirmation de soi (Steele, 1988)

L'état de dissonance émerge lorsque l'image de soi des individus, est menacée (moralité, valeur,...). La positivité du SOI doit être maintenue (ex : je ne suis pas un menteur, je suis une personne sensée) → on change d'attitude par rapport à l'objet (pas de dissonance si possibilité de restaurer la positivité du SOI par d'autres moyens).

B.3.1.4. La dissonance et l'auto-perception (Bem, 1967)

Pour Bem, l'individu n'a pas d'activation physiologique. Il ressent des inférences rationnelles réalisées sur base des caractéristiques de la situation. Il dit en quelque sorte que Festinger a tout faux.

- je ne peux pas avoir menti pour 1\$; c'est donc que je n'ai pas menti et que j'ai réellement apprécié la tâche
- rien ne m'empêchait vraiment de jouer avec ce jouet et je ne l'ai pourtant pas fait ; c'est donc que je n'aimais pas vraiment ce jouet



B.3.2. Les techniques de manipulation

B.3.2.1. Law-Ball

C'est obtenir un accord sur la réalisation d'un comportement dont le coût réel n'est divulgué que par après

Les avantages qu'ils avaient sont supprimés par

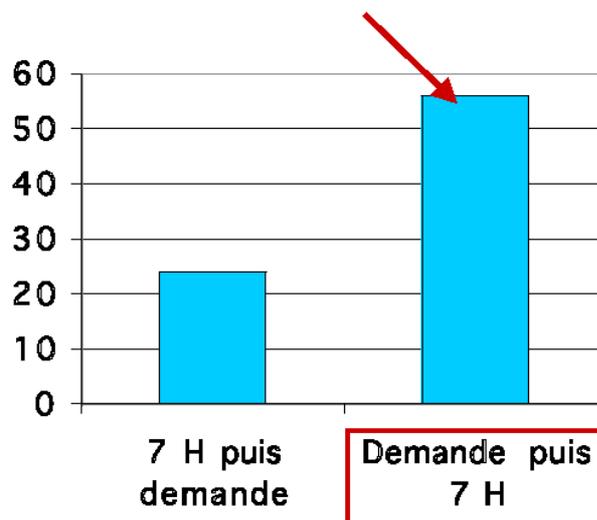
Des désavantages ajoutés

coût réel

Expérience :

1. on demande si les participants sont d'accord pour venir un samedi à 7h puis on leur dit qu'ils seront payés
2. on leur dit qu'ils seront payés et puis on leur dit que c'est un samedi à 7h

% d'acceptation en fonction de la séquence de la demande



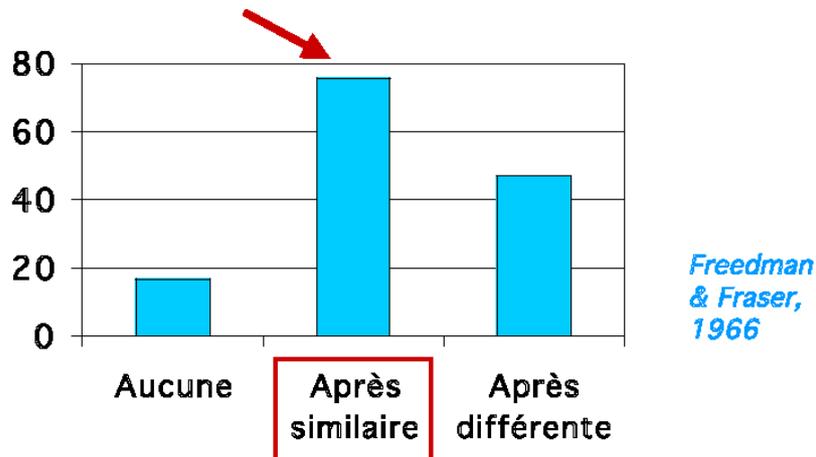
Cialdini et al., 1975

B.3.2.2. Le pied dans la porte

C'est obtenir un accord sur une première demande pour augmenter le pourcentage d'acceptation sur une seconde demande plus coûteuse → auto-perception

Exemple : demander à ses parents la voiture pour le week-end puis, quand ils ont accepté, dire que c'est pour aller à Paris pendant 3 jours

% d'acceptation d'une demande (coûteuse) en fonction de la nature d'une 1ère demande (légère)



Similaire : demander 100 € puis 500

Différente : demander 100 € puis demander la voiture pour le week-end

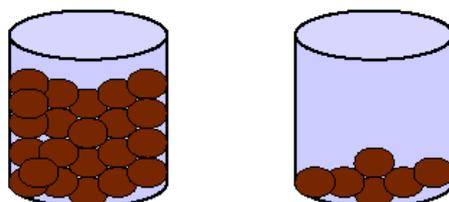
Autre exemple :

1. Voulez-vous acheter cette BD ? Non
2. Pouvez-vous m'aider ? Oui. Voulez-vous acheter cette BD ? Oui

B.3.2.3. La réactance

C'est priver une personne de son sentiment de liberté d'action pour l'amener à se comporter d'une manière donnée.

Expérience : deux bocaux de cookies sont disposés sur une table. L'un étant presque vide, l'autre étant rempli.



L'expérimentateur mesure le nombre de cookies que prendra l'individu observé (il est seul dans la pièce). Il en prendra plus dans le bocal presque vide. Comme il y a peu de cookies, on lui retire le sentiment de liberté → réactance.

Autres exemples

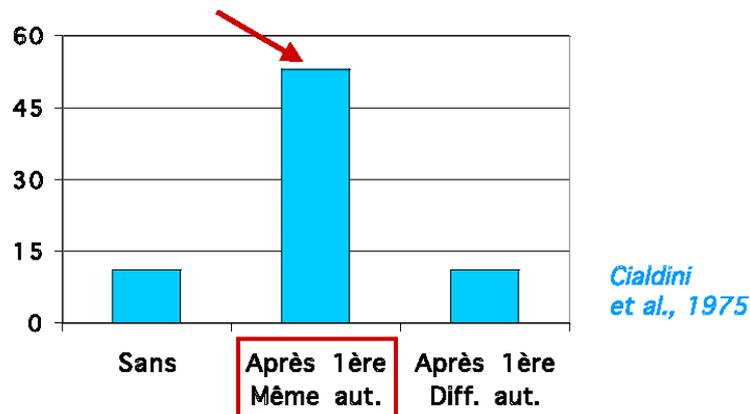
1. effets de censure : film interdit aux moins de 16 ans → il faut que j'aie le voir
2. publicités
3. « offre valable jusqu'à épuisement des stocks »
4. « si ce produit est trop cher pour vous, prenez-en un autre »

B.3.2.4. La porte dans la figure

C'est obtenir un refus sur une première demande pour augmenter le pourcentage d'acceptation d'une seconde demande moins coûteuse → Norme de réciprocité

Expérience :

% de sujets acceptant une demande (légère) en fonction de la nature de la 1ère demande (forte) et de son auteur



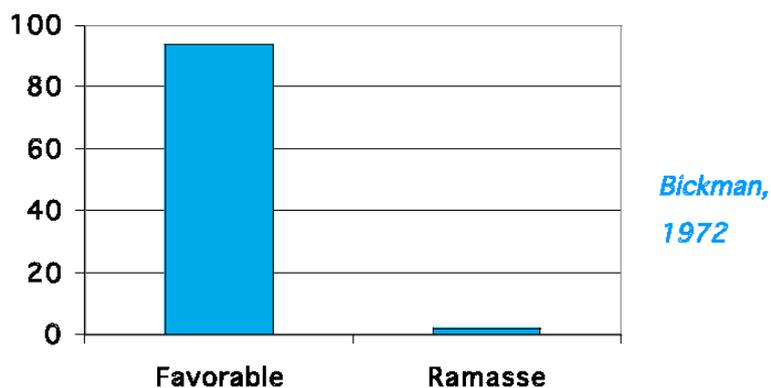
Exemple : Papa, tu me donnes 1000 balles ? Non
Et 500 ? Oui

Si la personne qui fait la demande fait des efforts pour que sa demande soit plus légère, je dois en faire aussi

B.3.3. Liens attitude-comportement

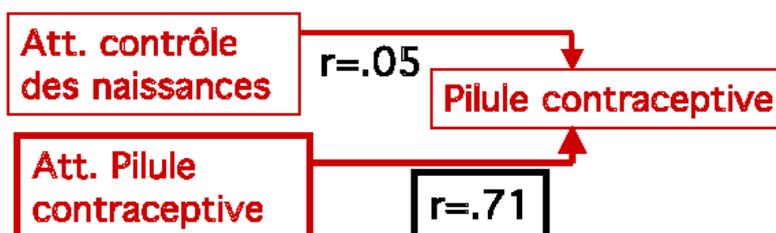
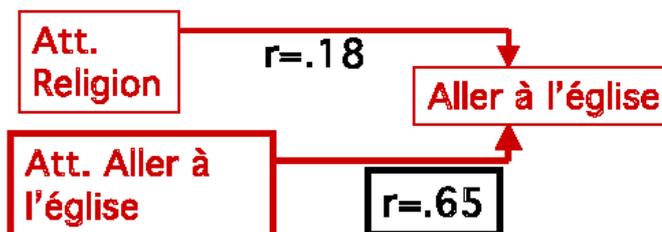
Constat d'une mauvaise prédiction du comportement à partir des mesures traditionnelles d'attitudes.

