Psychologie sociale

VINCENT YZERBYT ET OLIVIER KLEIN

Ouvertures psychologiques



Préfaces de Céline Darnon et Richard Bourhis

- 13 cartes mentales
- Cours et résumé
- Plus de 80 questions pour s'autoévaluer

deboeck SUPÉRIEUR

Flashez-moi !
Un livre aux ressources numériques intégrées

Vincent Yzerbyt et Olivier Klein

Psychologie sociale

deboeck SUPÉRIEUR

Sommaire

Chapitre 1 Introduction

1. L’objet de la psychologie sociale
2. Méthodologie et épistémologie en psychologie sociale
3. L’évolution de la psychologie sociale
4. Quelle psychologie sociale ?
5. Éthique
6. Plan de l’ouvrage

Partie 1 La pensée sociale

Chapitre 2 Le jugement social

1. La formation d’impression
2. Les théories de l’attribution
3. Conclusions

Chapitre 3 La perception des groupes

1. La catégorisation sociale et les stéréotypes
2. L’origine des stéréotypes
3. Le poids des rôles, le choc des structures
4. Le changement des stéréotypes
5. Conclusions

Chapitre 4 Le soi et l’identité

1. La connaissance du soi
2. Gérer l’image de soi
3. L’auto-régulation

4. La comparaison sociale
5. Du soi individuel à l'identité sociale
6. Conclusions

Partie 2 L'influence sociale

Chapitre 5 Sens commun et cultures

1. Les représentations sociales
2. La transmission culturelle
3. Comparer les cultures
4. La mémoire collective
5. Les théories du complot
6. Les relations interculturelles
7. Les sous-cultures et leurs conséquences
8. Conclusions

Chapitre 6 De la présence d'autrui à la formation des normes

1. Présence d'autrui et performance
2. Imitation et influence
3. La formation des normes
4. Conclusions

Chapitre 7 Du conformisme à la rébellion

1. Du conformisme à l'influence minoritaire
2. Le poids de l'autorité et des rôles
3. Du respect de l'autorité à la rébellion
4. Conclusions

Chapitre 8 Attitudes et changement d'attitudes

1. Les attitudes
2. Le changement d'attitude
3. Faire face aux tentatives d'influence et aux fausses informations
4. Conclusions

Chapitre 9 Attitudes et comportement

1. Le changement des attitudes par le biais des comportements
2. La prédiction du comportement
3. Conclusions

Partie 3 Les relations sociales

Chapitre 10 Émotions et relations sociales

1. Les réactions émotionnelles par rapport à autrui
2. Formation des relations
3. L’attirance pour autrui
4. De l’attirance aux relations à long terme
5. Conclusions

Chapitre 11 Agression et altruisme

1. Comprendre les déterminants de l’agression
2. Urgence, altruisme et coopération
3. Conclusions

Chapitre 12 La vie en groupe

1. Socialisation et ostracisme
2. La production des groupes
3. Leadership et pouvoir
4. La justice dans les groupes et les organisations
5. Conclusions

Chapitre 13 Les relations intergroupes

1. De la théorie des conflits réels à la théorie de l’identité sociale
2. Les émotions intergroupes
3. Idéologies et préjugés
4. Des stéréotypes et préjugés à la discrimination
5. Faire face à une identité sociale négative
6. Le contact intergroupe
7. Conclusions

Avant-propos

Ce volume vous propose un périple captivant à travers les grandes questions de la psychologie sociale contemporaine. Cet ouvrage vous fera voyager puisque chacun des thèmes débute avec des mises en situation pertinentes et actuelles pour vous, que vous soyez originaires d'Europe, d'Afrique, ou des Amériques. Les chapitres abordent les thèmes classiques du domaine à l'aide de trois parties qui organisent magnifiquement notre compréhension des phénomènes fondamentaux de la psychologie sociale tels qu'abordés dans les traditions de recherches à la fois américaines et européennes.

La partie pensée sociale débute par deux chapitres sur nos perceptions des autres, d'abord en tant qu'individus et ensuite en tant que membres de groupes stéréotypés. Elle enchaîne sur la question de l'identité personnelle, le «soi» en tant que personne unique et distincte des autres. Elle se penche enfin sur le thème de nos représentations sociales, de nos spécificités culturelles et de nos relations interculturelles avec les groupes minoritaires et majoritaires de notre quartier, région ou pays.

La partie sur *l'influence sociale* témoigne de nos tendances à la fois grégaires et indépendantes qui s'expriment différemment selon les circonstances individuelles ou institutionnelles. Cette section nous éclaire sur la formation des normes sociales, leurs transmissions et leurs transformations. L'influence majoritaire ou minoritaire ainsi que la soumission à l'autorité sont des processus classiques d'influence sociale. Selon le contexte social, nos tendances tantôt conformistes tantôt individualistes peuvent favoriser l'imitation, le suivisme, la conversion, l'innovation, la rébellion ou l'action collective. Les deux derniers chapitres de cette partie se penchent sur la stabilité de nos attitudes et les techniques de persuasion susceptibles de changer non seulement nos attitudes, mais aussi nos comportements.

La partie des *relations sociales* aborde les émotions complexes qui caractérisent nos relations interpersonnelles et qui nous mènent à l'altruisme et l'harmonie dans le meilleur des cas, mais aussi à des comportements antagonistes et parfois agressifs dont les conséquences peuvent être dysfonctionnelles. Cette section vous offre un panorama des facteurs qui contribuent à la qualité et productivité de nos activités en situation de groupe au travail et dans nos loisirs. Agir en tant que membre de notre groupe d'appartenance nous amène sur le terrain des relations intergroupes qui varient d'harmonieuses à conflictuelles selon la nature coopérative ou compétitive de nos relations avec les exogroupes, nos sentiments de menace identitaire, nos préjugés et nos comportements discriminatoires ou paritaires souvent justifiés par nos mémoires collectives et nos idéologies. La justice sociale, les contacts intergroupes, et l'apprentissage coopératif sont des approches proposées par les psychologues sociaux pour réduire les préjugés, les discriminations et les tensions intergroupes. L'objectif avoué de ces dispositifs est de contribuer au vivre ensemble dans nos sociétés de plus en plus multiethniques, multilingues et multiconfessionnelles.

L'ensemble des thèmes de ce volume rappelle les origines de la psychologie sociale qui demeure à la croisée des chemins entre la psychologie des individus et la sociologie des groupes, des organisations et des sociétés. Dans ce volume, beaucoup d'études empiriques sont décrites afin d'asseoir les explications les plus probables des phénomènes en question. Ces expérimentations sont décrites dans les détails nécessaires afin de cerner les explications les plus probables des phénomènes tout en ayant considéré les explications alternatives proposées par les chercheurs au fil de leurs recherches s'échelonnant souvent sur des décennies. En cette époque tumultueuse, cette approche de la méthode scientifique est d'autant plus nécessaire et pertinente qu'on assiste à la popularité croissante des théories du complot et des « fake news », surtout dans les médias sociaux.

En lisant ce volume sachez que vous êtes en excellente compagnie, car les auteurs, Vincent Yzerbyt et Olivier Klein, sont deux psychologues sociaux qui ont largement contribué à ce domaine de recherche autant en Europe qu'aux États-Uni. L'un comme l'autre sont reconnus par leurs pairs des deux côtés de l'Atlantique grâce à leurs nombreuses publications dans les

meilleures revues scientifiques du monde anglo-saxon et de la francophonie. S'appuyant sur leurs longues années d'enseignements, les auteurs partagent de la plus belle façon qui soit les enjeux scientifiques, appliqués et politiques de la psychologie sociale de ce début du XXI^{e} siècle. Qu'ils en soient chaleureusement remerciés !

Richard Y. Bourhis
Département de Psychologie, Université du Québec à Montréal.

Préface

Lorsqu'un individu pense, raisonne ou agit, il le fait dans un contexte donné. Ce contexte peut se caractériser, entre autres, par la présence d'autres individus, par des enjeux relationnels, hiérarchiques, identitaires, intra et intergroupes. Le contexte est également un contexte idéologique et culturel, autant de facteurs susceptibles d'influencer la manière dont cet individu pense, raisonne, ou agit. La psychologie sociale vise précisément à étudier les mécanismes sous-jacents à ces influences. Le présent ouvrage est un excellent support pour familiariser le lecteur avec cette discipline.

