



Psychologie Sociale

Gwénola Herbette

Université Charles-de-Gaulle, Lille 3

<http://www.ecsa.ucl.ac.be/personnel/herbette/deug.pdf>

Cours de DEUG 1, Semestre 2



Plan du cours

- Chp. I: Relations interpersonnelles: soi & autrui
 1. comportements non-verbaux: communiquer son attrait ou son hostilité
 2. attraction: ceux qui nous plaisent
 3. agression: les autres que l'on blesse



Plan du cours

- Chp. II: Relations inter-groupes et phénomène de groupe
 1. attitude
 2. persuasion
 3. influence d'un individu sur le groupe: le leadership
 4. influence d'une minorité sur le groupe: l'innovation sociale
 5. prise de risque et polarisation de groupe




Plan du cours

- Chp. III: Relations inter-groupes: stéréotypes, préjugés, et discrimination



Chp. I.1. Comportements non-verbaux: Plan

1. Introduction
2. Les expressions faciales
3. Le regard
4. Le langage du corps
5. Le toucher
6. Conclusion



Chp. I.1. Comportements non-verbaux

1. Introduction

Fonctions de la communication non-verbale:

- véhiculer nos sentiments
- régulariser les conversations
- exprimer l'intimité
- exprimer la volonté de contrôle
- support à la communication verbale

Chp. I.1. Comportements non-verbaux

2. Les expressions faciales

- rôle prépondérant sur le message verbal
- recherches sur 6 émotions primaires (surprise, peur, haine, dégoût, joie, tristesse): description des expressions faciales
- universalité dans la reconnaissance des émotions exprimées par les visages
- amélioration de la perception chez les enfants; femmes: meilleurs juges que les hommes
- effets sur l'interlocuteur ET sur celui qui les produit ⇒ étude...

Chp. I.1. Comportements non-verbaux

2. Les expressions faciales

- étude de Zuckerman, Klorman, Lorraine & Spiegel (1981)
- VD = activation physiologique; réactions affectives

	film positif (comédie)	film neutre (documentaire)	film négatif (accidents)
exagérer	++ positif		++ négatif
supprimer			
∅			

- hypothèse de rétroaction faciale (Tomkins, 1962, 1963)

Chp. I.1. Comportements non-verbaux

3. Le regard: 3 fonctions

a. Communiquer l'information

- temps passé à regarder qqn ⇔ attrait
- regarder fixement: malaise & réactions déplaisantes
- traduit l'intensité du message (intimité ou hostilité) plutôt que son intention positive

Chp. I.1. Comportements non-verbaux

3. Le regard: 3 fonctions

b. Régler l'interaction:

- regard vers autrui: on laisse la parole
- récepteur qui détourne le regard: veut prendre la parole
- "coups d'œil" = 60% des regards; 3 sec.
- contacts visuels mutuels = 30%; 1,5 sec.
- tout écart des normes: hostilité ou intimité

Chp. I.1. Comportements non-verbaux

3. Le regard: 3 fonctions

c. Exercer le contrôle

- ex.: pour intimider ou signifier que le comportement est inadapté
- pour persuader ou obtenir des faveurs

Chp. I.1. Comportements non-verbaux

4. Le langage du corps

a. Les postures

- dimensions étudiées: inclinaison; position des bras, de la tête, des jambes
- position détendue: domination
- position tendue: dominé
- communication de l'attrait interpersonnel
- relaxation intermédiaire vs. importante

Chp. I.1. Comportements non-verbaux

4. Le langage du corps

b. Les mouvements

- les emblèmes: ont une même signification pour tous les membres du groupe
- les illustateurs: pour appuyer un discours
- gestes qui ont pour objet le corps du locuteur (= nervosité)

Chp. I.1. Comportements non-verbaux

5. Le toucher

- entraîne une réduction à zéro de l'espace vital
- USA: zone intime (0 à 46cm), zone personnelle (46cm à 1,20m), zone sociale (1,20 à 3,65m), zone publique (3,65 à 7,60)
- facteurs personnels et contextuels
- ⇒ réaction positive ou négative fonction de l'intention légitime et voulue

Chp. I.1. Comportements non-verbaux

6. Conclusion

- rôle des comportements non-verbaux: accompagner et appuyer le comportement verbal
- contribuent à l'attraction ou à l'agression (cf. chapitres suivants)

Chp. I.2. Attraction: Plan

1. Une théorie simple de l'attraction: fondée sur la gratification
2. Proximité
3. Beauté physique
4. Ressemblance par opposition à complémentarité
5. Aimer ceux qui nous aiment

Chp. I.2. Attraction

1. Une théorie simple de l'attraction: fondée sur la gratification

- pourquoi vous êtes attiré par telle personne plutôt que telle autre?
- l'attraction engage autant la personne attirée que la personne attirante
- nous sommes attirés par les personnes dont la présence **nous** semble satisfaisante et gratifiante

⇒ Principe de la gratification:
nous aimons les personnes qui nous gratifient ou qui sont associées à des gratifications

Chp. I.2. Attraction

1. Une théorie simple de l'attraction: fondée sur la gratification

- principe MINIMAX: minimiser les coûts & maximiser les récompenses
- règle de l'équité: ce que chacun retire de la relation doit être proportionnel à ce qu'il y investit
- limites: relation à long terme
- réciprocité: augmente la sympathie dans une relation officielle; réduit la sympathie dans une relation d'amitié
- personnes associées à des sentiments agréables (conditionnement associatif)
- conseil pratique... ☺

Chp. I.2. Attraction

1. Une théorie simple de l'attraction: fondée sur la gratification

- limites de cette théorie:
qu'est-ce qui **est** gratifiant?
quels sont les facteurs qui favorisent /
maintiennent / approfondissent l'amitié?