% Ps favorables au fait de ramasser des débris par terre, et % les ramassant effectivement



Il y a deux possibilités face à ce constat :

- faible lien attitudes-comportement : l'attitude ne prédit pas le comportement
- (Attention aux circonstances : pressé, fatigué,...)
- mauvaise mesure des attitudes

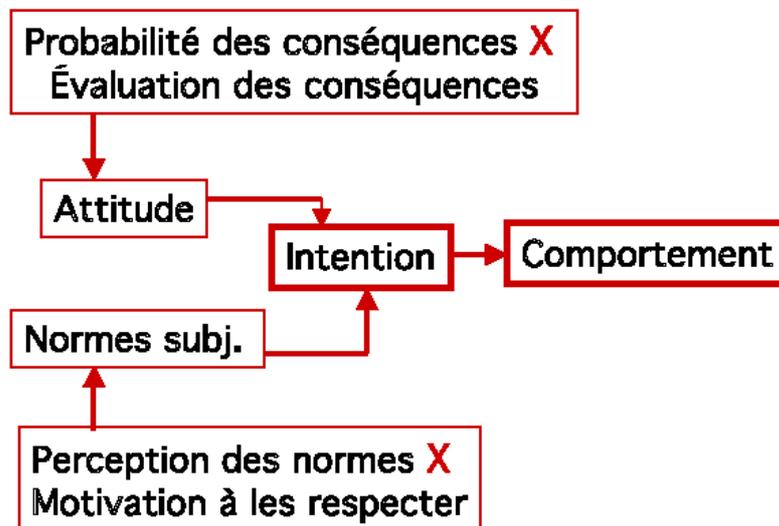


→ lien plus fort quand la question est plus en rapport avec la fin voulue → Il vaut mieux poser des questions précises plutôt que générales.

B.3.4. Théorie de l'action raisonnée (Fishbein & Ajzen, 1975)

- le meilleur prédicteur du comportement est l'intention de se comporter
- l'attitude est un déterminant (parmi d'autres) de l'intention de se comporter)

Représentation schématique de la Théorie de l'action raisonnée Fishbein & Ajzen, 1975

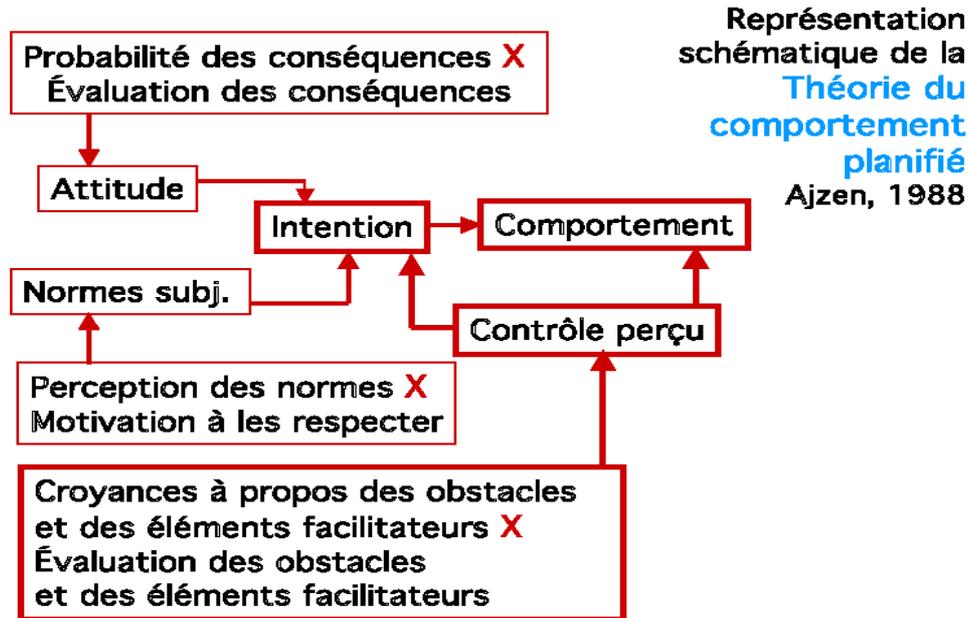


Acheter un ordinateur dans le courant de cette année

| <u>Conséquence</u> | <u>Croyance</u> | <u>Evaluation</u> | <u>Produit</u> |
|--------------------------------|-----------------|-------------------|----------------|
| Accès internet possible | +3 | +3 | +9 |
| Simplicité du travail | +1 | +2 | +2 |
| Qualité des graphiques | +2 | +2 | +4 |
| Possibilité de faire des stats | +3 | -1 | -3 |
| Economie d'argent | -2 | +3 | -6 |
| Risque de vol | +3 | -3 | -9 |
| Total | | | -3 |

Le contrôle perçu agit à la fois sur le comportement et su l'intention

Exemple : patch pour arrêter de fumer : chaque marche d'escalier est comme une dose niqotine en moins.



Intention = INT

Attitudes comportementales = ATT_{cpt}

Normes subjectives comportementales = NORMES SUB_{cpt}

$$INT = W_a \text{ Att}_{cpt} + W_b \text{ Normes Sub}_{cpt}$$

$$\text{Att}_{cpt} = \sum_i (\text{Cons } i * \text{Eval } i)$$

$$\text{Normes Sub}_{cpt} = \sum_i (\text{Perc N. } i * \text{Mot } i)$$

W_a et W_b = pondération

Parfois, la composante attitudinale joue beaucoup et les normes peu ; et vice-versa

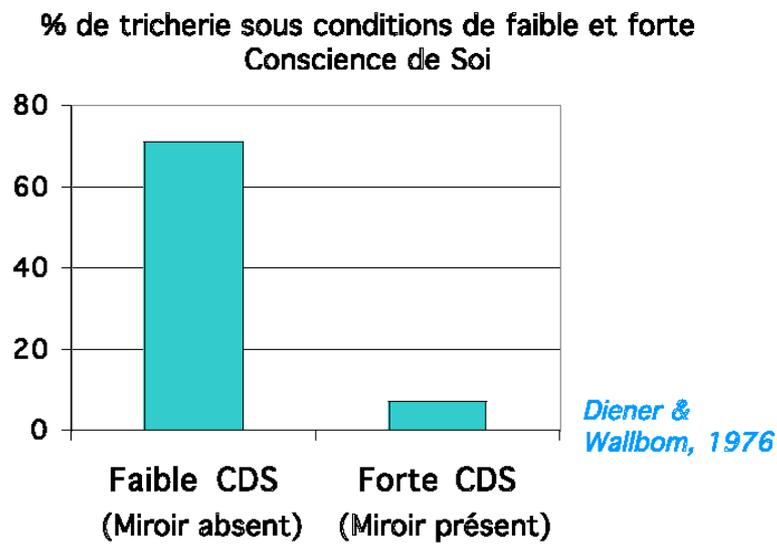
Exemple : Vote : W_a > W_b avortement W_a < W_b

Le lien attitudes-comportement est renforcé quand les attitudes sont devenues plus saillantes.

Exemple : si l'on se questionne sur son attitude, notre comportement sera plus en lien avec les attitudes mises à jour.