Rédiger, en 2019, un manuel de psychologie sociale n'était pas une tâche simple. En effet, la psychologie sociale a été tourmentée, ces dernières années, par ce que beaucoup appellent une « crise ». Plusieurs publications ont fait état de la difficulté à répliquer certains des effets considérés alors comme des fondements de la discipline, mettant par la même occasion en cause certaines pratiques de recherche. Cette crise a provoqué un séisme dans le champ de la psychologie. Elle a toutefois donné à la discipline l'opportunité de se reconstruire sur des bases plus solides. Aujourd'hui, la psychologie sociale est devenue une science plus fiable et plus forte qu'elle ne l'était auparavant. Il était donc impératif, dans ce contexte, de s'atteler à un ouvrage permettant d'actualiser l'état de nos connaissances. C'est le défi qu'ont relevé Vincent Yzerbyt et Olivier Klein dans cet ouvrage.

Si l'on devait souligner uniquement l'essentiel, je dirais qu'il y a au moins quatre bonnes raisons de lire cet ouvrage et de l'utiliser comme support d'enseignement.

Premièrement, cet ouvrage est extrêmement complet dans le sens où il fait le tour des concepts et théories majeures de la discipline en ne négligeant aucun angle d'analyse. Ainsi, des thèmes aussi variés que l'agression, la motivation, la formation des groupes, les représentations sociales et

l’influence de la culture sont abordés. En outre, y sont rapportés les travaux « classiques » comme des travaux de recherche bien plus récents. Cela est rarement fait dans les manuels qui ont peut-être trop souvent tendance à ne parler que des travaux anciens, pionniers de la discipline. Cette démarche me semble un excellent moyen de donner au lecteur une vue d’ensemble des travaux réalisés dans la discipline tout en le familiarisant avec le raisonnement scientifique et son évolution.

Deuxièmement, cet ouvrage ne permet pas seulement de fournir au lecteur des connaissances sur l’actualité de la recherche en psychologie sociale, il l’amène également à développer un regard critique, à se questionner sur les limites et contours des différentes approches théoriques et à établir des liens entre elles. À l’issue de la lecture de l’ouvrage, on a obtenu quelques réponses, mais on se pose surtout de nombreuses questions, ce qui témoigne, me semble-t-il, du processus fondamentalement dynamique de la recherche. Le lecteur curieux appréciera d’ailleurs les lectures supplémentaires suggérées à la fin de chaque chapitre pour en savoir plus sur l’un ou l’autre des phénomènes présentés dans l’ouvrage.

Troisièmement, cet ouvrage nous rappelle à quel point les cadres théoriques et méthodologiques de la psychologie sociale permettent de comprendre le monde qui nous entoure. En effet, chaque chapitre comprend de nombreuses illustrations par des évènements issus de l’actualité. Au-delà des vertus pédagogiques d’une telle démarche, cela permettra sans aucun doute au lecteur de comprendre pourquoi, bien que souvent peu sollicitée par les décideurs politiques, la psychologie sociale est une science extrêmement utile pour comprendre, analyser, et possiblement guider les décisions relatives à des phénomènes sociaux (radicalisation, engagements dans un mouvement collectif, stigmatisation, sexisme, etc.).

Enfin et surtout, cet ouvrage est écrit de manière très pédagogique et avec beaucoup d’humour. On identifie sans difficulté le savoir-faire exceptionnel qu’ont Olivier Klein et Vincent Yzerbyt à expliquer des résultats d’expériences ou des modèles théoriques complexes de manière tout à fait accessible, y compris pour des novices de la discipline, ainsi que leur talent à les rendre drôles. Il faut dire que nos réactions pour faire face à l’imprévisible, gérer nos propres contradictions ou satisfaire nos besoins

fondamentaux ont effectivement souvent de quoi susciter le rire. Bravo à eux pour avoir su en jouer et rendre ainsi la lecture de cet ouvrage si agréable.

À bien y réfléchir, je ne vois d'autres personnes qui auraient été aussi qualifiées que Vincent Yzerbyt et Olivier Klein pour réaliser cette tâche. En effet, en plus d'être d'éminents chercheurs, ils ont toujours activement œuvré pour la promotion et la diffusion de la recherche en psychologie sociale et pour la valorisation de notre discipline. Surtout, tous ceux qui les connaissent savent à quel point ils sont tous deux animés par une motivation intrinsèque hors du commun. Attention, cette motivation intrinsèque est hautement contagieuse, comme pourraient en témoigner les nombreux collègues et étudiants qui ont eu la chance de travailler avec eux et comme vous pourrez vous-même sans doute en témoigner après la lecture de cet ouvrage…

Céline Darnon
Laboratoire de Psychologie sociale et cognitive, Université de Clermont-Auvergne.

Remerciements

Entreprendre le projet d'écrire un manuel de psychologie sociale n'est pas la décision la plus sage qui soit. Ce travail de longue haleine n'aurait pas été possible sans l'extrême patience et le soutien appuyé de nombreuses personnes. En premier lieu, Isabelle et Anne-Laure, nos épouses, auront subi les affres de notre gestation qui s'est avérée bien plus longue qu'annoncée au moment de la conception. Merci aussi à nos équipes de recherche. Vous êtes le cœur de notre activité quotidienne. Sans doute notre disponibilité a-t-elle parfois souffert de la production de cette prose mais nous espérons que le produit final est fidèle à notre vision partagée de la discipline. Merci aussi à Anouk Verlaine ainsi qu'à Constantin Maes et Sophie Lixon, des Éditions De Boeck Supérieur, pour nous avoir épaulés tout au long du processus. Nous sommes également reconnaissants à nombre de collègues qui, en France, en Suisse, au Canada et en Belgique, nous ont constamment soutenus et motivés. Au-delà de la discipline scientifique, la psychologie sociale est aussi une communauté de chercheur·e·s exaltante qu'incarne, dans le monde francophone, l'Association pour la Diffusion de la Recherche en Psychologie Sociale (ADRIPS). Notre souhait est que le présent manuel puisse transmettre la passion qui est la nôtre auprès de nouvelles générations d'étudiantes et d'étudiants.

Plusieurs personnes ont eu l'extrême gentillesse de relire les documents à des stades divers et souvent dans des délais très courts afin d'en débusquer les imperfections et les scories. Nous remercions en premier lieu Julien Barbedor pour son adresse dans la chasse aux belgicismes et autres coquilles. Nous sommes également redevables à Assaad Azzi, Pierre Bouchat, Noémie Brison, Margaux De Laet, Isabelle Hennequin, Ginette Herman, Pit Klein, Sarah Leveaux, Christophe Leys, Patricia Mélotte, Kenzo Nera, Bernard Rimé, Marine Rougier, Anne-Laure Rousseau, Julie

Terache, Antoine Vanbeneden, Pascaline Van Oost, et Robin Wollast, pour leur relecture attentive de portions du manuscrit. Nous assumons l’entière responsabilité des erreurs restantes.

Vincent Yzerbyt et Olivier Klein

À Jacques-Philippe et à Assaad, nos maîtres.



► *Kurt Lewin (1890-1947), le père de la psychologie sociale moderne.*

CHAPITRE

1

Introduction

La psychologie sociale est une discipline dont l'objet est l'étude scientifique de la façon dont la présence d'autrui, qu'elle soit réelle ou imaginée, influence les états psychologiques et les conduites des individus. Vaste sujet ! Dans ce premier chapitre, nous chercherons à préciser la manière les chercheur·e·s de cette discipline s'emploient à traiter celui-ci. Pour ce faire, nous partirons d'un fait divers et ferons quelques détours par l'histoire de la discipline et par ce qu'on appelle son épistémologie, c'est-à-dire la façon dont elle envisage ses connaissances : que veut dire comprendre un phénomène pour un·e psychologue social·e ?