Chp. I.2. Attraction

2. Proximité

- Festinger, Schachter, & Back (1950): étude sur la naissance des amitiés dans les appartements d'étudiants mariés:
 - ✓ 2/3 = même bâtiment
 - ✓ 2/3 des 2/3 = même étage
 - ✓ époux/se = appartement voisin

Chp. I.2. Attraction

2. Proximité

- Interaction
 - distance géographique vs. fonctionnelle:
⇒ possibilités d'interactions
- Simple exposition (Zajonc)
 - ⇒ à stimuli nouveaux: évaluations positives
 - **étude**: non-mots turcs: nansoma, saricik, afworbu vs. iktitaf, biwojni, kadirga
⇒ préférence pour ceux déjà vus

Chp. I.2. Attraction

2. Proximité

b. Simple exposition (Zajonc)

- **étude**:
 - écouter dans 1 oreille: prose & répéter mots en les comparants à une version écrite
 - autre oreille: courtes mélodies nouvelles
 - + tard: juger plusieurs airs semblables
 - résultats: mélodies non reconnues, mais préférées

Chp. I.2. Attraction

2. Proximité

- Simple exposition (Zajonc)
 - **étude** (Mita, Dermer, & Knight, 1977):
préférence pour notre image habituelle
 - photos d'étudiantes & photos miroir
 - jugement de préférence des étudiantes: miroir
 - jugement de préférence des amies des étudiantes: véritable photo

Chp. I.2. Attraction

3. Beauté physique

- Ne pas se fier à l'apparence, la beauté n'est pas tout... mais... apparence = atout important!
- a. Fréquentations
 - **étude** (Hatfield et al., 1966):
 - tests d'aptitude et personnalité à 752 nouveaux étudiants assortis au hasard
 - 2h30 de "danse de bienvenu" ⇒ évaluation
 - évaluation liée à la beauté, ⊥ sexe

Chp. I.2. Attraction

3. Beauté physique

b. Tendance à s'assortir

- même niveau d'intelligence & beauté physique
- limite: qualités compensatrices

c. Stéréotype de la beauté physique

- personnes belles: jugées plus favorablement (enfants plus intelligents et doués; femmes plus heureuses, intelligentes, sociables, succès)
- **étude** (Kalick, 1977): juger femmes avant & après chirurgie esthétique ⇒ + belles, tendres, sensibles, chaleureuses, aimables

⇒ **ce qui est beau est bon**

- influence surtout les 1^{ères} impressions

Chp. I.2. Attraction

3. Beauté physique

d. Le stéréotype est-il exact?

- réalisation de la prophétie: belles personnes valorisées & favorisées ⇒ acquisition d'une plus grande assurance sociale
- mais... avances, ressentiment; considérées comme plus vaniteuses, infidèles
- appréciées pour leur apparence ou leurs qualités personnelles?

Chp. I.2. Attraction

3. Beauté physique

e. Qu'entend-on par belles personnes?

- consensus: proche de la moyenne
- femmes: traits immatures
- hommes: évoquant maturité & domination
- ⇒ interprétation sociobiologique

Chp. I.2. Attraction

4. Ressemblance par opposition à complémentarité

a. Est-il vrai que "qui se ressemble s'assemble"?

- Byrne (1971): plus mari & femme se ressemblent, plus ils ont de chances d'être heureux, et moins ils risquent de divorcer
- données corrélationnelles...
- ⇒ la ressemblance engendre la sympathie?
- ⇒ la sympathie mène à la ressemblance?

Chp. I.2. Attraction

4. Ressemblance par opposition à complémentarité

a. Est-il vrai que "qui se ressemble s'assemble"?

- La ressemblance engendre la sympathie: plus vous partagez de points communs, plus vous vous appréciez
- La sympathie fait percevoir la ressemblance: ceux qui s'assemblent trouvent qu'ils se ressemblent

Chp. I.2. Attraction

4. Ressemblance par opposition à complémentarité

b. Les contraires s'attirent-ils?

- Les personnes différentes nous complètent?
- **études** ⇒ la ressemblance prévaut
- ⇒ Tendance marquée des semblables à s'attirer

Chp. I.2. Attraction

5. Aimer ceux qui nous aiment

- principe de gratification: on devrait aimer ceux qui nous aiment
- **études**: les autres vous aiment ⇒ affection réciproque
- **étude** Curtis & Miller (1986): faire croire que l'autre vous aime/déteste ⇒ influence sur le comportement ultérieur qui confirme la prophétie

Chp. I.2. Attraction

5. Aimer ceux qui nous aiment

- a. Attribution
 - attribuer une cause au comportement positif de l'autre
- b. Estime de soi & attraction
 - **étude**: Hatfield (1965): analyses très (dé)favorables de leur personnalité; évaluation d'un comparse... plus positive lorsque blessure de l'estime de soi (recherche d'approbation sociale)

Chp. I.3. Agression: Plan

1. Qu'est-ce que l'agression?
2. Positions théoriques
 - a. Théorie de la frustration-agression
 - b. Reformulation de Berkowitz
 - c. Théorie de l'apprentissage social
3. Le pouvoir cathartique de l'agression: un mythe ou une inconnue?

Chp. I.3. Agression

1. Qu'est-ce que l'agression?

- définition: "comportement effectué avec l'intention de nuire à une autre personne"
- la nuisance peut être psychologique ou physique
- ex.: vol, assassinat, humiliation, privation d'une récompense anticipée, etc.
- gratuite ou moyen pour atteindre un autre but (agression hostile vs. agression instrumentale)
- 1^{ière} difficulté suscitée par la définition: point de vu considéré:
 - victime
 - agresseur

Chp. I.3. Agression

1. Qu'est-ce que l'agression?

- point de vue du psychologue = observateur
- influence de:
 - info sur comportement antérieur de l'agresseur
 - position % agresseur & victime
 - intensité des actes de l'agresseur présumé
 - expressions de souffrance de la victime
- ⇒ difficile de proposer une définition "objective"

Chp. I.3. Agression

1. Qu'est-ce que l'agression?

- 2^{ème} difficulté: ambivalence suscitée par l'agression:
 - comdamnée (loi, morale)
 - néanmoins présente (s'affirmer, avoir du "caractère", protéger sa famille, maintenir l'ordre)
- 3^{ème} difficulté: raisonnement éthologique: c'est utile pour l'espèce, pcq paix et ordre
Or: pas de preuve empirique; dérivation de tels jugements de valeur...