- → demander aux personnes de penser à leurs attitudes
- → augmenter la conscience de soi

Expérience :



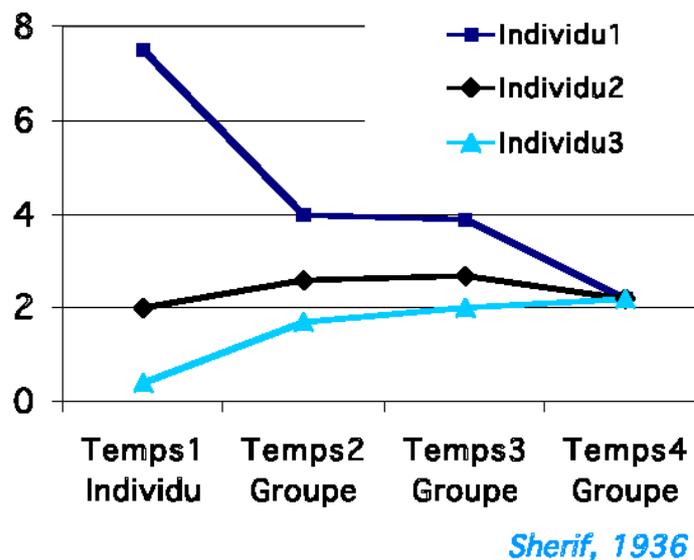
C. Les normes sociales

Les normes sociales sont un ensemble de règles et de prescription portant sur la manière de percevoir, de penser et d'agir. Ce sont des échelles de référence ou d'évaluation qui définissent une marge de conduites, d'attitudes ou d'opinions permises et répréhensibles.

C.1. La formation des normes (Sherif, 1936)

Etudes sur l'effet autocinétique

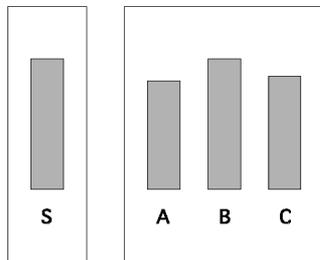
Évolution des évaluations individuelles à travers les temps (sessions individuelles puis collectives)



Les intuitions tendent vers une normalisation du jugement à travers le temps. Ces évaluations convergent en effet vers un même point, symbolisant la norme. Tous les individus changent leurs évaluations avec le temps. Ils sont beaucoup plus sensibles quand ils sont loin de la norme, c'est-à-dire au moment de leur première impression.

Exemple : un tableau abstrait : pas de formation de normes car pas besoin de l'avis des autres pour se faire une impression.

C.2. Le conformisme (Asch, 1955)

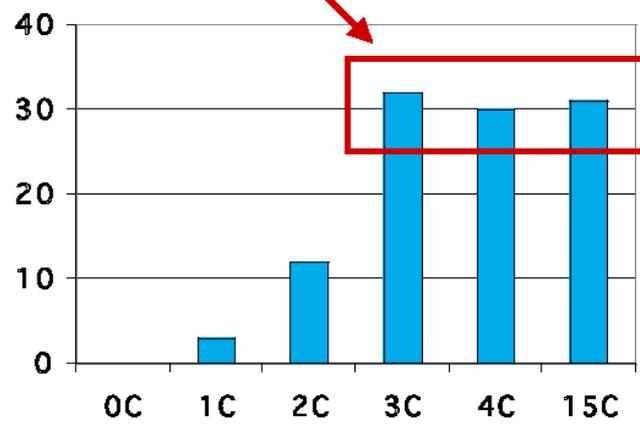


Quel est le rectangle le plus ressemblant à S ? Si vous êtes seul, vous répondrez B sans hésitation. Par contre, si vous êtes dans un groupe de 6 personnes et que 5 personnes disent A → vous allez commencer à douter

- 30% des individus se conforment au groupe dans une majorité de cas
- 25% des individus ne se conforment jamais au groupe
- Au total, il y a 30% d'erreurs commises (alors qu'il n'y en a que 2% quand les individus sont seuls)

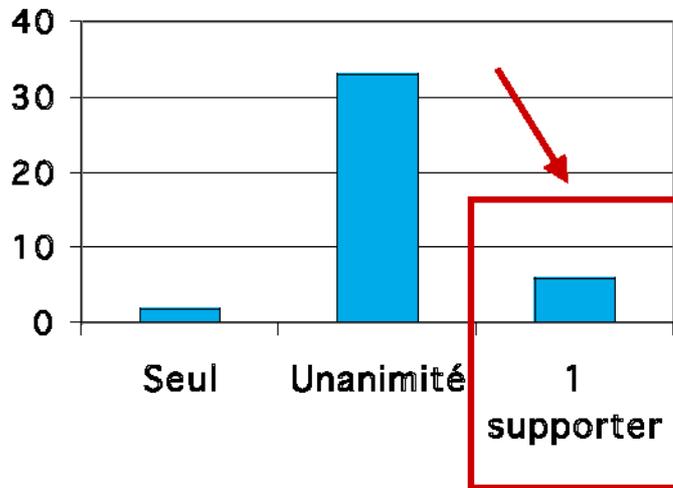
Il faut remarquer ici qu'il n'y a eu aucune pression explicite des complices (les 5 personnes qui disent A plutôt que B). Si les autres se moquaient de vous, le taux de conformisme exploserait.

% de conformisme en fonction du nombre de comparses donnant une mauvaise réponse



Asch, 1955

% de conformisme en fonction de la présence ou non d'un supporter



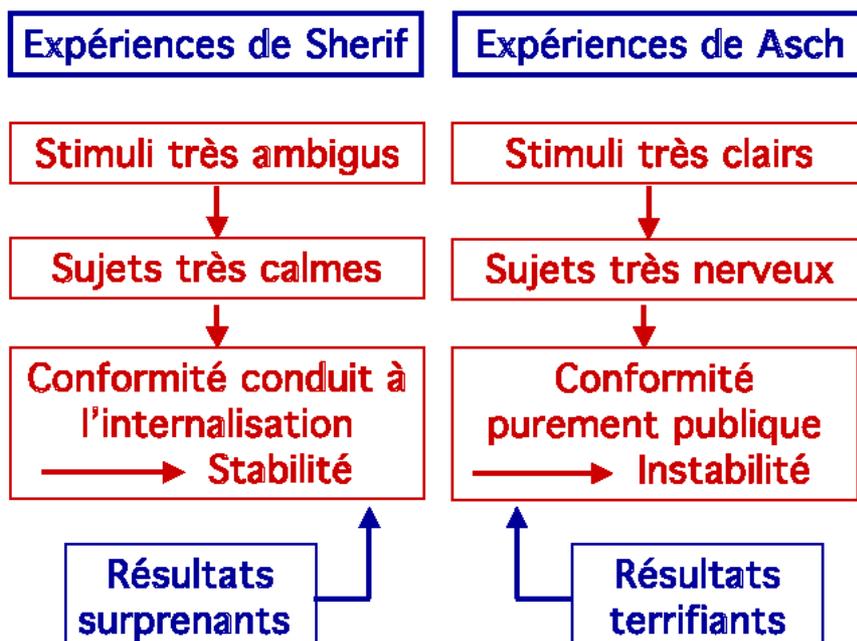
Asch, 1956

Le pourcentage de conformisme baisse fortement lorsqu'une personne répond oui et trois répondent non.

Le conformisme a été étudié à cause de la guerre 40-45. Comment les gens ont-ils pu accepter de tuer quelqu'un sur ordre d'un supérieur ?

La dissension était forte en Allemagne de l'Est, mais aussi en Algérie.

C.3. Sherif VS Asch



Pourquoi ce besoin de générer des normes et de s'y soumettre ?

- dépendance informationnelle : besoin de partager une réalité commune (consensus élevé informel sur les propriétés de l'objet)
- dépendance normative : besoin de partager des référents communs avec les membres du groupe (peur de rejets-sanctions)

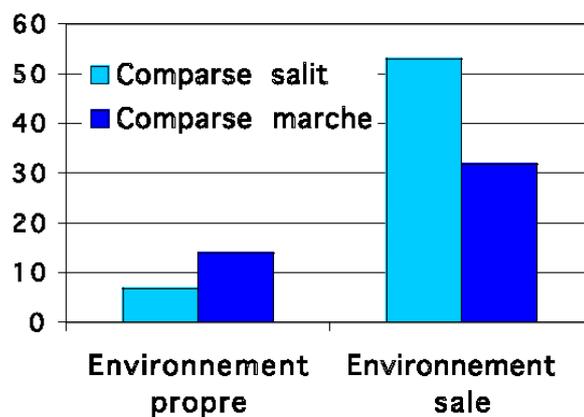
Exemple : si je suis favorable à une pétition, je pense que 75% le sont aussi. Si je suis défavorable, je pense que 80% le sont aussi.