Si, en 2015, nous avons décidé d'écrire ce livre, sans anticiper l'ampleur de la tâche qui nous attendait, c'est avant tout parce que nous sommes passionnés par notre discipline, la psychologie sociale et que nous adorons l'enseigner. C'est pourquoi nous regrettions l'absence d'un manuel d'introduction en langue française qui rende justice aux très nombreuses recherches menées ces dernières années, tant en France et en Belgique que dans le reste du monde. Ce manuel s'inscrit dans les traces des ouvrages de Leyens (1979) et de Leyens et Yzerbyt (1997), devenus obsolètes. Le texte que nous avons eu l'immense plaisir d'écrire ensemble est donc à la fois le dépositaire d'une tradition prestigieuse — les deux manuels en question ont été de véritables best-sellers et garnissent d'ailleurs toujours la bibliothèque personnelle d'un grand nombre de psychologues —, mais il veille aussi à mettre en exergue l'extraordinaire vitalité d'une discipline qui se révèle plus que jamais indispensable pour rendre intelligible le monde qui nous entoure. De fait, si nous chérissons tous deux à ce point la psychologie sociale, c'est parce que cette discipline nous offre des outils intellectuels permettant de donner du sens à une multitude de phénomènes sociétaux aussi fascinants qu'importants. Au fil des chapitres, vous en découvrirez une série : l'obéissance à l'autorité, le conformisme, le complotisme, les révoltes collectives, les préjugés et la discrimination, la prise de décision en groupe …. Mais qu'est-ce que la psychologie sociale ?

1. L'objet de la psychologie sociale



Le 3 août 2019, un suprémaciste américain blanc du nom de Patrick Wood Cursius a dégainé son arme automatique dans un supermarché de la ville d'El Paso, frontalière avec le Mexique, tuant 22 personnes et en blessant 24 autres. À la lecture d'un manifeste qu'il avait écrit peu avant les événements, cet homme était clairement habité par une haine profonde à

l'encontre des minorités hispaniques. S'il semble qu'il ait agi seul, d'aucuns considèrent qu'il a été fortement inspiré par des discours émanant de l'extrême-droite américaine voire par ceux du président Trump lui-même. Ces points de vue radicaux largement diffusés par les médias et les réseaux sociaux auraient influencé, on peut même dire façonné, ses attitudes à l'égard de la minorité hispanique et des migrants originaires d'Amérique centrale. Il semble que Patrick Wood Cursius ait aussi été inspiré par les actes d'un autre suprémaciste, australien quant à lui, qui avait tiré sur des fidèles dans une mosquée néo-zélandaise plus tôt dans la même année. À l'opposé de ces actes terrifiants, certain·e·s client·e·s et employé·e·s du supermarché ont emprunté une tout autre voie et n'ont pas hésité à risquer leur vie pour porter secours à certaines victimes alors que la première réaction de la plupart des personnes présentes a consisté à s'enfuir.

▶ Dans la foulée de la tuerie de masse du Walmart d'El Paso, un mémorial a été mis en place en hommage aux victimes (© Ruperto Miller).

La psychologie sociale peut être définie comme la discipline qui s'intéresse aux processus par lesquels la présence réelle ou imaginée d'autrui influence les conduites des êtres humains. Dans l'exemple, extrême, de la tuerie d'El Paso, l'enchaînement des processus psychologiques qui mène le tireur à commettre son acte peut être examiné, en partie, grâce à cette discipline. L'auteur semble avoir réagi à un facteur contextuel, l'immigration latino-américaine, qu'il perçoit comme un événement menaçant. Quelles sont les raisons qui l'amènent à appréhender cette immigration en ces termes ? D'où proviennent ces « grilles de lecture » ? Patrick Cursius a aussi été influencé par les exemples fournis par des fusillades précédentes. Que se serait-il produit si les médias avaient accordé moins de temps d'antenne à ces actes malveillants ou si les réseaux sociaux étaient moins susceptibles de relayer ce type d'informations ? Son acte, précédé d'un manifeste publié sur un site web, a également pour vocation à être montré à un large public. Aurait-il agi de la sorte s'il n'avait pas la conviction qu'il ferait la une de l'actualité ? Des gens se sont précipités pour apporter leur aide alors que d'autres ont pris leurs jambes à leur cou. Qu'est-ce qui fait que certain·e·s client·e·s s'enfuient alors que d'autres cherchent à porter secours à d'autres victimes voire, dans certains cas de tueries de masse, s'en prennent directement au tireur au péril de leur vie ? Tant de questions qui taraudent toute personne

qui entend un tant soit peu comprendre pourquoi et comment les choses se sont produites de la façon dont elles se sont produites.

Si les psychologues sociaux et sociales sont certes interpellé·es dans des cas exceptionnels comme celui-ci, leur ambition première est de mettre en évidence des mécanismes plus généraux qui concernent l'ensemble des êtres humains. Au-delà d'une compréhension d'événements singuliers, il s'agit donc de rendre intelligible une très large gamme de comportements. En examinant des situations comme celles qu'on vient de rappeler, la psychologie sociale cherche en définitive à décrire l'enchaînement des processus psychologiques qui peuvent pousser un individu à mettre en œuvre des conduites hostiles, par exemple à l'égard de minorités issues de l'immigration. Au-delà, il s'agit de prendre la mesure des facteurs qui rendent compte de l'agression humaine.

Conformément à la définition proposée ci-dessus, la séquence causale de facteurs psychologiques qui mène à la violence serait activée par des facteurs contextuels et personnels. Par exemple, le fait d'appartenir à un groupe (les « Blancs » aux États-Unis) dont la position dominante semble remise en question par l'évolution démographique peut éveiller chez un individu un sentiment de menace quant à la survie de son groupe (au sens littéral, mais aussi sur un plan symbolique en termes de valeurs et de croyances…) et aux ressources dont il dispose (en termes de pouvoir, de richesses…). Ce sentiment mènera certains individus à concevoir une haine profonde à l'égard des nouveaux venus, ou perçus comme tels, et à commettre des actes violents à leur encontre afin d'éliminer la source de la menace. Ce modèle dans une version simplifiée (voire simpliste) est représenté dans la figure 1.1.

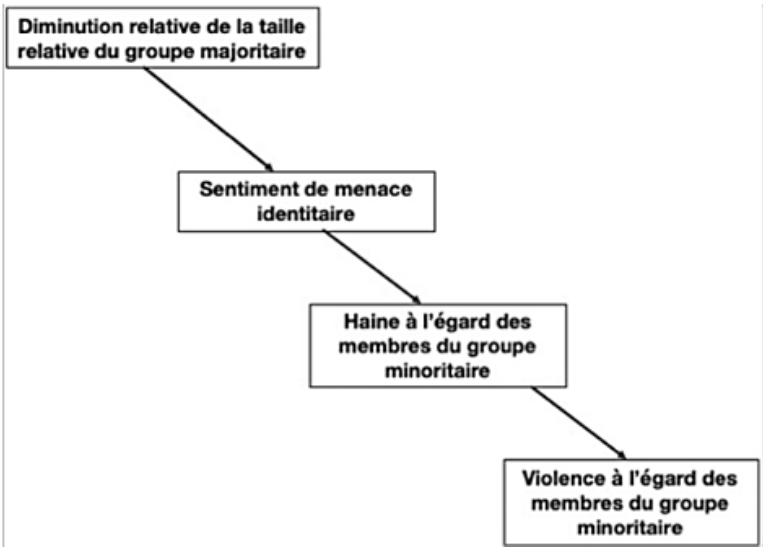


Figure 1.1 Modèle hypothétique de la violence collective.

Un *modèle* psychosocial met donc en relation des facteurs contextuels et des comportements ou, à tout le moins, des construits psychologiques, tels que des attitudes, des croyances, des émotions (qui précèdent le comportement). On remarquera qu'à travers de telles modélisations, des phénomènes singuliers sont considérés comme des instances particulières de réalités plus générales. Par exemple, considérer la tuerie d'El Paso comme relevant de la catégorie « violence à l'égard de minorités ethniques » suppose que d'autres types de violences sont susceptibles de s'expliquer par les mêmes facteurs. On peut penser notamment au refus de donner un bien en location à une personne d'origine étrangère ou au soutien apporté à un raidissement de la politique d'immigration. De même, en tablant sur le fait qu'être membre d'une majorité est un facteur important, on regroupe des réalités aussi différentes qu'être blanc aux États-Unis, flamand en Belgique et hindou en Inde. La force des modélisations psychosociales réside dans leur capacité à expliquer un large répertoire de phénomènes à l'aide de modèles relativement simples.