Chp. I.3. Agression

1. Qu'est-ce que l'agression?

- 4^{ième} difficulté: ambivalence suscitée par l'assimilation entre compétition et agression :
Or: le 1^{er} n'entraîne pas nécessairement le 2nd et le 2nd ne présuppose pas nécessairement le 1^{er}

Chp. I.3. Agression

2. Positions théoriques

a. Théorie de la frustration-agression

- présente dans les 1^{ers} travaux de Freud
- Dollard, Doob, Miller, Mowrer & Sears (1939): "Frustration and Agression" ⇒ théorie
- toute agression est nécessairement causée par une frustration (présente ou supposée)
- toute frustration causera nécessairement une agression (explicite, ou non explicite, différée, déplacée, retournée sur soi)

Chp. I.3. Agression

2. Positions théoriques

a. Théorie de la frustration-agression: critique 1

- lien inné entre frustration & agression
- point de vue inné: études en psychologie animale (chocs électriques sur chat ⇒ agression dans 90% des cas)
- variation des circonstances situationnelles (agrandir la cage ⇒ agression dans 2% des cas)
- ce qui est sûr: l'apprentissage est aisé!

Chp. I.3. Agression

2. Positions théoriques

a. Théorie de la frustration-agression: critique 2

- l'agression comme nécessaire suite à la frustration
- Miller (1941): la frustration est nécessaire, mais peut entraîner d'autres réponses que l'agression

a. Théorie de la frustration-agression: critique 3

- la nécessité de la frustration
- définition précise de la frustration?

a. Théorie de la frustration-agression: critique 4

- théorie tautologique, pq on ne peut l'infirmer

Chp. I.3. Agression

2. Positions théoriques

b. La reformulation de Berkowitz (1969)

- frustrations (situations désagréables) ⇒ activation émotionnelle ⇒ disposition au cpt agressif ⇒ éventuelle agression
- signaux agressifs: souvent nécessaires (et parfois suffisants) pour produire des agressions
- théorie correspondant à l'agression impulsive
- liée au conditionnement classique

Chp. I.3. Agression

2. Positions théoriques

b. La reformulation de Berkowitz (1969)

- effet des armes: la simple vue d'une arme accroît l'agression (i.e., l'utilisation de moyens agressifs autres que cette arme)
- **étude** (Berkowitz & LePage, 1967):
- VI1: Ss maltraité vs. pas maltraité
- VI2: fusil & révolver du partenaire vs. fusil & révolver ⊥ du partenaire vs. raquette vs. rien
- VD: nombre de chocs électriques au partenaire (compars)
- résultats: la simple présence des armes augmente l'agressivité des Ss qd maltraité

Chp. I.3. Agression

2. Positions théoriques

b. La reformulation de Berkowitz (1969)

- **étude** (répliquée par Leyens et al., 1976):
- VI1: Ss irrité vs. pas irrité
- VI2: diapositive révolver vs. sifflet vs. boîte de lait chocolaté
- VD: intensité des chocs électriques au partenaire (compars)
- résultats: quand pas irrité ⇒ pas de différence
quand irrité ⇒ révolver entraîne plus de violence

Chp. I.3. Agression

2. Positions théoriques

c. La théorie de l'apprentissage social

- Bandura (1973)
- stimulations désagréables ⇒ activation émotionnelle ⇒ agression ou soumission ou somatisation, etc.
- réponse variant selon l'apprentissage social
- apprentissage direct, vicariant (observation où autrui sert de modèle), contrôle cognitif (ex.: en désaccord avec l'image de soi)

Chp. I.3. Agression

2. Positions théoriques

d. Conclusion

- perspectives complémentaires
- Bandura: acquisition, modification, maintien
- Berkowitz: déclenchement agression impulsive

Chp. I.3. Agression

3. Le pouvoir cathartique de l'agression: un mythe ou une inconnue?

- Catharsis: diminution, voire extinction, de comportements et de sentiments agressifs, due à une expression préalable de l'agression
⇒ "ça fait du bien d'exprimer son agressivité"
- Explication: modèle hydraulique des éthologues allemands
- Etudes: irriter un Ss ⇒ activité cathartique
⇒ VD: agression résiduelle
- Or, ces activités accroissent la violence
⇒ modèle hydraulique inadéquat

Chp. I.3. Agression

3. Le pouvoir cathartique de l'agression: un mythe ou une inconnue?

- Croyance naïve basée sur:
⇒ tension (plutôt que comportement agressif)
- Ex.: attaque physique ⇒ activation physiologique réduire quand contre-attaque
- L'agression: nécessaire pour réduire la tension?
- Réduction de tension quand: capable d'employer moyens susceptibles d'arrêter/prévenir les excitations désagréables (comme les attaques)

Chp. I.3. Agression

3. Le pouvoir cathartique de l'agression: un mythe ou une inconnue?

- Or, la contre-attaque est le meilleur remède à l'agression, puisque l'agression est renforcée par:
 - ✓ interruption de l'action de l'agresseur
 - ✓ réduction de tension physiologique
 - ✓ ⇒ sentiment de bien-être
- ⇒ l'agression entretient l'agression

Chp. I.3. Agression

3. Le pouvoir cathartique de l'agression: un mythe ou une inconnue?

- Réduire l'agression en modifiant l'attribution:
- **Etude:** frustrer les Ss (enfants) vs. no frustration

	Conversat°	Tir fusil	Réinterp°
Gp XP			
Gp Contr.			