1. tendance à s'estimer meilleur que la moyenne quand on est incompetent dans la matière
2. effet de faux consensus qui amène à penser que les gens pensent comme soi

Effet du contexte sur le respect des normes :

- pour les normes NON internalisées :
 - anonymat VS publicité
 - désaccord
 - cohésion du groupe – Sanctions
- pour les normes internalisées :
 - activation

% de sujets qui salissent l'environnement en fonction de la propreté de celui-ci et du comportement du comparse



Cialdini et al., 1990

C.4. L'imitation

C'est l'ensemble de normes de comportement mises en place de manière réfléchie ou spontanée suite à l'observation du comportement d'un autrui significatif.

Recherches de Phillips sur le suicide

- augmentation très significative du nombre de suicides suite à la médiatisation d'un cas de suicide
- augmentation ne touche que la région dans laquelle le suicide a eu lieu
- augmentation du nombre de morts mais pas forcément du nombre d'accidents ou de tentatives de suicides

Un grand nombre de cas de suicide se fait par imitation, mais pas tous.

C.5. Le poids des rôles

Expérience de Zimbardo

Cette expérience est l'une des plus particulières de l'histoire de la psychologie sociale.

Le rôle étudié : gardien de prison ou prisonnier

On propose 15\$ par jour à des candidats pour participer à une étude de 15 jours sur la vie en prison. 24 candidats sur 70 inscrits furent sélectionnés. 12 furent désignés prisonniers, 12 autres furent désignés gardiens de prison. Les candidats ont été soigneusement sélectionnés : il n'y a aucun candidat qui souffre de quelconque problème psychologique.

La situation est hyper-réaliste : les prisonniers se font arrêter chez eux, devant leurs voisins,...

L'étude a été arrêtée après 6 jours seulement en raison des brutalités commises par les gardiens sur les prisonniers.

Pourquoi les gardiens se sont-ils montrés si brutaux ?

- personnalité ? non parce que soigneusement choisis en tenant compte de leur personnalité
- agressivité des prisonniers ? non

Pourquoi rien ne s'est opposé à la brutalité des gardiens :

1. Dépersonnalisation, déshumanisation de la situation : les prisonniers n'ont plus de noms, plus de vêtements, ce sont des numéros → des cibles déshumanisées sont plus susceptibles d'être brutalisées (ex : docteur => monsieur => tu => numéro).

→ il y a un conflit de rôles ; un commandant allemand qui envoyait des Juifs à la chambre à gaz pouvait rentrer chez lui, calmement, avec sa famille et ses enfants.

2. Ignorance pluraliste (ex : si je me trouve à 500 km des camps de concentration, je peux ignorer où j'envoie ces gens).

Exemple : si je vois un gardien de prison frapper un prisonnier et que les autres gardiens ne réagissent pas, je peux considérer que c'est approprié, adéquat, normal. Le problème est que chacun peut croire à tort que c'est justifié.

C.6. La croyance dans un monde juste et blâme des victimes (Lerner & Simons, 1966)

Le besoin de croire en un monde juste nous conduit à blâmer les victimes innocentes de leur sort SI nous ne pouvons améliorer celui-ci.

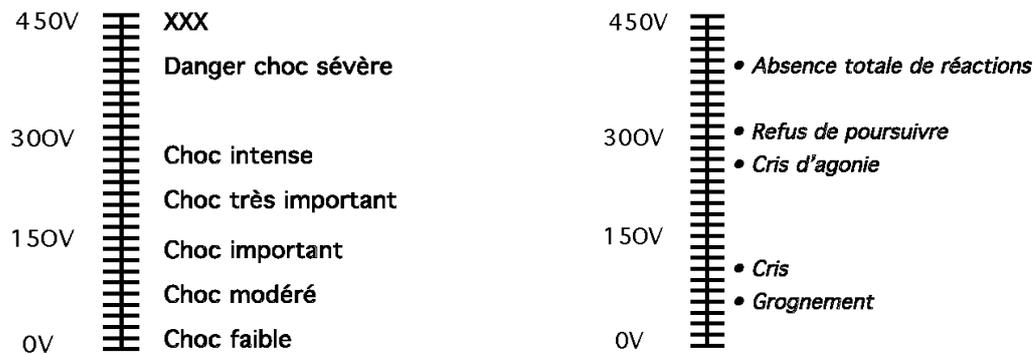
Exemple :

Je suis témoin d'une injustice mise en cause par ma vision d'un monde juste. Je veux pas modifier ma vision du monde juste → j'essaie d'aider la victime.

Par contre, si je n'ai pas les moyens de changer cette injustice, je blâmerai encore plus la victime (ex : si tu t'es fait violée, c'est à cause de la façon dont tu t'habilles → c'est entièrement de ta faute).

D. L'obéissance

D.1. Expérience de Milgram



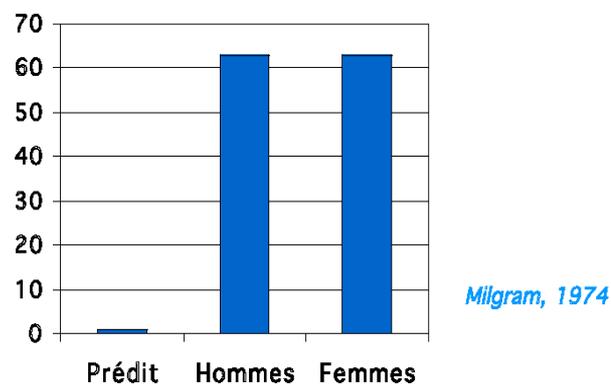
Des individus participent à une expérience. Deux personnes sont choisies au hasard. Une personne est l'élève (et n'est en fait qu'un complice) et l'autre est l'enseignant. L'élève doit mémoriser des paires (ex : marteau-citron). Ils reçoivent 5\$ pour l'expérience

A chaque erreur de mémorisation, l'enseignant va donner des chocs électriques. A chaque erreur, on monte d'un cran dans l'intensité du choc.

L'enseignant ne voit pas l'élève mais l'entend par interphone.

La première fois que l'enseignant hésite à donner des chocs, l'examineur dit : «Continuez, svp ». La deuxième fois, il dit : « l'expérience requiert que vous continuiez ». La troisième fois (vers les cris d'agonies), il dit : « il est absolument essentiel que vous continuiez ». La quatrième fois, il dit : « vous n'avez pas d'autres choix, vous devez continuer ».

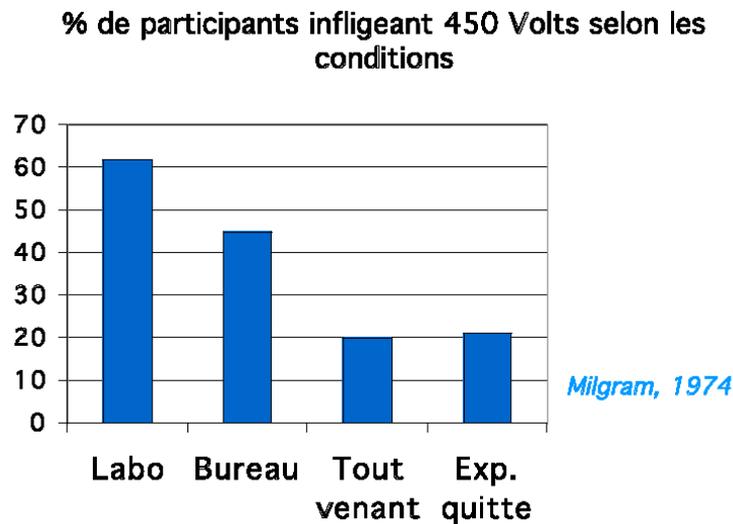
Prévision et % réels de participants infligeant 450 Volts



La pression de l'examineur n'est pas énorme mais les enseignants pensent à leurs 5 \$
→ surestimation de l'obéissance.