Un modèle psychosocial qui rendrait parfaitement compte de la tuerie d'El Paso demanderait de faire appel à de nombreux éléments spécifiques à ce contexte (comme l'histoire singulière du tueur ou la localisation du supermarché). A l'opposé, un modèle incluant peu de paramètres sera plus général et donc plus prédictif d'autres cas similaires. On considère qu'un modèle théorique est d'autant plus intéressant qu'il est parcimonieux, c'est-

à-dire qu'il permet à l'aide de peu d'éléments d'expliquer une large gamme de phénomènes. Bien sûr, le modèle proposé dans la figure 1.1 est sans doute trop simple et gagnerait à être étoffé. Par exemple, on peut imaginer que la relation postulée entre la diminution de la taille relative du groupe d'une part et le sentiment de menace identitaire d'autre part soit modulée en fonction d'autres variables tantôt personnelles comme les options idéologiques des individus concernés tantôt situationnelles comme le type de messages politiques émanant de sources influentes. Tout l'enjeu est de parvenir à un compromis satisfaisant entre le pouvoir d'explication du modèle et sa simplicité.

L'une des idées fondamentales de la discipline est que le comportement est intimement façonné par la situation dans laquelle se trouve l'individu. Chacun·e, quelle que soit sa personnalité, peut être amené·e à effectuer des comportements peu ordinaires une fois placé·e dans certaines situations. De ce point de vue, la psychologie sociale rejette un déterminisme qui se contenterait d'incriminer des facteurs de personnalité (tels qu'un tempérament « sadique »). Bien entendu, ces facteurs contextuels sont susceptibles d'interagir avec des caractéristiques individuelles des personnes concernées, comme des traits de personnalité, des facteurs de socialisation et, même dans certains cas, des caractéristiques biologiques. En revanche, la marque de fabrique de la psychologie sociale consiste sans aucun doute à conférer une importance déterminante au contexte, tant il est vrai que bien des approches explicatives, qu'elles soient scientifiques ou du sens commun, s'attardent indument à la dimension chronique et aux aspects individuels et négligent le « hic et nunc » et les facteurs situationnels.

La généralité des modèles psychosociaux implique qu'on considère que toute personne confrontée aux facteurs contextuels identifiés dans le modèle est davantage susceptible de réagir de la façon correspondante (ici mettre en œuvre des comportements violents à l'égard de minorités), quel que soit le milieu social ou culturel dans lequel elle évolue. Bien sûr, de tels modèles ne se veulent pas pour autant déterministes au sens strict. Autrement dit, la validité du modèle n'implique pas que toute personne confrontée aux facteurs contextuels identifiés dans le modèle agira nécessairement en conformité avec celui-ci. On dit que ces modèles sont probabilistes : toutes

choses égales par ailleurs, une personne qui est exposée à ces facteurs a plus de chances, si le modèle est correct, d'agir conformément à celui-ci.

2. Méthodologie et épistémologie en psychologie sociale

La psychologie sociale est une discipline *empirique*. Cela signifie que les modèles postulés ont vocation à être testés, c'est-à-dire à être mis à l'épreuve de la réalité. Une fois que les chercheur·e·s ont défini l'ensemble des éléments du modèle proposé, il leur faut trouver ou créer une situation dans laquelle ceux-ci peuvent être évalués ou mesurés et examiner si les relations entre ces éléments (ou « variables ») sont conformes à celles postulées dans le modèle. En d'autres termes, le modèle a vocation à être traduit en hypothèses qui demandent à être testées dans la réalité. La méthode reine, et de fait la plus utilisée pour mettre à l'épreuve les hypothèses que suggère le modèle, est l'expérience randomisée. Celle-ci consiste à manipuler les facteurs (qu'on appelle les « variables indépendantes ») supposés influencer le phénomène étudié et à examiner si cette manipulation a l'effet escompté sur la variable d'intérêt (qu'on qualifie de « variable dépendante »). Un point crucial concerne le fait de pouvoir répartir au hasard les participant·e·s dans les différentes conditions expérimentales engendrées par la manipulation des variables indépendantes. Cette démarche de randomisation offre une garantie précieuse : elle permet de s'assurer qu'aucune autre cause que celle relevant de la manipulation ne puisse être invoquée pour rendre compte des différences observées sur la variable dépendante. Une telle approche permet dès lors d'établir des relations de cause à effet entre la variable manipulée et la variable dépendante avec une confiance maximale. En l'occurrence, on pourrait signaler à des collégien·ne·s (choisi·e·s aléatoirement) l'arrivée imminente de nouveaux élèves issus d'un groupe minoritaire alors qu'on annoncerait au contraire l'arrivée de nouveaux élèves issus du groupe majoritaire à un autre groupe de collégien·ne·s. On pourrait ensuite mesurer l'incidence de comportements violents à l'égard des membres du groupe minoritaire déjà

présents dans les classes sur base d'observations. Il pourrait s'agir de comportements d'exclusion voire d'actes de harcèlement à l'encontre des membres du groupe minoritaire. Ceci pourrait nous permettre de tester une *hypothèse* : le nombre de comportements violents à l'égard des membres du groupe minoritaire dans les classes sera plus élevé dans les écoles qui s'attendent à une augmentation du nombre d'élèves du groupe minoritaire que dans les écoles qui ne s'y attendent pas.

Comme on peut l'imaginer, ce type de dispositif pose des problèmes éthiques. En effet, imaginez un instant qu'un·e collégien·ne subisse des violences graves suite aux manipulations induites ! Pour faire face à cet écueil, une autre option consisterait par exemple à comparer l'incidence de telles violences dans des écoles d'une même région selon qu'elles s'attendent ou non à une augmentation du nombre d'élèves issus du groupe minoritaire. La différence importante est ici qu'on n'a pas veillé à distribuer les deux types d'annonces au hasard dans différentes classes, mais qu'on se contente de prendre acte du fait que certaines écoles s'attendent effectivement à une augmentation alors que d'autres ne s'y attendent pas. Si cette méthode pose moins de problèmes éthiques, car elle n'implique pas d'intervention volontaire de la part de l'équipe de recherche et prend seulement appui sur la réalité des terrains considérés, elle souffre d'une faiblesse majeure par rapport à une expérience randomisée : comme les changements annoncés au sujet de la taille du groupe minoritaire sont mesurés et non manipulés, il est possible qu'ils soient confondus avec au moins un autre facteur qui serait le véritable responsable des variations observées ultérieurement dans les violences. Par exemple, il est possible que l'augmentation des violences dans les écoles qui s'attendent à une augmentation du nombre d'enfants issus de minorités s'explique par la situation géographique de ces écoles, plus nombreuses (par exemple) dans des zones où il est davantage acceptable de résoudre des conflits par la violence (cf. cultures de l'honneur au ***chapitre 5***). À l'inverse, même si l'on considère des situations où des questionnements éthiques ne se manifesteraient pas, l'expérience randomisée ne constitue pas forcément la panacée. Ainsi, on pourra reprocher à des études randomisées en laboratoire d'être trop artificielles et de souffrir d'un manque de validité « écologique » — c'est-à-dire de ne pas correspondre à des situations qu'on est susceptible

de rencontrer dans la « vie réelle ». À côté de ces méthodes, respectivement qualifiées d'expérimentales et des quasi expérimentales, existent bien d'autres méthodes. Des données d'archives, des entretiens, des observations participantes, et d'autres approches encore, sont autant de démarches méthodologiques qui viennent alimenter le corpus scientifique. À vrai dire, quelle que soit la méthode utilisée, elle n'est jamais parfaite, même s'il existe une propension à considérer la méthode expérimentale comme la méthode de prédilection. Le caractère inéluctable de ce constat fait que la psychologie sociale est une science en perpétuel mouvement. Les résultats d'une étude peuvent être remis en cause à la lumière de nouvelles études utilisant des méthodes plus optimales, ou simplement différentes. Le plus souvent, et on le verra dans un certain nombre de questions abordées dans ce manuel, l'accumulation des recherches alliée à la diversité des approches constituent le plus sûr garant de la solidité des conclusions. En d'autres termes, il n'y a pas de vérité établie une fois pour toutes en psychologie sociale. Toute affirmation devra être étayée par des données et certaines idées fermement établies sont susceptibles d'être remises en question à la lumière de nouveaux résultats. Cette posture, qu'on qualifie parfois de « sceptique » pour signifier qu'on garde toujours la possibilité du doute, donne un caractère particulièrement dynamique à la discipline, qui se caractérise par un rejet de tout dogmatisme.