- Parallèle avec l'humour: réorganisation cognitive de la situation chez les Ss irrités
- Implications pratiques: techniques thérapeutiques

Plan du cours

• **Chp. II: Relations inter-groupes et phénomène de groupe**

1. attitude
2. persuasion
3. influence d'un individu sur le groupe: le leadership
4. influence d'une minorité sur le groupe: l'innovation sociale
5. prise de risque et polarisation de groupe

Chp. II.1. Attitudes

1. Le concept d'attitude

- Attitude: réaction, favorable ou défavorable, à l'égard d'un "objet attitudinal", manifestée par les croyances, les sentiments ou les (intentions de) comportements
- Objet attitudinal: tout aspect discriminable de l'environnement physique ou social (objets, personnes, comportements, idées abstraites)
- Réponses évaluatives:
 - de type cognitif: croyances et pensées envers l'objet
 - de type affectif: émotions en relation avec l'objet
 - de type comportemental: réactions manifestes envers l'objet, ou intentions de réactions

Chp. II.1. Attitudes

2. La relation attitude - comportement

- Lien entre ce que nous sommes (attitudes) & ce que nous faisons (comportements)?
- Conception "naïve"
- L. Festinger (1964): relation inverse
⇒ les attitudes sont déterminées par les comportements
- Aleson (1972): "nous sommes apparemment très bien formés et très bons pour trouver des raisons à ce que nous faisons, mais pas très bons à faire ce pour quoi nous avons trouvé des raisons"
- Exemples... ⇒ lien pas toujours direct
⇒ Rôle des influences sociales sur les comportements

Chp. II.1. Attitudes

2. La relation attitude - comportement: quand nos attitudes prédisent notre comportement?

A. Minimiser les autres influences sur les attitudes exprimées

- Méthode du "faux pipeline": contourner l'influence sociale dans l'expression des attitudes
⇒ attitudes plus négatives envers les Noirs que celles de Ss utilisant la méthode "papier-crayon"
- Technique permettant d'obtenir les véritables attitudes

Chp. II.1. Attitudes

2. La relation attitude - comportement: quand nos attitudes prédisent notre comportement?

B. Minimiser les autres autres facteurs influençant le comportement

- Influence de facteurs extérieurs sur comportements
- Etudes ne se reposant que sur 1 comportement pour évaluer la manifestation de l'attitude
⇒ nécessité de mesurer plusieurs comportements et de "moyenniser" les comportements lors d'occasions répétées

Chp. II.1. Attitudes

2. La relation attitude – comportement: quand nos attitudes prédisent notre comportement?

C. Mesurer les attitudes spécifiques au comportement

- Niveau de comparaison: si attitude générale & comportement spécifique $\Rightarrow \emptyset$ correspondance
- Ex.: attitude "bonne forme physique" vs. comportement "faire du jogging"

Chp. II.1. Attitudes

2. La relation attitude – comportement: quand nos attitudes prédisent notre comportement?

D. Maximiser la force des attitudes

- Penser aux attitudes
 - penser aux comportements antérieurs \Rightarrow attitudes meilleurs prédicteurs des cpts futurs
 - conscience de soi (ex.: via miroir) \Rightarrow accord accru entre attitudes et comportements
 - ex.: étude (Diener & Wallbom, 1976)
- Puissance des attitudes acquises par l'expérience
 - expérience directe; communication d'une information par autrui; raisonnement

Chp. II.1. Attitudes

2. La relation attitude – comportement: quand nos attitudes prédisent notre comportement?

E. Conclusion

- Nos attitudes prédisent nos comportements si:
 - les autres influences sont minimisées
 - l'attitude est spécifique à l'action
 - conscience de l'attitude au moment d'agir
- \Rightarrow Lien entre ce que nous sommes et ce que nous faisons... ☺ mais lien plus faible que ce que nous pensons ☹

Chp. II.1. Attitudes

2. La relation attitude – comportement: quand nos attitudes prédisent notre comportement?

D. Maximiser la force des attitudes

- Puissance des attitudes acquises par l'expérience
 - expérience directe; communication d'une information par autrui; raisonnement
 - conscience de soi (ex.: via miroir) \Rightarrow accord accru entre attitudes et comportements
 - ex.: étude (Diener & Wallbom, 1976)

Chp. II.2. Persuasion - Efficacité

1. Influence de la source

A. Crédibilité

- Expertise \Rightarrow être bien informé
- Parler avec assurance (vs. avec hésitation)
- Parler avec un débit élevé
- Point de vue contraire à ses intérêts personnels (attribution du point de vue de la source)

Chp. II.2. Persuasion - Efficacité

1. Influence de la source

B. Attrait

- Attrait physique
- La ressemblance
 - Etude (Dembroski, Lasater, & Ramirez, 1978)
Ss = élèves Noirs
VI: msg dentiste Noir vs. msg dentiste Blanc
VD: propreté des dents le lendemain
- Ressemblance vs. crédibilité?
 - Choix % valeurs personnelles: ressemblance
 - Jugements de fait: crédibilité

Chp. II.2. Persuasion - Efficacité

2. Contenu du message

A. Appel à la raison ou appel à l'émotion

- congruence avec le public (instruits & analytiques; et pertinence & implication ⇒ analytique)
- association avec émotions positives
 - Janis et al. (1965): manger en lisant
 - Galizio & Hendrick (1972): musique & texte
- association à des émotions négatives: la peur
 - Etude Wilson et al. (1987): msg positif vs. msg peur ⇒ arrêt tabac 8% vs. 30%
 - Images ⇒ augmentent l'efficacité

Chp. II.2. Persuasion - Efficacité

2. Contenu du message

A. Appel à la raison ou appel à l'émotion

- association à des émotions négatives: la peur
 - Danger + remède à porté ⇒ sentiment d'efficacité (sinon, préoccupation inactive)
- ⇒ une image vaut mille mots...