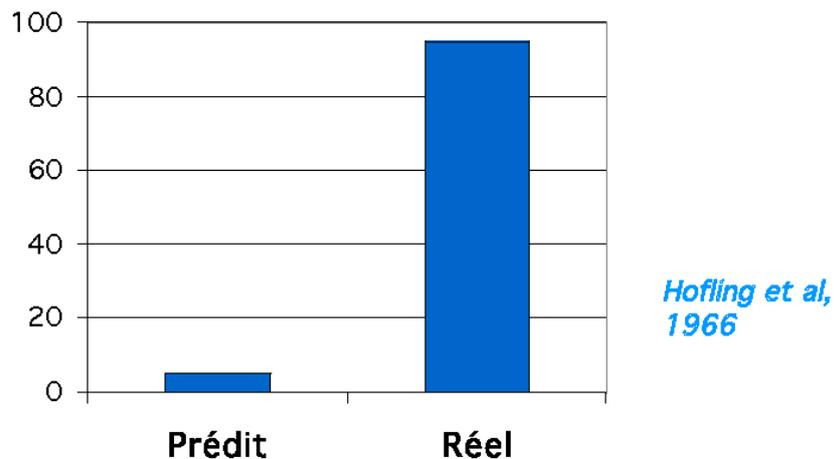
D.2. Les conditions de l'obéissance

1. autorité « responsable », légitime et présente (physiquement et moralement)



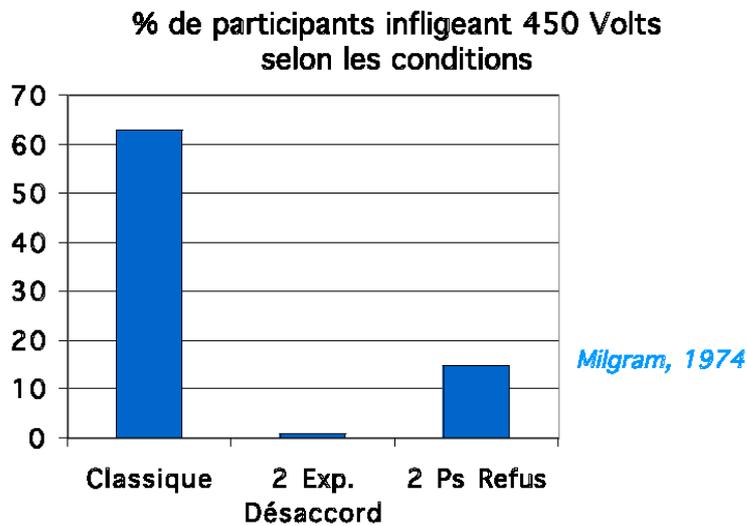
La présence de l'examineur rend trois fois plus possible le fait d'infliger 450V et de « tuer » l'élève.

Prévision et % réel d'infirmières délivrant le médicament (*interdit et surdosé, sous la demande téléphonique d'un inconnu*)



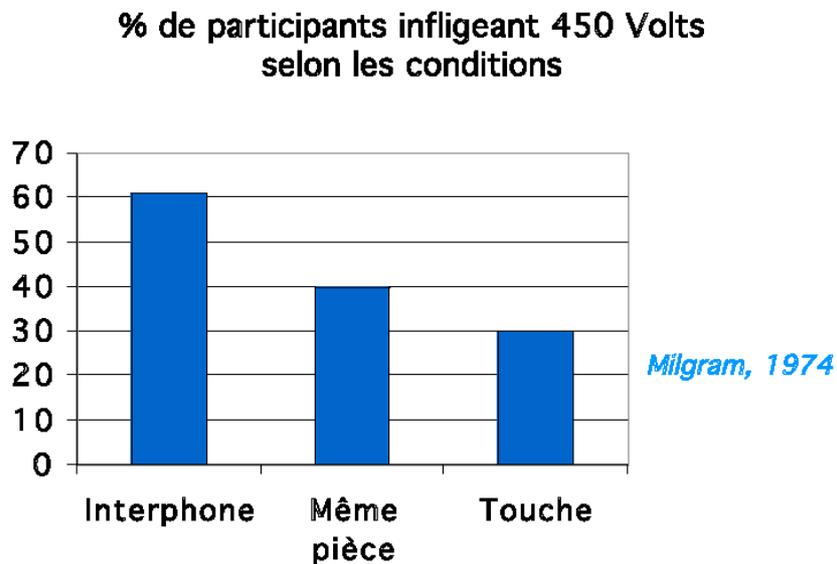
Il faut que l'inconnu ait des arguments très forts.

2. Autorité doit être unanime et manque d'opposition



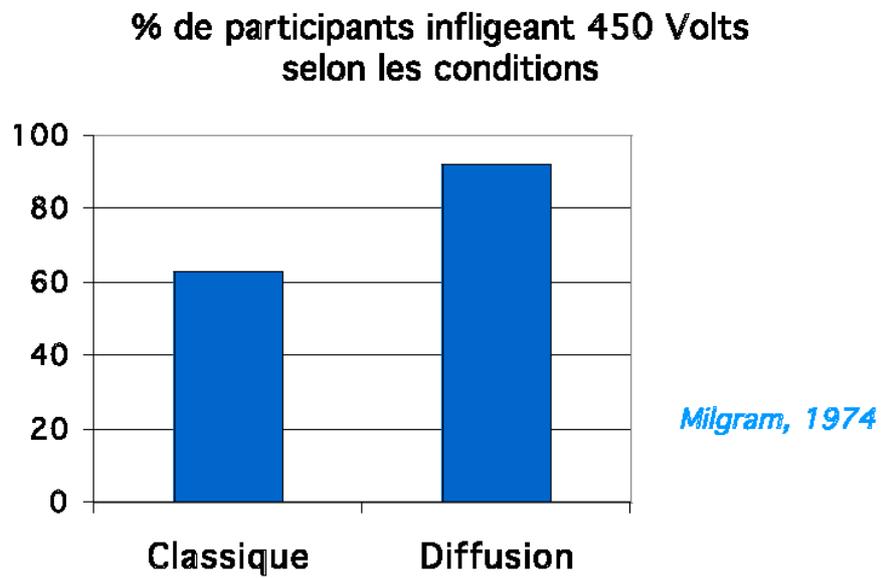
Si les examinateurs ne sont pas d'accord entre eux, le pourcentage de continuation de l'expérience est quasi nul. Si plusieurs personnes ont refusé de continuer l'expérience, le pourcentage diminue fortement également.

3. Absence de normes opposées



On refuse plus de continuer l'expérience quand on personnalise la personne, quand on la touche, quand on la voit. Plus on est éloigné d'une personne, plus on risque de lui causer du tort. Plus elle est proche, moins on risque de lui causer du tort.

4. Diffusion de responsabilité



Si l'examineur dit qu'il sera responsable (diffusion), on risque plus de donner des chocs. Avoir plusieurs responsables est un autre moyen de diffusion de la responsabilité.

E. Résistance et innovation

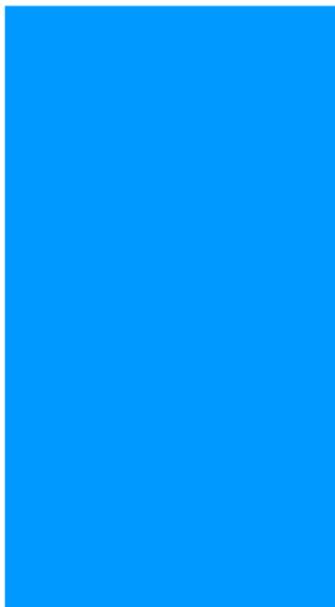
La société n'est pas faite que d'obéissance.

E.1. L'influence minoritaire – la valeur de la dissension (Moscovici, Mugny, Nemeth,...)

Si il y a une pression des normes, rôles, conformisme, soumission à l'autorité, comment une minorité sans crédit/autorité peut-elle susciter un changement ?

Par son mode de comportement

Prenons une réalité relativement ambiguë.



Pourquoi dit-on que cette case est bleue et pas verte ? Parce que la majorité d'entre nous dit qu'elle est bleue.

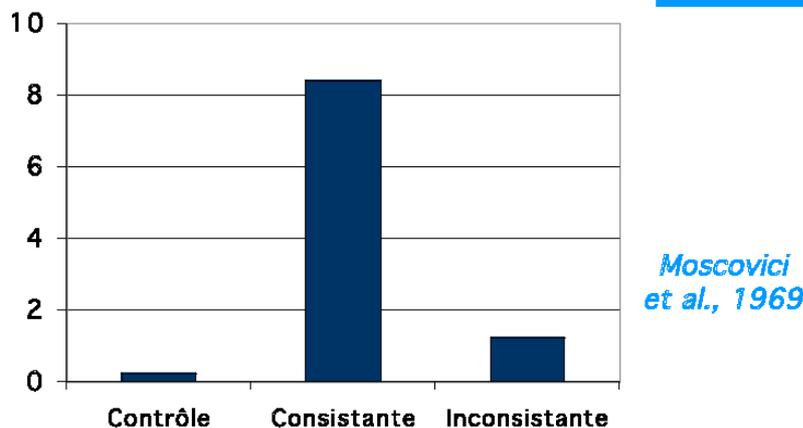
Il n'y a pas de comportement explicite. La majorité définit la réalité dans un processus de comparaison sociale. La majorité dit que c'est bleu → c'est bleu pour moi.