Un autre aspect important qui caractérise la psychologie sociale réside dans le recours à des *méthodes quantitatives*. Autrement dit, on cherche à *mesurer* les éléments (ou variables) des modèles étudiés. Ces mesures sont le plus souvent effectuées sur un échantillon d'observations et sont ensuite représentées sous forme d'indices statistiques (moyenne, écart-type, fréquence…). Par exemple, on pourrait mesurer la fréquence moyenne d'incidents violents dans des établissements scolaires mois après mois. Si le fait de quantifier les phénomènes est une dimension centrale de la démarche, il n'est pas question de s'en tenir à la description de phénomène. Les statistiques recueillies dans le cadre des recherches en psychologie sociale ont presque toujours une visée *inférentielle*. Cela signifie qu'on cherche, à partir de l'échantillon d'observations dont on dispose, à formuler des conclusions sur une population plus générale. Par exemple, si on constate qu'il y a plus de violences à l'égard des enfants issus de groupes

minoritaires dans 10 écoles où on a annoncé une augmentation du nombre de ces enfants que dans 10 écoles où l'augmentation annoncée concernait des enfants issus du groupe majoritaire (notre échantillon est donc composé de 20 écoles qui ont été sélectionnées au hasard parmi toutes les écoles du pays), peut-on en tirer des conclusions plus générales sur les écoles en général (notre population) ? À partir de quel moment peut-on décréter que la différence observée entre les deux groupes de 10 écoles de notre échantillon est suffisamment importante pour accorder du crédit à l'hypothèse d'une différence effective entre les deux types d'écoles au niveau de la population ? Sans entrer dans le détail du raisonnement, l'idée est que si la différence observée dans notre échantillon est suffisamment importante, on aura grand-peine à considérer que cette différence est un coup du sort. Certes, les moyennes observées dans chacun des groupes de 10 classes ont peu de chances d'être identiques même si en réalité la manipulation ne produit aucun effet. Chaque classe manifeste en effet un degré de violence spécifique pour des centaines de raisons inconnues et on ne peut donc assurer que les moyennes des classes dans les deux conditions soient strictement les mêmes. En revanche, si le type d'évolution démographique n'a réellement aucun impact, les chances sont minimes de produire des moyennes très différentes alors que les classes échantillonnées ont été assignées aléatoirement aux deux conditions de la manipulation. Du coup, si la différence observée s'avère peu compatible avec l'hypothèse d'une absence d'impact de la manipulation, on pourra mettre en doute cette dernière et opter pour l'hypothèse alternative que la différence entre les deux conditions résulte de la manipulation. On parlera alors de différence significative. Cette logique d'inférence statistique, qu'on appelle « le test de l'hypothèse nulle » (THN), remonte au siècle dernier et a été développée par le statisticien anglais Ronald Fisher.

Cette description souligne un aspect important de la démarche épistémologique en psychologie sociale. Premièrement, on pose un modèle. Celui-ci mène à formuler des hypothèses quant à certains effets susceptibles d'être observés dans un échantillon particulier. En fonction des résultats de l'étude, on sera amenés à accorder notre confiance à notre modèle ou à s'en tenir à une posture d'indécision. Il s'agit là d'une approche *confirmatoire* plutôt *qu'exploratoire*. Alors que dans une approche confirmatoire, aussi

appelée *déductive*, on pose des hypothèses a priori et on les teste, dans une approche exploratoire, parfois qualifiée *d'inductive*, on a peu voire pas d'hypothèses a priori et on cherche avant tout à cerner des phénomènes présents dans un contexte particulier.

Remarquons que même si les approches quantitatives sont dominantes en psychologie sociale (et prennent une place prépondérante dans cet ouvrage), les méthodes qualitatives, reposant souvent sur le codage et l'interprétation de matériel verbal (entretiens, archives, réponses à des questions ouvertes…), y jouent également une place non négligeable. La combinaison de méthodes qualitatives et quantitatives constitue souvent une démarche idéale pour aborder certains phénomènes dans toute leur richesse et leur complexité.

Un autre aspect important réside dans la volonté de la psychologie sociale de recourir à une *approche cumulative*. Les nouveaux modèles proposés se construisent sur base de la littérature existante et on cherche à compléter, développer et affiner la compréhension des choses en apportant de nouveaux éléments sur base des efforts de recherche. À cet égard, une démarche dialectique s'avère particulièrement fructueuse. En effet, plus souvent qu'à leur tour, les chercheur·e·s abordent initialement l'étude de certains phénomènes en s'inscrivant dans une perspective précise. La question de la conformité ou encore celle de l'intervention en situation d'urgence constituent de beaux exemples à cet égard. Comme nous l'étudierons, en ce qui concerne le conformisme, la question de départ consistait à comprendre comment les sociétés parviennent à s'accorder sur un ensemble de normes, de croyances, etc. Les travaux ont permis de mettre en évidence le fait que les gens plient volontiers face au nombre, à l'expertise, à l'autorité et se rangent souvent à l'avis majoritaire, à l'opinion de l'expert, à l'injonction du ou de la responsable. De même, des recherches ont été motivées par des drames dans lesquels des assistances fournies ne semblaient pas pressées d'intervenir face à une urgence. Des travaux ont alors permis de mettre en exergue l'effet spectateur, que nous verrons en détail, qui conduit, de façon surprenante, à ce que l'urgence déclenche d'autant moins de réactions qu'il y a un grand nombre de personnes présentes sur les lieux ne parait pas souffrir d'exceptions. Pour

passionnantes que soient ces recherches, ces cadres explicatifs méritent pourtant d'être bousculés, d'être remis en cause.

Dans son célèbre roman, *Un tout petit monde*, David Lodge raconte de façon humoristique les tribulations d'une série de professeur·e·s de littérature au fil des colloques et autres congrès qui les occupent pendant la période estivale. L'auteur y évoque de manière récurrente la question de l'influence de T. S. Eliot sur Shakespeare. Si, en première analyse, l'idée est aussi amusante qu'intrigante — Shakespeare précède en effet T.S. Eliot de plusieurs siècles — elle renvoie à la manière dont un critique littéraire peut modifier le regard qu'on pose sur un auteur et donner ainsi à voir les choses de façon radicalement différente et, souvent, plus riche. Au fond, c'est un peu ce qui se passe lorsque de nouvelles interprétations sont proposées par des chercheur·e·s un peu iconoclastes qui interrogent les faits autrement. C'est ce qui s'est produit lorsque certains, comme Moscovici (1979) et d'autres, ont osé mettre en cause l'approche traditionnelle de l'influence sociale et imaginé que les individus isolés, les minoritaires, détenaient aussi des leviers d'action pour promouvoir leur point de vue et emporter l'adhésion. C'est aussi cette audace « dialectique » qu'on retrouve quand des chercheur·e·s mettent en exergue le rôle des appartenances sociales et la manière dont ces dernières sont en mesure de modifier radicalement le niveau d'aide prodigué par les gens à des victimes (Levine & Manning, 2013). De cette posture ouverte et critique, de ce débat qui met parfois à jour le poids de certains a priori que recèle toute démarche de recherche, il en résulte souvent une synthèse fascinante qui enrichit le débat, élargit l'horizon et permet d'embrasser une gamme plus large de situations tout en cernant mieux les mécanismes psycho-sociaux à l'œuvre, tout cela dans l'attente de futurs développements. De ce point de vue, la psychologie sociale est non seulement une entreprise cumulative, mais aussi et certainement une entreprise collective.