Chp. II.2. Persuasion - Efficacité

2. Contenu du message

B. Désaccord

- changement d'opinions si position extrême ou modérée?
- ⇒ interaction entre crédibilité et point de vue
- si source très crédible & si point de vue très divergent

Chp. II.2. Persuasion - Efficacité

2. Contenu du message

C. Appels unilatéraux ou bilatéraux

- reconnaître ou réfuter les arguments contraires?
- ⇒ interaction entre auditeur et arguments présentés
- si auditeur d'accord: appel unilatéral
- si auditeur pas d'accord: appels bilatéraux

Chp. II.2. Persuasion - Efficacité

2. Contenu du message

D. Primauté ou récence

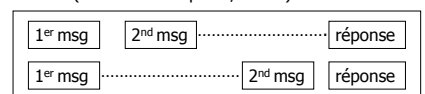
- imaginez... ⇒ plus avantageux de parler en premier?
- **effet de primauté**: l'info présentée en 1^{er} est plus convaincante; les 1^{ères} impressions sont plus importantes
 - Mathieu est intelligent, travailleur, impulsif, porté à la critique, entêté et envieux;
 - Mathieu est envieux, entêté, porté à la critique, impulsif, travailleur et intelligent;
- ⇒ Etude Asch (1946): 1^{ère} forme ⇒ + favorable

Chp. II.2. Persuasion - Efficacité

2. Contenu du message

D. Primauté ou récence

- ⇒ est-ce toujours la règle?
- **étude** (Miller & Campbell, 1959):



Chp. II.2. Persuasion - Efficacité

2. Contenu du message

D. Primauté ou récence

- ⇒ effet de récence: les 1^{ers} arguments s'estompent de la mémoire (oubli);
- **effet de récence** lorsque:
 - temps entre les 2 messages
 - réponse après 2nd message
- **effet de primauté** lorsque:
 - messages consécutifs
 - réponse après laps de temps

Chp. II.2. Persuasion - Efficacité

3. Canal de communication

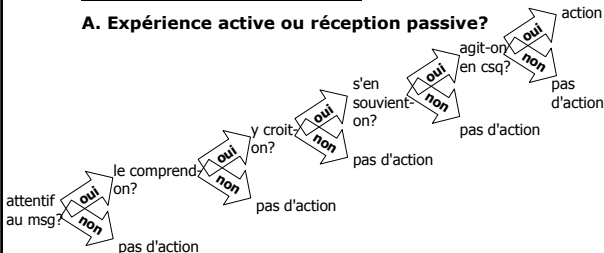
A. Expérience active ou réception passive?

- agir ⇒ attitude sous-jacente amplifiée
attitudes via expérience directe vs. apprentissage vicariant ⇒ durée et influence ultérieure du cpt
- le pouvoir des **mots écrits**?
 - Paloutzian (1979): campagne de propreté ⇒ échec
- le pouvoir des **mots verbalisés**?
 - cela dépend... obstacles à franchir...

Chp. II.2. Persuasion - Efficacité

3. Canal de communication

A. Expérience active ou réception passive?



Chp. II.2. Persuasion - Efficacité

3. Canal de communication

A. Expérience active ou réception passive?

- le pouvoir des médias
 - influence de toute une série d'indices périphériques: familiarité, l'attraction, l'expertise, la longueur du message, etc.
- ⇒ messages passivement perçus: parfois efficaces, parfois inefficaces...
... dépend de l'importance du problème pour la personne

Chp. II.2. Persuasion - Efficacité

3. Canal de communication

B. Influence personnelle ou influence des médias

- **Etude** (Eldersveld & Dodge, 1954): persuasion polit.
 - Gp1: médias habituels ⇒ 19% de chgmt
 - Gp2: 4 publipostes ⇒ 45% de chgmt
 - Gp3: visites personnelles ⇒ 75% de chgmt
- **Etude** (Farquhar & Maccoby, 1977): diminuer la fréquence des maladies ♥ chez quinquagénaires
 - Gp1: médias habituels ⇒ ∅ chgmt
 - Gp2: télé, radio, journaux, courrier ⇒ chgmt +
 - Gp3: + contacts personnelles ⇒ chgmt ++

Chp. II.2. Persuasion - Efficacité

4. A qui le dit-on? Ce que pense l'auditoire

A. Circonstances engendrant la contre-argumentation

- source peu crédible
- message désagréable
- avertissement qu'on veut vous persuader
- concerné par le message

B. La distraction désarme la contre-argumentation

- distraction ⇒ inhibe la contre-argumentation
- si msg simple ⇒ ↑ persuasion
- si msg complexe ⇒ ↓ persuasion (pcq ↓ réflexion)

Chp. II.2. Persuasion - Efficacité

4. A qui le dit-on? Ce que pense l'auditoire

C. Engagement et indices périphériques

- **modèle de la probabilité d'élaboration** (Petty & Cacioppo, 1986):
 - intéressés ⇒ traitement + intellectuel (nature des arguments par ex.)
 - peu intéressés ⇒ traitement + superficiel (indices périphériques: attraction, nb arguments, environnement agréable, etc.)
- Chaiken (1987): influence de **règles simples** de décision quand peu intéressés

Chp. II.2. Persuasion - Efficacité

4. A qui le dit-on? Ce que pense l'auditoire

C. Engagement et indices périphériques

- ↑ persuasion si réflexion & arguments forts;
↓ persuasion si réflexion & arguments faibles
- importance de: source, msg, & récepteur
- récepteur: importance de l'intérêt pour le problème, dispositions intérieures, bonne humeur

Chp. II.3. Influence du comportement sur les attitudes

1. Technique du pied dans la porte

- **phénomène du premier pas**: astuce! ☺
tendance, chez les gens ayant déjà accepté de répondre à une petite demande, d'obtempérer par la suite à une demande plus importante
- **Etude** (Freedman & Fraser, 1966): prévention routière
- **Etude** (Pliner et al., 1974): œuvres de bienfaisance
- Deux conditions:
 - le premier comportement doit être significatif
 - le premier comportement doit être purement volontaire

Chp. II.3. Influence du comportement sur les attitudes

2. Dissonance cognitive: pour réduire notre malaise, nous justifions nos actes

- **Déf**: lorsque des actions librement choisies violent des attitudes importantes, l'inconsistance produit un état de tension inconfortable appelé "dissonance cognitive", état qui peut motiver les individus à changer leurs attitudes pour les rendre consistantes avec leur comportement. Parce que ce type de changement d'attitude nécessite un traitement approfondi, le changement est généralement durable.