Une minorité dit que c'est vert ? A travers des circonsances, elle doit être consistante, c'est-à-dire dire tout le temps que c'est vert. La minorité change d'avis → la consistance majoritaire agit.

Si la minorité change souvent d'avis, il n'y a pas de changement car l'influence minoritaire est faible

Qui voudrait suivre un chef qui change tout le temps d'avis ? Personne.

% réponse 'Vert' suivant la consistance de la minorité



→ pour avoir de l'influence, une minorité doit :

- être consensuelle (tout le monde d'accord en son sein)
- être consistante (mais pas rigide) : elle doit paraître susceptible de faire des concessions mais, dans le fond, elle ne doit jamais changer d'avis
- susciter un mode de traitement systématique de l'information (Pourquoi, comment,...).

Exemple : si la majorité dit ça, ça doit être vrai → je suis son avis.

Une influence majoritaire conduit à des attitudes instables dans le temps, car à chaque nouvelle majorité, on risque de changer d'avis.

Si une minorité dit ça, certains individus motivés traiteront l'information et il risque d'y avoir un conflit :

- ces arguments sont intéressants, je les accepte
- je risque d'être taxé d'illuminé, de personne contestataire (risque d'être rejeté par la majorité)

→ les individus refusent de céder radicalement aux arguments mais petit à petit, ils vont changer d'avis.

Dilemme des minorités: se présenter comme différente sans susciter de blocage identitaire

Il faut éviter que les gens aient peur de s'identifier à son groupe

Stratégies possibles :

- Obtenir un crédit en acceptant dans un premier temps l'avis de la majorité puis en s'opposant (crédit idiosyncrasique ; Hollander, 1985)

Exemple : homosexuel qui fait son coming-out. Pendant 10 ans il acquiert du crédit auprès de certaines personnes. Celle-ci connaissent sa vraie valeur et ne l'excluent pas pour une préférence sexuelle.

- Apparaître diversifiée (Mugny et Papastamou, 1980)

Savoir qu'il y a des homosexuels dans les danseurs étoiles uniquement
 → je ne m'identifie pas à eux → je n'en fait pas partie

Savoir qu'il y a des homosexuels dans toutes les professions →
 difficile de dire : « je ne fais pas partie de ce groupe » → plus facile de
 s'affirmer.

Si la minorité parvient à gérer son influence, alors cette influence peut s'avérer plus durable et plus étendue que celle provenant de la majorité.

Inversement, stratégies possibles pour miner l'influence minoritaire :

- stigmatiser les déviants (psychologisation)
- favoriser les décisions majoritaires plutôt qu'unanimes
- inhiber les pensées et discussions critiques

E.2. La pensée de groupe (Janis, 1972, 1982)

C'est une tendance dangereuse à vouloir conserver un consensus en groupe au détriment d'une solution avantageuse.

Pour préserver une bonne ambiance au sein du groupe, on préfère fuir les conflits plutôt que d'obtenir des bonnes solutions en les affrontant.

- Invasion de la Baie des Cochons à Cuba : les Américains se font refouler → situation humiliante. Ils ont manqué leur invasion car ceux qui pensaient que l'invasion allait rater n'ont pas osé le dire. En effet, la majorité croyait qu'ils allaient gagner sans problèmes → si 100 personnes pensent comme ça et qu'une seule pense le contraire, cette personne aura peur de dire son opinion de peur de mettre une mauvaise ambiance → cela peut être évité si le groupe est diversifié et ouvert à la critique.
- Technique de l'avocat du diable : quand le Vatican veut béatifier quelqu'un, une personne joue l'avocat du diable pour donner des arguments contre la béatification. Il entraîne avec lui les critiques d'autres personnes.

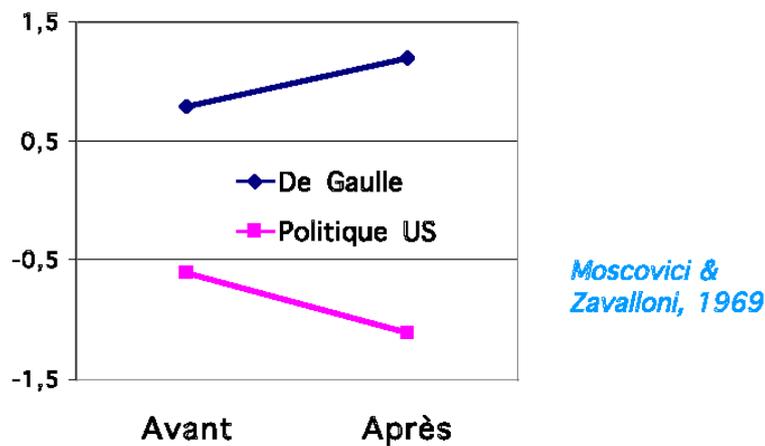
E.3. La polarisation de groupe (Moscovici & Zavalloni, 1969)

La libre discussion en groupe ne conduit pas forcément à l'émergence d'idées ou de solutions neuves.

En effet, les gens arrivent à des solutions encore plus polarisées qu'avant la discussion. Les différents protagonistes renforcent encore plus leurs idées de départ.

Expérience :

Attitudes des membres du groupe avant et après discussion

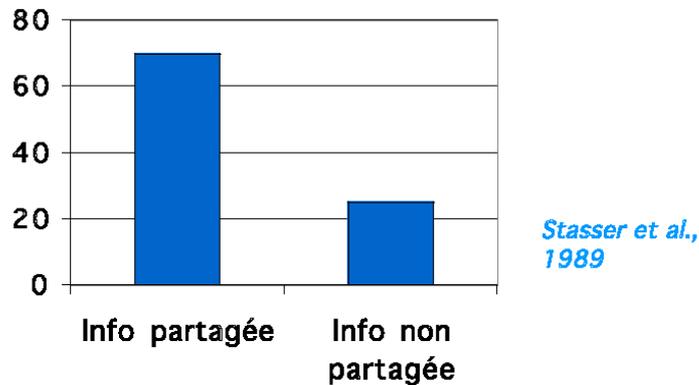


On met en discussion des partisans de De Gaulle et des partisans de la politique US. A la fin, les positions se radicalisent plutôt qu'elles se modèrent.

Les raisons de la polarisation :

- dépendance normative :
 - besoin de se rallier aux normes du groupe
 - besoin d'être un représentant exemplaire du groupe
- dépendance informationnelle :
 - arguments de la majorité sont plus nombreux et plus crédibles : « la majorité a raison, j'ai pas envie de réfléchir → j'accepte ses arguments »
 - information partagée est plus discutée que l'information minoritaire. Les gens discutent toujours de ce qu'ils savent déjà → une information rare est moins discutée dans la situation donnée.

**% d'information discutée en fonction
de la nature de celle-ci**



E.4. Risky Shift (Stoner, 1961)

Les situations de groupe conduisent souvent à des prises de décision plus risquées.

Expérience : On fournit certaines informations à des personnes qui doivent prendre des décisions à partir d'elles. Soit ils prennent des décisions risquées qui entraînent des gros bénéfices, soit ils prennent des décisions non risquées qui amènent des petits bénéfices. On donne ensuite le risque moyen.

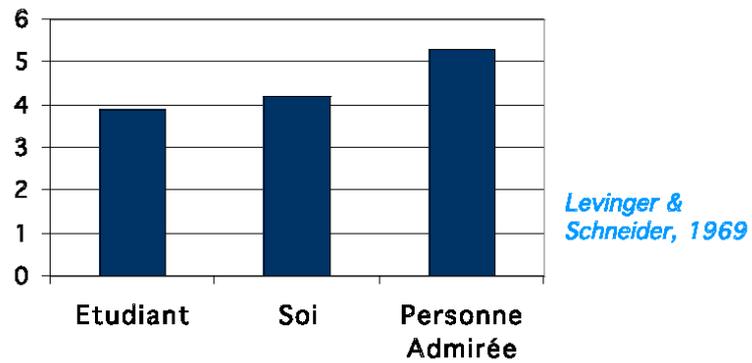
Ils peuvent prendre la décision seul ou en groupe. On pourrait croire que les décisions prises en groupe sont moins risquées....et bien c'est l'inverse, les décisions prises seul sont les moins risquées.