3. L'évolution de la psychologie sociale

Si les évènements d'El Paso sont récents au moment où nous écrivons ces lignes, la définition de la psychologie sociale que nous avons proposée et son orientation méthodologique ont peu changé depuis l'ouvrage de Leyens (1979) et celui de Leyens et Yzerbyt (1997). Elles correspondent peu ou prou à l'approche dominante en psychologie sociale telle qu'elle s'est cristallisée depuis la Seconde Guerre mondiale, d'abord aux États-Unis avant de s'exporter en Europe et dans le reste du monde. Est-ce à dire que la discipline a peu changé depuis toutes ces années ? Rien n'est moins vrai et c'est d'ailleurs une des raisons profondes de l'enthousiasme qui nous anime à son égard. De fait, la psychologie sociale a connu de nombreuses évolutions qui justifient pleinement à nos yeux la rédaction de ce nouvel ouvrage de référence. Certaines de ces évolutions ont trait au développement des connaissances : la production de savoirs en psychologie sociale a pris des proportions gigantesques au fil de ces quarante dernières années. Et des nombreux aspects témoignent de cette véritable explosion. Il suffit par exemple de jeter un œil du côté du nombre de scientifiques qui se reconnaissent dans cette discipline, de comptabiliser les revues savantes qui sont consacrées de près ou de loin à la psychologie sociale ou à des thématiques proches, de mesurer l'augmentation de la fréquentation lors des rencontres de psychologie sociale au plan national et international, ou de constater le succès des cours de psychologie sociale (le cours d'introduction à la psychologie sociale compte parmi les cours les plus suivis à l'université dans le monde). Dans ce contexte, il était crucial à nos yeux d'introduire notre lectorat aux avancées qui nous semblaient les plus significatives. Parmi celles-ci, on peut citer comme exemple le développement des neurosciences sociales, qui cherchent à identifier les fondements cérébraux du comportement social. Mais, au-delà de l'accroissement des connaissances et de l'activité sur le plan scientifique, la discipline a également connu des évolutions fascinantes, singulièrement au cours de la dernière décennie.

La réplication est un des fondements de la démarche scientifique (Popper, 1959/1973). Si un modèle représente de façon correcte la réalité qu'il décrit, l'expérience qui permet de l'étayer doit pouvoir être reproduite. Par exemple, si l'eau bout à 100 ° Celsius au niveau de la mer, cela doit pouvoir être démontré de façon répétée, quel que soit le récipient ou l'origine de

l’eau considérée. De même, notre étude sur 20 écoles devrait pouvoir être reproduite sur 20 nouvelles écoles. Mais l’absence de réplication ne mène pas nécessairement à une voie sans issue. Au contraire, c’est ce genre de situation qui fait avancer le savoir dans la mesure où elle force la remise en cause du modèle en vigueur et mène à proposer de nouvelles façons de modéliser les phénomènes, davantage en adéquation avec le corpus de données disponibles.

Ce que d’aucuns ont appelé « la crise de la réplication » (Świątkowski & Dompnier, 2017) est avant tout une remise en question de la diffusion des savoirs scientifiques. Pour comprendre la crise (qui n’est d’ailleurs pas la première dans la discipline), il faut savoir que l’ensemble du « savoir » psychosocial est disponible et validé sous forme d’articles publiés dans des revues scientifiques. Comme vous pourrez le constater en consultant la bibliographie de cet ouvrage, la quasi-exclusivité des études que nous mentionnons provient de publications de ce type. Dans celles-ci, les scientifiques rendent compte des modèles qui sont postulés et de la façon dont ces derniers ont été testés à l’aide de données. Or, il faut savoir que la publication scientifique est un processus exigeant. Une fois soumis à une revue, les articles sont évalués par des expert·e·s de la discipline et, dans la majorité des cas (pour les revues les plus reconnues), sont rejetés. Cette évaluation par les pairs est supposée offrir une garantie de la qualité des travaux publiés et se montre d’autant plus sévère que l’espace disponible, à l’instar de ce qui se passe en matière journalistique pour le temps d’antenne d’un journal télévisé, est précieux. Avec pour résultat que seule une minorité des efforts de recherche parviennent jusqu’à la consécration qu’est la publication scientifique.

Il se fait qu’on s’est rendu compte assez récemment que ce processus de validation du « savoir » aboutissait somme toute à une représentation biaisée de la réalité. De fait, la plupart des revues tendent à publier plus facilement des études si leurs résultats s’avèrent « significatifs » que s’ils ne le sont pas. Mais rappelons-nous que « significatif » veut juste dire qu’il y a 5 % de chances que l’hypothèse nulle est vraie soit vraie ! Cela aboutit à une certaine dérive : si une première équipe de chercheur·e·s parvient à publier un résultat intéressant et significatif, mais que ce résultat est en réalité ce qu’on appelle un « faux positif » (on s’est juste retrouvé dans une

de ces situations rares, mais pas impossibles où émerge une grande différence de moyennes alors que l'hypothèse nulle est vraie), une autre équipe qui cherche à répliquer l'effet, mais n'y arrive pas aura beaucoup de difficultés à publier. La conclusion tombe sous le sens : on risque une surreprésentation de faux positifs dans la littérature. En outre, le fait qu'une telle importance soit accordée à la significativité a aussi conduit certain·e·s à mettre en œuvre des pratiques permettant d'atteindre le précieux seuil de 5 %, mais qui invalident la fiabilité de leurs résultats (par exemple, s'arrêter de récolter des données dès que l'effet atteint le seuil de significativité).

Même si ces problèmes sont connus depuis longtemps, il aura fallu attendre 2011 pour en apprécier toute l'étendue à travers la découverte que des effets longuement considérés comme « évidents » s'avéraient difficiles à reproduire. Cela a mené à un certain nombre de réformes dans la discipline et à une floraison de « nouvelles pratiques de recherche » visant à améliorer la validité des savoirs diffusés dans les revues scientifiques, mais aussi dans les conférences et autres rencontres scientifiques. De ce point de vue, la psychologie sociale est à un moment particulièrement riche de son histoire eu égard à l'effervescence et à l'enthousiasme consacrés à améliorer la qualité du savoir produit dans la discipline. Parmi ces pratiques, citons le pré-enregistrement (qui consiste à annoncer publiquement l'expérience qu'on va effectuer), et plus particulièrement les rapports de réplication pré-enregistrés (dans lesquels on annonce un projet de réplication, détails méthodologiques à l'appui, et où l'article est évalué indépendamment de ses résultats avant la récolte de ceux-ci), l'augmentation des effectifs de participant·e·s (qui diminue le risque de « faux positif » et permet d'accepter l'hypothèse nulle – et pas seulement de « ne pas la rejeter »), l'usage de modèles statistiques davantage en adéquation avec la complexité des données (modèles mixtes), l'utilisation d'autres méthodes d'inférences que l'approche THN évoquée plus haut (comme l'approche bayésienne), la possibilité de rendre public l'ensemble du matériel de l'étude ainsi que les données, etc.

Détailler ces développements et expliquer leur intérêt dépasse l'ambition d'un ouvrage d'introduction comme celui-ci. On l'imagine, tous ces développements, certes salutaires et positifs, nous ont confrontés à un défi de taille en tant qu'auteurs. Nous aurions pu, comme l'ont suggéré certains,

nous contenter de rapporter les études qui, principalement depuis 2011, ont fait l'objet de réplications concluantes. Il nous semble toutefois que cette approche ne permettrait pas de remplir l'objectif principal de cet ouvrage, à savoir proposer une introduction à la discipline dans son état actuel. Or l'édifice de la discipline aujourd'hui ressemble un peu à celui d'un bâtiment qui avait pris de l'âge et qu'on a entrepris de rénover. Certains murs porteurs n'ont pas été repeints, mais constituent malgré tout le socle intellectuel de la discipline et permettent de comprendre ses développements ultérieurs. Certains résultats n'ont pas forcément été répliqués, mais ont contribué au développement des savoirs et des idées dans leur domaine et appréhender ce dernier d'une façon pertinente et compréhensible requiert de les présenter. Nous nous permettons toutefois de signaler quand des études s'écartent des standards actuels (par exemple en termes de taille d'effectif) ou ont fait l'objet de réplications infructueuses.