Chp. II.3. Influence du comportement sur les attitudes

2. Dissonance cognitive: pour réduire notre malaise, nous justifions nos actes

- **Etude** (Festinger & Carlsmith, 1959):
 - tâche ennuyeuse
 - but étude: effet des attentes sur performances
 - assistant absent ⇒ vs le remplacez ⇒ dire au Ss suivant: l'XP est suuuper intéressante! ☺
 - VD: questionnaire sur attitude % XP
- ⇒ qu'est-ce qui vous inciterait davantage à croire à votre mensonge? 1€ ou 20€?

Chp. II.3. Influence du comportement sur les attitudes

2. Dissonance cognitive: pour réduire notre malaise, nous justifions nos actes

- 4 conditions de la dissonance cognitive:**
 1. percevoir l'action comme inconsistante
 2. endosser la responsabilité personnelle de l'action (attribution interne)
 3. faire l'expérience d'un malaise physiologique et psychologique
 4. attribuer le malaise au comportement

Chp. II.3. Influence du comportement sur les attitudes

comportement inconsistant avec une attitude

je participe à un concours de slogans pour une nouvelle marque de coca que je n'aime pas

perception de l'action comme inconsistante avec l'attitude

mon slogan peut avoir pour conséquence que les gens achètent cette horrible boisson

attribution de la responsabilité personnelle

j'ai choisi de participer à ce concours librement

malaise physiologique et psychologique

je me sens tendue et mal à l'aise

attribution du malaise au comportement

je dois me sentir ainsi parce que j'incite les gens à acheter quelque chose que je déteste

dissonance réduite par un changement d'attitude

bon, le coca n'est quand même pas si mauvais; en fait, c'est même plutôt bon

Chp. II.4. Influence d'un individu sur le groupe: le leadership

1. Définition

- **autorité**: influence liée à la position occupée dans la structure sociale
- **pouvoir**: \equiv force; influencer autrui, même contre son gré; recours à des ressources économiques ou politiques (armée, système judiciaire, etc.)
- **leadership**:
 1. le leader influence un groupe sans utiliser de moyens externes autres que la communication
 2. aspect volontaire, enthousiaste de la soumission au chef; recours à la persuasion, plutôt qu'à la contrainte, force ou menace...

Chp. II.4. Influence d'un individu sur le groupe: le leadership

1. Définition

- **leadership**:

3. ... pq le leader formule un projet collectif, il est totalement engagé dans la tâche commune, fait preuve d'une énergie incomparable \Rightarrow subjugue le groupe

\Rightarrow **Déf** (Bergeron, 1979): le leadership est l'ensemble des activités et surtout des communications par lesquelles un individu exerce une influence sur le comportement des membres d'un groupe dans le sens d'une réalisation volontaire de certains objectifs communs.

Chp. II.4. Influence d'un individu sur le groupe: le leadership

2. Théories personalistes

A. Traits physiques et psychologiques du leader

- taille \Rightarrow impression de puissance
- confiance en soi, besoin d'accomplissement, capacité d'adaptation, responsabilités, intelligence et sociabilité... \Rightarrow corrélations faibles + question du sens causal!
- compétence
- taux de participation au groupe (\perp qualité);
étude de Sorrentino & Boutillier (1975):
VI: quantité X qualité des commentaires
VD: compétence et influence dans le groupe
Résultats: quantité > qualité

Chp. II.4. Influence d'un individu sur le groupe: le leadership

2. Théories personalistes

B. Comportement du leader

- dimensions du leadership:

1. comportements orientés vers la tâche: efficacité, réalisation du but
2. comportements orientés vers les relations: intérêt pour les relations interpersonnelles, bien-être du groupe, préservation d'un climat socio-émotionnel positif

Chp. II.4. Influence d'un individu sur le groupe: le leadership

2. Théories personalistes

B. Comportement du leader

- Lewin, Lippitt, & White (1939):
 1. leader autoritaire: style directif, accepte 0 suggestion, prend seul les décisions, attribue les tâches à chacun
 2. leader démocratique: encourage la participation, favorise un climat égalitaire
 3. leader laissez-faire: peu d'interventions, groupe laissé à lui-même
- susciter un sentiment de satisfaction du groupe: démocratique > autoritaire et laissez-faire
- rendement: leader présent \Rightarrow autoritaire > démo
leader absent \Rightarrow démo > autoritaire

Chp. II.4. Influence d'un individu sur le groupe: le leadership

2. Théories interactionnistes

- Fiedler (1967, 1968): leadership efficace = style de leadership \cap situation particulière
- styles de leadership: orienté vers la tâche vs. orienté vers les relations
- situations: continuum de "très favorables au leader" (grande maîtrise du groupe) à "très défavorables" (maîtrise très faible), en passant par "intermédiaires" (maîtrise moyenne)
- ⇒ quel type de leader serait le plus efficace dans ces situations?

Chp. II.4. Influence d'un individu sur le groupe: le leadership

2. Théories interactionnistes

- leader orienté vers la tâche: efficace dans situations très favorables et très défavorables
- leader orienté vers les relations: efficace dans situations intermédiaires
- ⇒ pourquoi?
- situations très défavorables: besoin d'autorité
- situations très favorables: le leader tire bénéfice du travail accompli
- situations intermédiaires: besoin de tact & compétence sociale
- ⇒ l'efficacité du leader dépend des caractéristiques de la situation dans laquelle il se trouve

Chp. II.5. Influence de la minorité

1. Introduction

- comment des individus peuvent influencer leurs groupes?
- qu'est-ce qui rend une minorité persuasive?