Le risque est valorisé dans certaines sociétés (primus inter pares). Si la norme du groupe est une norme de grosse prise de risque, je dois prendre une décision plus risquée encore que le groupe (ex : les Jackass)

Imaginez { un étudiant
vous
une personne que vous admirez }

Quel risque pensez-vous qu'elle prendra ?

Estimation du risque pris par différentes cibles



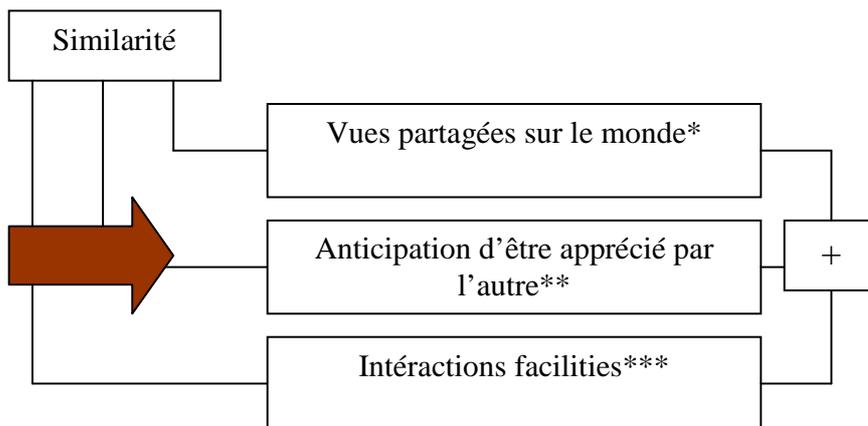
→ valorisation des risques pris par une personne admirée dans la société.

IV. Troisième partie : les Interactions sociales

A. Attraction et altruisme

A.1. Similarité

Généralement, on apprécie les personnes qui sont comme nous, qui nous ressemblent. On n'aime pas trop les gens différents.

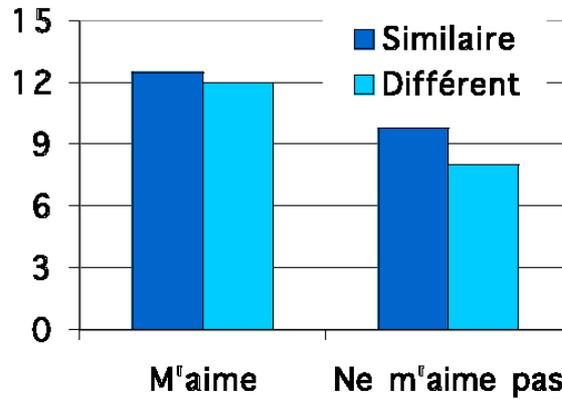


* on est attiré par les gens qui ont la même vision du monde que nous.

** elle est probablement susceptible de m'apprécier parce qu'elle pense comme moi

*** on saura probablement interagir avec des personnes semblables. On pense que l'on aura plus dur à interagir avec une personne handicapée (par exemple). L'idée que les contraires s'attirent n'est pas vraie.

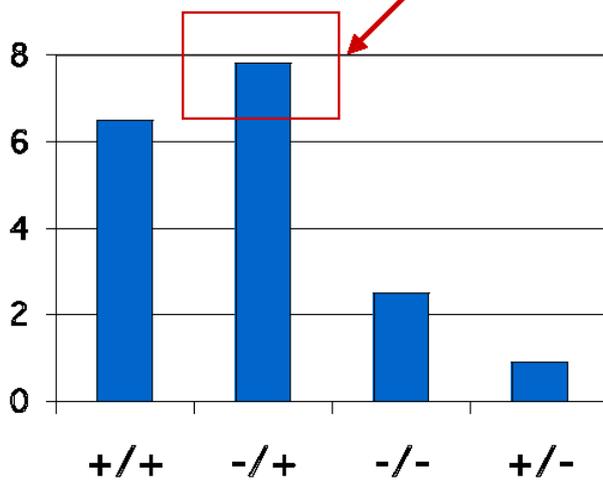
Attraction envers une personne qui nous aime ou non, et qui nous est ou non similaire



Aronson & Worchel ,1966

→ on aimera plus une personne qui ne nous aime pas et qui est semblable à nous qu'une personne qui ne nous aime pas et qui est différente de nous.

Attraction envers une personne qui nous aime ou non, suivant la séquence



+/+ = la personne m'appréciait et m'apprécie toujours

-/+ = la personnes ne m'appréciait pas et m'apprécie maintenant

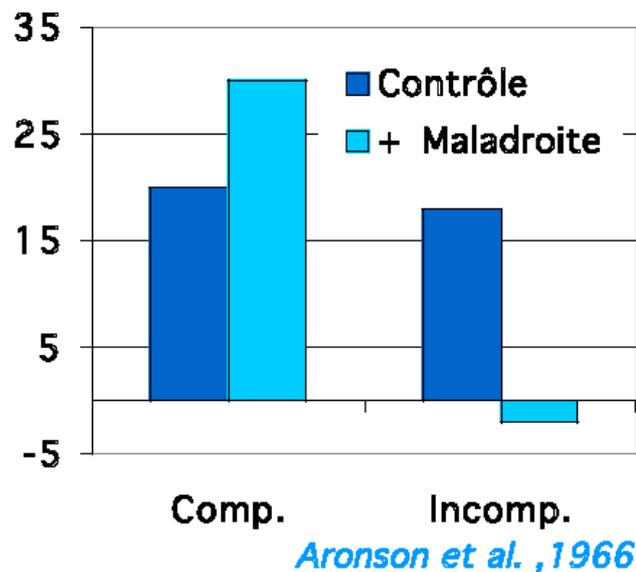
-/- = la personne ne m'appréciait pas et ne m'apprécie toujours pas

+/- = la personne m'appréciait et ne m'apprécie plus maintenant

Aronson & Worchel ,1966

Le -/+ est plus grand car il risque d'être plus objectif. Il diagnostique - puis réfléchit et change en + → il m'apprécie mieux que celui qui m'appréciait dès le départ. Le raisonnement est le même pour le +/-

A.2. Compétence



Une personne qui gère absolument tout bien, ça me dérange... surtout si elle est similaire à moi → si je suis super compétent, j'ai intérêt à faire profil bas, à montrer certains défauts.

Effet de Colombo : C'est être compétent mais paraître moins compétent que ce que l'on est.

Par contre, quand on est maladroit, on a intérêt à montrer ses qualités plutôt que ses défauts

| | Compétent | Incompétent |
|----------------|--------------|--------------|
| Met en avant | Ses défauts | Ses qualités |
| Met en retrait | Ses qualités | Ses défauts |

Si à un entretien, je fais tomber une tasse de café sur mon pantalon :

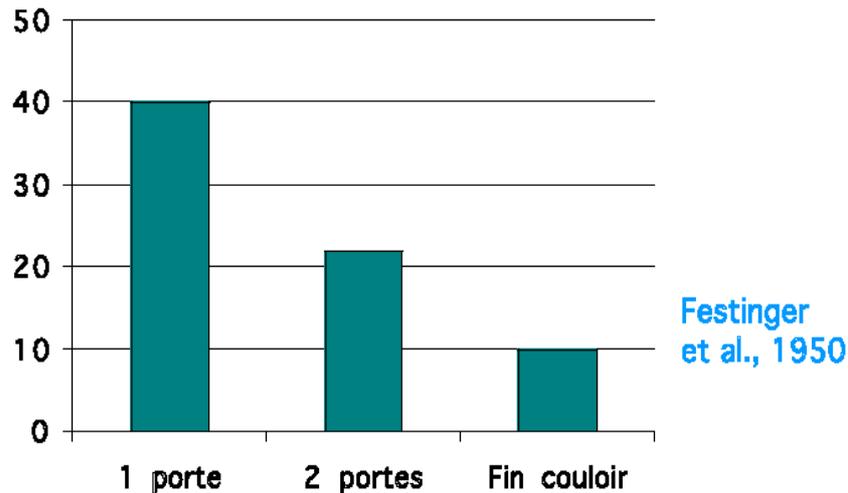
- si je suis une personne compétente : le patron m'apprécie encore plus
- si je suis une personne maladroit : le patron m'apprécie moins, il se dit : « i lest incompétent et en plus il ne sait même pas boire un café normalement)

On n'aime donc pas les personnes parfaites.