On l'aura compris, au terme de cette évocation, tout incite à l'optimisme. Si la psychologie sociale semble initialement avoir fait l'objet de certaines attaques, notamment de l'extérieur, lorsque ces imperfections ont été dévoilées, elle compte aujourd'hui parmi les sciences qui ouvrent la voie. Elle montre résolument l'exemple et nombre d'autres domaines de la recherche s'inspirent aujourd'hui des solutions imaginées en psychologie sociale. C'est dire l'intérêt d'aborder cette période récente et les enseignements qu'elle a permis de tirer de manière positive.

4. Quelle psychologie sociale ?

Les premières études de psychologie sociale remontent à la fin du XIX^{e} siècle en Angleterre (Triplett, 1898). Des auteurs comme Maurice Halbwachs en France ou Wilhelm Wundt en Allemagne vont, à la fin du XIX^{e} siècle et au début du XXI^{e} siècle, s'intéresser à des phénomènes psychologiques de nature collective (comme la mémoire collective). Toutefois, la discipline va se structurer principalement aux États-Unis dans les années 1920, sous l'influence de Floyd Allport (1890-1978). Celui-ci mettra l'accent sur l'idée que, de manière ultime, l'individu doit être la

préoccupation principale de la discipline. Autrement dit, ce ne sont pas les phénomènes sociaux en soi qui l'intéressent, mais la façon dont ceux-ci influencent l'individu et s'actualisent à travers celui-ci. Dans les années 1930, la discipline sera aussi fortement influencée par l'arrivée d'émigrés européens (notamment des Allemands influencés par le mouvement « Gestalt ») fuyant le nazisme. Figure de proue de cette période, Kurt Lewin (1890-1947) est sans nul doute le psychologue social qui a joué le rôle le plus important dans le développement de la psychologie sociale moderne. Pendant la Seconde Guerre mondiale, les premiers laboratoires de psychologie sociale furent financés pour soutenir l'effort de guerre américain (notamment au bénéfice des travaux pour la propagande de guerre). Cette situation permit un essor fulgurant de la discipline au sortir de la guerre et la psychologie sociale expérimentale connut un âge d'or durant les années 1950 et 1960. C'est à partir des années 1960 et surtout 1970 que la discipline va refleurir en Europe sous l'influence de figures emblématiques comme Henri Tajfel (l'auteur de la théorie de l'identité sociale) et Serge Moscovici (à travers ses travaux sur l'influence minoritaire et sur les représentations sociales). Ces deux auteurs se caractérisent par une prise de distance vis-à-vis de l'approche « allportienne ». Contrairement à Allport, ils placent le curseur sur le niveau d'analyse supérieur, non plus celui de l'individu, mais celui des relations entre groupes. Tajfel cherche à comprendre les comportements collectifs et Moscovici (notamment) la façon dont les minorités peuvent influencer les majorités ainsi que le contenu de représentations partagées au sein d'un groupe social. Tous deux ont l'espoir de cerner le phénomène de changement social. D'autres chercheur·e·s développeront des approches radicalement distinctes, auxquelles nous accorderons peu de place ici. Par exemple, en Grande-Bretagne, on verra émerger une psychologie sociale discursive, qui rejette l'idée de mettre en évidence des mécanismes généraux expliquant le comportement et privilégie une analyse fine, bien davantage inductive, des stratégies rhétoriques utilisées par les individus pour faire sens du monde social qui les entoure. Dans cette introduction à la discipline, nous offrirons par contre une place importante à la psychologie sociale « traditionnelle » telle qu'elle s'est initialement développée aux États-Unis puis internationalement en conférant une place de choix à ses développements dans les pays francophones. Ceci se justifie par l'énorme

essor qu'a connu la discipline dans ces pays, notamment sous l'influence de quelques laboratoires universitaires français, suisses et belges, mais aussi de l'Association pour la Diffusion de la Psychologie Sociale en langue Française (ADRIPS). Ce développement se fait remarquer d'un point de vue quantitatif, avec une croissance du nombre de laboratoires et de chercheur·e·s et enseignant·e·s dans ce domaine, mais s'observe également par une intégration plus grande avec le reste du monde, à travers les publications dans des revues internationales en langue anglaise.

S'il est une leçon à retenir de cette évolution historique, c'est l'importance et l'intérêt d'intégrer plusieurs niveaux d'explication pour rendre compte des phénomènes psychosociaux. Pour reprendre l'exemple des tueries de masses aux États-Unis, on peut certes expliquer celles-ci par des caractéristiques individuelles propres aux tueurs (par exemple, leurs échecs personnels ou leur niveau de psychopathie), mais il importe également de prendre en compte des phénomènes d'ordre supérieur. Les relations entre les Américains d'origine européenne et d'origine latino-américaine et, à un niveau encore plus élevé, les croyances culturellement partagées concernant l'utilisation d'armes pour « se défendre ». Il peut être tentant, comme le faisait Allport, de réduire les phénomènes supérieurs au niveau individuel, mais ce serait selon nous une erreur. Tout comme on ne peut pas comprendre un embouteillage de fin de journée par la seule composition des carrosseries des automobiles (se dire que les journées de travail se terminent à 17H est bien plus prometteur), il faut souvent invoquer des facteurs sociaux plus larges pour rendre compte du comportement individuel. Bien entendu, il est clair que des phénomènes de niveau inférieur peuvent affecter des phénomènes de niveau supérieur. Par exemple, l'existence d'un mouvement collectif amené à transformer les relations sociales entre les collectivités au sein d'un pays présuppose que chaque participant soit motivé à y prendre part. Mais l'inverse est tout aussi vrai. Ainsi, une évolution culturelle de haut niveau, la découverte de la lecture et de l'écriture, transforme profondément le cerveau des lecteurs (Dehaene, 2010), au niveau biologique intra-individuel. On doit beaucoup à la psychologie sociale européenne pour avoir mis en exergue cette interaction entre les niveaux d'explication (Doise, 1982 ; Klein, 2009).

5. Éthique

Si la recherche en psychologie sociale est aussi fascinante, c'est qu'elle touche à des conduites qui sont au cœur de ce qui fait nos relations : l'amour, la haine, l'agression, l'altruisme, le conformisme, la contestation, etc. Rien de surprenant dès lors à ce que des études qui se penchent sur ces aspects présentent un caractère qui peut s'avérer délicat. Comment étudier les facteurs qui déclenchent l'agression sans conduire des personnes à poser des actes agressifs. Cela interpelle immanquablement sur le plan éthique. Ces questions éthiques ont suscité de nombreuses polémiques. Mais même dans des cas où le comportement attendu n'est pas nécessairement problématique, une autre dimension soulève bien des interrogations. De toute évidence, les sujets humains ont des attentes par rapport aux études auxquelles ils prennent part et connaître l'objectif ou les hypothèses d'une recherche peut influencer leur comportement et rendre celle-ci inexploitable. Imaginez que vous participiez sciemment à une étude sur l'obéissance à l'autorité. Votre comportement ne serait-il pas affecté par la connaissance de l'ambition de l'étude ? Cet état de fait implique qu'il faut souvent dissimuler des informations aux gens qui prennent part aux expériences, voire créer des « mises en scène » sans les avertir pour placer les participant·e·s dans l'état d'esprit désiré. Manipuler une variable, l'essence de la méthode expérimentale, implique souvent, en psychologie sociale, de ne pas dire toute la vérité aux participant·e·s, bref de « mentir ». Nul besoin d'être philosophe pour comprendre que cela puisse heurter notre sens moral. Une option consiste à refuser toute forme de mensonge. Une position plus modérée, adoptée par la plupart des codes d'éthique de la recherche, consiste à considérer que l'utilisation de mises en scène doit être à la fois justifiée par l'intérêt des résultats de l'étude et strictement limitée à des situations dans lesquelles aucune autre solution n'est possible. Par ailleurs, toute étude doit être suivie d'un « debriefing » révélant l'intégralité de la procédure et des raisons qui ont présidé à la mise en scène. Il s'agit que les participant·e·s soient en mesure de prendre congé de l'étude en se sentant aussi bien qu'à l'entame de celle-ci. Depuis quelques années, le recours à des comités d'éthique composés non seulement de chercheur·e·s en psychologie, mais de représentant·e·s d'autres disciplines, voire de la

société civile, s'est généralisé. Ces comités doivent donner leur feu vert avant qu'une étude soit menée. Quoi qu'il en soit, sachez que vous ne manquerez pas d'être confronté·e dans les pages qui suivent, à de nombreuses études faisant appel à une forme ou l'autre de mise en scène et qui, pour des raisons qu'elles ont été réalisées en d'autres temps, se conforment à des standards éthiques devenus aujourd'hui fortement contestables.