2. Cohérence

- constance synchronique (unanimité) & diachronique (dans le temps)
- étude (Moscovici et coll., 1969, 1985): minorité: les dias bleues sont toujours vertes vs. les dias bleues sont vertes 2 fois sur 3
⇒ des membres de la majorité acquiescent parfois vs. jamais

Chp. II.5. Influence de la minorité

2. Cohérence

- minorité → majorité = acquiescement public
majorité → minorité = véritable acceptation
- "une minorité, sans obtenir une acceptation substantielle de son point de vue au niveau manifeste, peut cependant influencer les sujets à réviser les bases profondes de leurs jugements, tandis qu'une majorité peut amener la plupart à accepter son point de vue, si elle est unanime, sans affecter le système cognitivo-perceptif sous-jacent. En d'autres termes, l'influence majoritaire opère à la surface tandis que l'influence minoritaire a des effets profonds (Moscovici & Lage, 1976, p. 163)
- Moscovici & Personnaz (1980): l'influence de la minorité se manifeste dans les effets consécutifs (ex: percevoir le rouge après avoir fixé du vert)

Chp. II.5. Influence de la minorité

3. Confiance en soi

- idées cohérentes & bien ancrées ⇒ confiance en soi
⇒ peut pousser la majorité à réviser ses positions & envisager d'autres possibilités

4. Défections au sein de la majorité

- minorité → met en doute le groupe ⇒ les membres se sentent plus libres d'exprimer leurs doutes, et peuvent même adopter la position de la minorité (sans la minorité: doutes censurés)
- lorsque les défections commencent ⇒ effet "boule de neige"

Chp. II.6. Polarisation de groupe

1. Introduction

- en général, la discussion de groupe renforce les inclinations initiales des membres du groupe

2. Au début, le déplacement vers le risque

- Stoner (1961): comparer les risques pris par les individus & les groupes (idée populaire: les groupes sont plus prudents que les individus)
- tâche: résoudre seul des dilemmes décisionnels ⇒ "quel conseil donneriez-vous au personnage?"
- ex.: Claude écrivain
- puis, 5 personnes **en groupe** prennent une décision
- résultat: décisions en groupe = plus risquées que celles choisies avant la discussion; chgmt individus

Chp. II.6. Polarisation de groupe

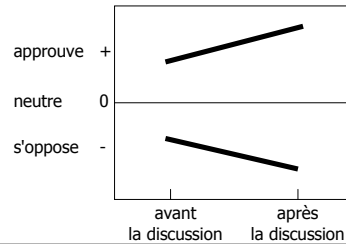
2. Au début, le déplacement vers le risque

- ex.: Jean-Guy
- ⇒ phénomène inverse: décisions plus prudentes en groupe; la discussion accentue les penchants initiaux
- **polarisation de groupe**: renforcement, produit par le groupe, des tendances préexistantes des membres

Chp. II.6. Polarisation de groupe

3. Les groupes durcissent-ils les opinions?

A. Expériences sur la polarisation de groupe



Chp. II.6. Polarisation de groupe

3. Les groupes durcissent-ils les opinions?

A. Expériences sur la polarisation de groupe

- phénomène confirmé par de nombreuses études
- effet du degré d'engagement sur la polarisation
- la polarisation augmente l'écart entre les groupes d'avis contraires

Chp. II.6. Polarisation de groupe

3. Les groupes durcissent-ils les opinions?

B. Apparition naturelle de la polarisation de groupe

- les interactions de groupe dans la vie quotidienne renforcent-elles aussi les attitudes communes?
- "phénomène d'accentuation": différences initiales accentuées par le temps (pcq les membres du groupe renforcent leurs attitudes communes)
- quand conflits sociaux: association des personnes partageant les mêmes idées ⇒ amplifie les tendances communes

Chp. II.6. Polarisation de groupe

4. Pour expliquer la polarisation de groupe

A. Influence informative

- liée aux arguments présents lors d'une discussion
- influence résultant du fait d'accepter des preuves concernant la réalité
- discussion de groupe ⇒ mise en commun des idées qui favorisent le point de vue prédominant (dont arguments persuasifs)
- participation verbale active ⇒ engagement verbal ⇒ changement d'attitude

Chp. II.6. Polarisation de groupe

4. Pour expliquer la polarisation de groupe

B. Influence normative

- influence basée sur le désir d'être accepté et admiré par le groupe
- comparaison sociale (Festinger, 1954): nous évaluons nos opinions et capacités, en comparant nos points de vue avec ceux de nos semblables; souhait d'être favorablement perçu
- ⇒ expression d'opinions plus marquées si les ind. se rendent compte que les autres partagent davantage leur avis qu'ils ne l'avaient supposé, ou s'ils pensent que les autres leur ressemblent

Chp. III. Relations intergroupes, stéréotypes, discrimination

1. Introduction

- nos stéréotypes envers des groupes...
- le groupe (Tajfel, 1981; Turner et al., 1987): un groupe existe s'il y a des personnes conscientes d'en être membres
- préjugés: attitude négative injustifiable envers un groupe et ses membres
- stéréotype: composante cognitive du préjugé
- discrimination: comportement négatif injustifiable envers un groupe et ses membres
- biais pro-endogroupe: tendance à favoriser les membres de son groupe
- perspective individuelle vs. perspective intergroupe