A.3. Proximité

On aime plus les personnes qui nous sont proches.

Expérience : on a fait un sondage : Laquelle des trois personnes préfère-t-on ? Celle qui est à côté ou celle au bout du couloir ?



→ la proximité physique, spatiale, renforce les possibilité d'interactions.

Récapitulation :

- similarité
- compétence
- proximité
- réciprocité → disclosure :

J'ai partagé des choses privées avec elle, j'ai fait ça et aussi ça.
Effet de fausse confiance : au départ des relations qui se constituent, on laisse filtrer des choses personnelles mais on ose pas trop.
Pour draguer : « écoute, je veux te dire des choses (faussement) difficiles à dire.) =mauvais plan.

Disclosure = terme relatif à ce processus. Je me livre à autrui, autrui se livre à moi

- beauté (effet de Halo)

A.4. Attraction physique

Beauté : universalité et relativisme

Le rapport taille-hanche est universel : les tailles plus petites que les hanches (chez les filles) sont toujours préférées.

Il est en effet adaptatif pour les femmes d'avoir les hanches plus grandes. Avec de petites hanches, elles auraient des difficultés d'accouchement.

Les hommes n'aiment pas les femmes larges de taille et larges de hanches car on ne peut pas savoir si elle s ont un bassin large ou si elles sont grasses de partout

Approche évolutionnaire :

Différences biologiques hommes-femmes :

- les femmes sont plus limitées dans les capacités de reproduction :
 - les femmes de 80 ans ne peuvent plus avoir d'enfant, les hommes oui
 - les femmes ne sont fécondables qu'en période d'ovulation
 - quand elles sont enceintes, elles ne sont plus fécondables
- le coût énergétique de la reproduction est plus important chez les femmes :
 - coût de porter un enfant pendant 9 mois
 - coût de l'éducation
- la maternité est garantie pour les femmes : une femme sait qu'un enfant est le sien. La paternité, elle, n'est pas garantie : un homme ne peut pas savoir à coup sûr si un enfant est le sien
- le coût d'une « erreur » est très important chez la femme : elle doit garder l'enfant → la femme est plus sélective. Le coût d'une « erreur » pour l'homme est faible

Comportements adaptatifs pour l'homme (pour transmettre ses gènes) :

- rapports fréquents : il est adaptatif pour l'homme d'avoir des gènes qui le poussent plus à avoir des relations sexuelles
- rapports peu discriminants : les hommes sautent sur tout ce qui bouge (on parlait des hommes de Cromagnon)
- hommes sont plus attirés par les femmes jeunes que par les vieilles
- imposition de la virginité conjugale : comme l'homme n'est jamais sûr qu'un enfant est le sien, il impose à sa femme d'être vierge → il est forcément le premier à passer par là → l'enfant sera bien le sien.

Comportements adaptatifs pour la femme :

- grande sélectivité dans le choix du partenaire
- le statut est plus important que l'âge
- un homme « masculin » pour la fécondation et homme gentil pour l'éducation

Ce sont des idées qui se sont développées au fil du temps (Cromagnon, Moyen Age,...)

Traits attirants chez les femmes selon les hommes

Traits associés à un haut taux d'oestrogènes (fertilité) : menton fin, lèvres pulpeuses, grands yeux, cheveux fournis (= peu de testostérone) et longs (grande surface d'émission de phéromones)

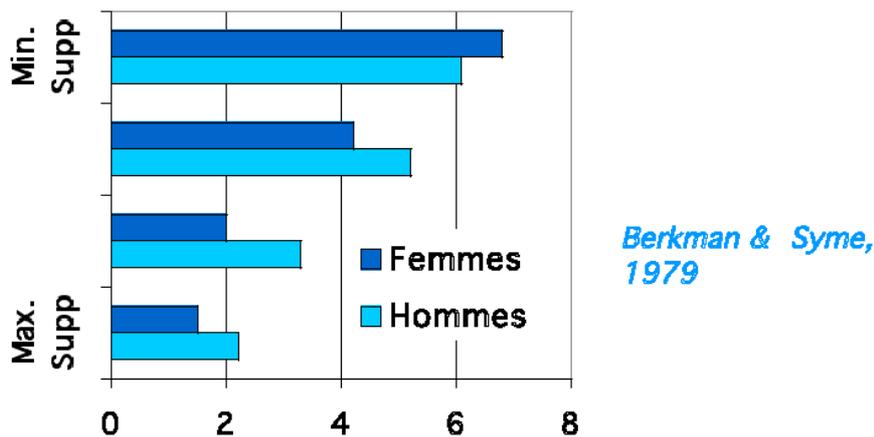
Traits attirants chez les hommes selon les femmes

Traits associés à un haut taux de testostérone (agressivité, compétitivité) : menton et mâchoires larges (pas trop quand même : trop agressif → risque de frapper la femme). Ces traits sont d'autant plus attirants pour la femme qui se trouve en période de fécondation

A.5. Support social

Effets bénéfiques du support social ...

% de mortalité en fonction du support social initial (6000Ps/9ans)



Plus le support social est élevé, plus l'espérance de vie augmente → le support social d'une personne détermine sa durée de vie

Quel support social ?

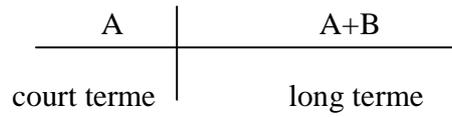
Exemple :

Je me sens défigurée par cette cicatrice post opératoire.

- A. 1^{ère} réaction : j'imagine. Tu dois vraiment avoir l'impression que ton corps a été mutilé → je comprends ta douleur, j'y suis sensible
- B. 2^{ème} réaction : tu sais, tu pourrais facilement utiliser la chirurgie plastique pour la cacher.

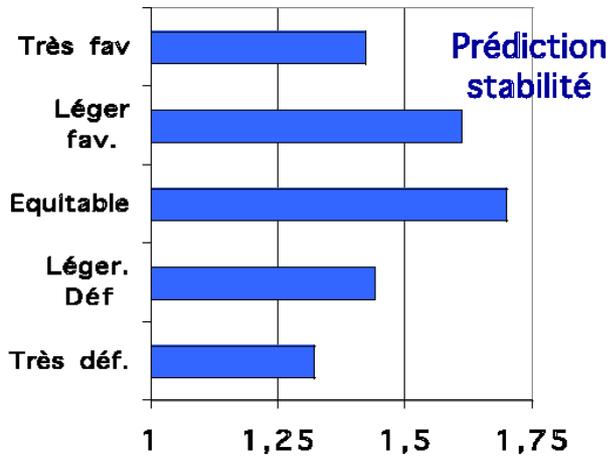
A est plus susceptible d'être émise par une femme, à court terme. Elle procure le sentiment d'être mieux compris. A long terme, l'empathie peut être néfaste car elle risque de porter préjudice à la croyance d'un monde juste de la victime (ex : dire tout le temps à quelqu'un : t'as vraiment pas de chance → cette personne risque de changer sa vision du monde).

→ la victime a besoin des deux supports A et B. Pas en même temps, mais au fil du temps, on passe de A à B.



A.6. Facteurs de stabilité

Facteurs de stabilité... Echange et équité

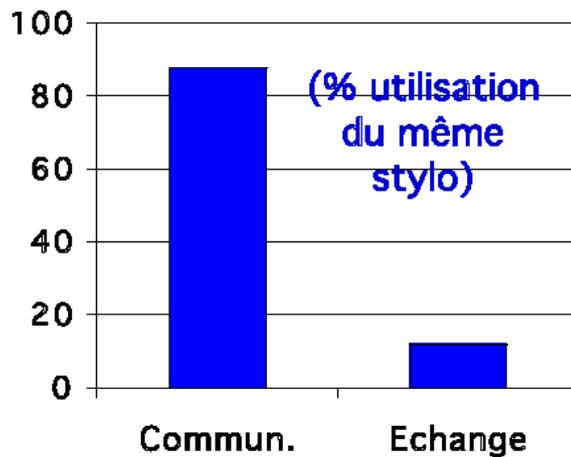


Walster et al, 1978

En communauté, chacun donne en fonction de ses besoins réels. Les relations communautaires sont les plus favorables à la stabilité.

Ces modes relationnels peuvent être insérés de manière automatique, implicite.

Relations « communautaires » et d'échange



Clark, 1984

Facteurs mis en avant pour rendre compte d'une rupture