Chp. III. Relations intergroupes, stéréotypes, discrimination

2. Perspective individuelle

- Unité d'analyse: la personne
- Allport (1924, p. 295): "l'individu dans la foule se comporte exactement comme il se comporterait s'il était tout seul, seulement un peu plus"
- a. L'approche psychodynamique
 - influence de la théorie psychanalytique: mécanismes psychodynamiques individuels
 - Freud "Psychologie des foules et analyses du moi" (1953): liens sociaux \Rightarrow ambivalence affective éprouvée dans le noyau primaire
 - aversion tournée vers exogroupes (ceux perçus comme dissemblables)

Chp. III. Relations intergroupes, stéréotypes, discrimination

2. Perspective individuelle

- b. La théorie de la personnalité autoritaire
 - Adorno et al., (1950): structure des individus enclins au préjugé
 - antisémitisme \cong idéologie ethnocentrique:
 1. attitudes positives % endogroupe
 2. attitudes négatives % exogroupes
 3. exogroupes sont inférieurs
 - idéologie caractérisant les individus avec une structure autoritaire de personnalité
 - expériences infantiles: parents sévères \Rightarrow agressivité projetée sur groupes minoritaires

Chp. III. Relations intergroupes, stéréotypes, discrimination

2. Perspective individuelle

- c. La théorie du bouc émissaire
 - dérive de la théorie "agression-frustration"
 - Dollard et al., 1939: frustration = condition nécessaire et suffisante à l'agressivité
 - frustration \Rightarrow tension \Rightarrow incitation à agresser \Rightarrow déplacement vers boucs émissaires (si la charge ne peut être défulée sur l'agent frustrant)
 - cibles = exogroupes dissemblables et plus faibles
 - \uparrow préjugé en périodes de crises sociales et récessions économiques

Chp. III. Relations intergroupes, stéréotypes, discrimination

2. Perspective individuelle

- d. L'apprentissage social
 - variation des stéréotypes/préjugés/discrimination selon cultures & périodes historiques
 - socialisation infantile:
 - ✓ influences familiales
 - ✓ éducation scolaire (cor. -ve avec préjugé)
 - ✓ influence des copains à l'adolescence
 - ✓ médias
 - NB: stéréotypes de l'enfance \neq attitudes à l'âge adulte

Chp. III. Relations intergroupes, stéréotypes, discrimination

2. Perspective individuelle

- e. Résumé
 - théories fondées sur: différences de personnalité, concepts psychanalytiques, concepts de l'apprentissage
 - théorie de la personnalité autoritaire
 - théorie du bouc émissaire
 - théorie de l'apprentissage social
 - \Rightarrow pourquoi homogénéité des stéréotypes?
 - \Rightarrow pourquoi discrimination envers *ce* groupe?
 - \Rightarrow pourquoi diffusion ou disparition rapide de certains préjugés?

Chp. III. Relations intergroupes, stéréotypes, discrimination

3. Perspective intergroupe

- analyse des interactions entre individus pour comprendre le groupe
- Lewin, Asch, Sherif
- le groupe: interdépendance de ses membres; ≠ somme de ses membres; structure propre

Chp. III. Relations intergroupes, stéréotypes, discrimination

3. Perspective intergroupe

- a. Théorie des conflits réels
- comportement intergroupe: analyse des relations fonctionnelles entre les groupes ⇒ compétitives vs. coopératives
 - relations compétitives: concurrence pour obtenir des ressources
 - relations coopératives: adhésion à un objectif commun (but supra-ordonné) ne pouvant être obtenu que par le soutien réciproque actif

Chp. III. Relations intergroupes, stéréotypes, discrimination

3. Perspective intergroupe

- a. Théorie des conflits réels: ETUDE (Sherif et al.)
- 12 garçons (qui ne se connaissent pas); camp d'été; variables contrôlées (...)
 - phase 1: formation de lien interpersonnels de connaissance et d'amitié
 - phase 2: 2 groupes semblables aux activités indépendantes ⇒ émergence de normes, leader, structure
 - phase 3: conflit d'intérêts entre les 2 groupes (interdépendance négative)
 - phase 4: buts supra-ordonnés répétés ⇒ coopération

Chp. III. Relations intergroupes, stéréotypes, discrimination

3. Perspective intergroupe

- b. Théorie de l'identité sociale
- conditions minimales qui engendrent discrimination et préjugés?
 - Tajfel: théorie de l'identité sociale = conscience d'appartenir à un ou plusieurs groupes ou catégories sociales

Chp. III. Relations intergroupes, stéréotypes, discrimination


3. Perspective intergroupe

- b. Théorie de l'identité sociale
- **paradigme des groupes minimaux** (Tajfel et al., 1971):
 - ✓ sujets attribués de façon **aléatoire** dans un des deux groupes (⇒ gp minimal)
 - ✓ ∅ interaction interpersonnelle
 - ✓ tâche: assigner une quantité d'argent à 2 ind. anonymes (1 endogroupe; 1 exogroupe) selon 1 matrice spécifique ⇒ VI = catégorisation "nous" vs. "eux"
 - ✓ discrimination pro-endogroupe
- ⇒ perception catégorielle ⇒ formation d'identité sociale

Chp. III. Relations intergroupes, stéréotypes, discrimination

3. Perspective intergroupe

- b. Théorie de l'identité sociale
- Tajfel (1978): les ind. aspirent à une identité sociale positive
⇒ quelles stratégies individuelles ou collectives pour résoudre les effets préjudiciables à l'estime de soi d'une identité sociale négative?
 - 1. s'il n'y a pas d'alternatives à la situation intergroupe existante (stabilité, légitimité) ⇒ stratégies individuelles:
 - a. mobilité sociale (frontières perméables)
 - b. comparaison intragroupe (frontières imperméables)



Chp. III. Relations intergroupes, stéréotypes, discrimination

3. Perspective intergroupe

b. Théorie de l'identité sociale

2. s'il y a des alternatives à la situation intergroupe existante (instabilité, illégitimité) ⇒ stratégies de groupe :

- a. créativité sociale
- b. redéfinition des caractéristiques
- c. compétition sociale