6. Plan de l'ouvrage

Le présent ouvrage est organisé en trois grandes parties. Dans la première, la pensée sociale, nous évoquons principalement la façon dont on pense des objets sociaux et les processus qui gouvernent cette « pensée sociale ». Dans la seconde, nous nous penchons sur l'influence sociale : comment les « autres » influencent-il·elle·s nos pensées, nos attitudes, et nos comportements ? Et enfin, dans la troisième partie, nous évoquons les relations sociales en allant des relations amoureuses aux relations entre groupes. Cette division recèle naturellement une part d'arbitraire. Il est évident que des processus d'influence sociale influencent aussi bien la pensée sociale que les relations sociales et inversement. Comme vous le constaterez, les thèmes traités ne sont pas étanches et de nombreux liens peuvent être effectués entre les différentes parties de l'ouvrage. Nous espérons qu'au-delà des définitions, de la présentation de modèles théoriques et des descriptions d'études abordant ces phénomènes, la passion que nous nourrissons pour notre discipline transparaîtra et s'avèrera contagieuse.

L’essentiel

Résumé

Dans ce chapitre, nous avons évoqué l’objet de et défini la psychologie sociale ; ce premier point théorique nous a permis de mieux comprendre l’évolution de la discipline, passant rapidement de ses prémices aux évolutions les plus récentes, telle que la crise de la réplication. De la même manière, nous nous sommes également penchés sur les grandes approches qui caractérisent la psychologie sociale, ainsi que les méthodologies que les chercheurs sont amenés à employer et les manières de gérer les problématiques éthiques qu’elles suscitent.

Questions pour s’auto-évaluer

1. Imaginez que vous vous intéressiez à l’effet de l’humeur sur la tendance à acheter des objets onéreux. Comment pourriez-vous concevoir une expérience randomisée pour étudier ce phénomène ? En vos propres mots, essayez d’envisager comment on pourrait tester cette hypothèse à l’aide de la méthode du « test d’hypothèse nulle ».

2. Imaginez qu’une chaîne de télévision interroge un·e psychologue social·e afin d’éclairer les phénomènes de

panique qui a fait suite à un incendie dans une usine chimique ? En quoi sa réponse est-elle susceptible de différer de celle d'un·e psychanalyste, d'un·e sociologue, d'un journaliste ?

3. Qu'entend-on par « crise de la réplication » ? Pour vous, l'absence de réplication d'une recherche est-il un problème ? Pourquoi ?

4. Quelles tendances marquent l'histoire de la psychologie sociale depuis la fin du XIX^{e} siècle ?

5. Les expériences de psychologie sociale requièrent souvent de dissimuler la nature des hypothèses au sujet, voire de créer des mises en scène. Quel est l'intérêt de ce genre de pratique ? Dans quels cas vous semblent-elles justifiées d'un point de vue éthique ?

Lectures pour aller plus loin

En Français

Doise, W. (1986). *L'explication en psychologie sociale*. Paris: Presses Universitaires de France.

Delhomme, P., & Meyer, Th. (2002). *La recherche en psychologie sociale : Projets, méthodes et techniques*. Paris: Armand Colin.

Voir aussi le podcast « Milgram de Savoirs » (https://cescup.ulb.be/milgram-de-savoirs-podcast/) qui vous permet de suivre les débats anciens et actuels en psychologie sociale.

En Anglais

Billig, M. (1996). *Arguing and thinking: A rhetorical approach to social psychology*. Cambridge University

Press.

Dienes, Z. (2008). *Understanding psychology as a science : An introduction to scientific and statistical inference*. Londres: McMillan.

Moscovici, S., & Markova, I. (2006). *The making of modern social psychology : The hidden story of how and international social science was created*. Londres: Polity Press.

Świątkowski, W., & Dompnier, B. (2017). Replicability crisis in social psychology: Looking at the past to find new pathways for the future. *International Review of Social Psychology, 30(1),* 111-124.

Pour illustrer

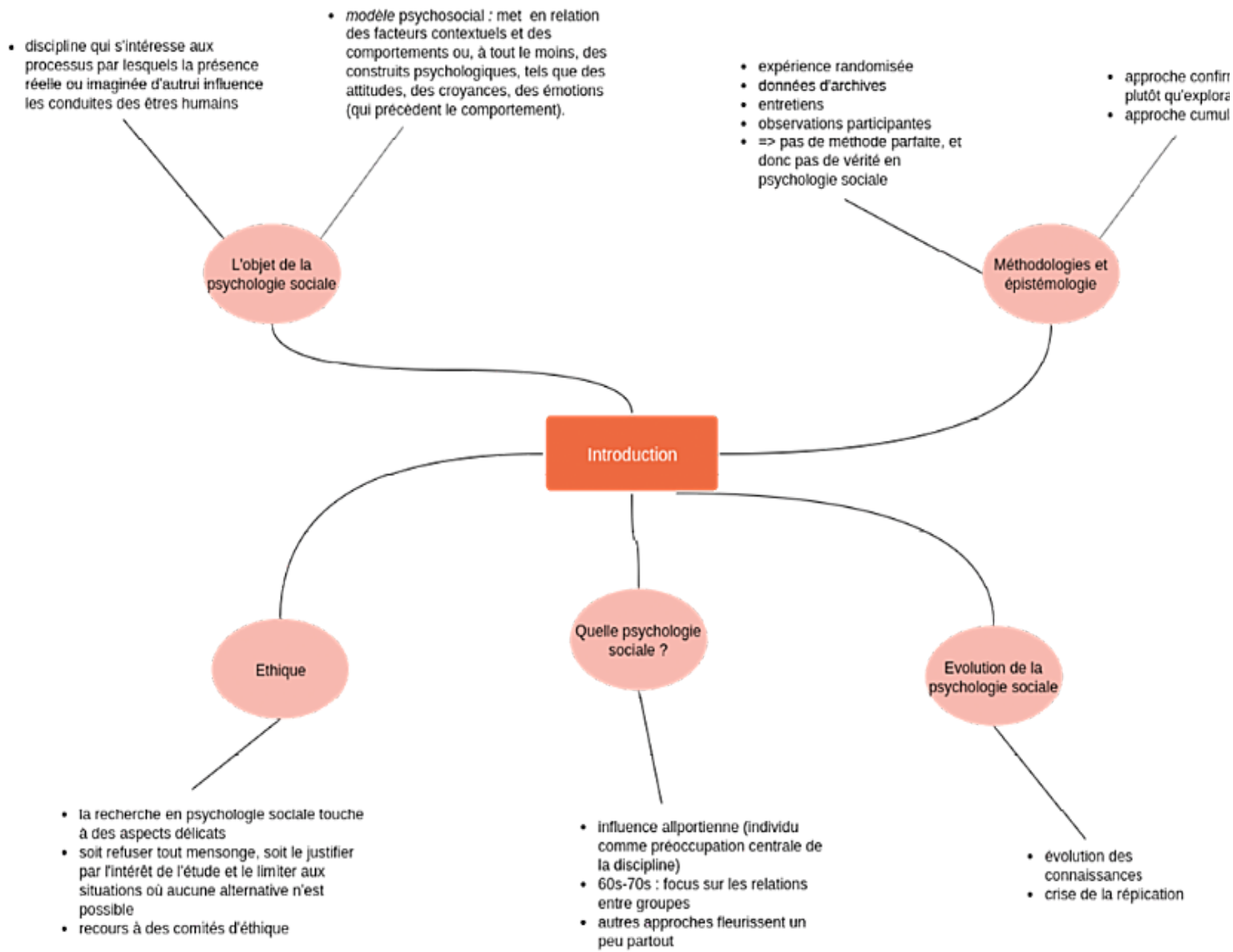
Le regard psychosocial. Entretien avec Serge Moscovici.

« Tu bois du light, t'es foutu ». Une vidéo qui permet de comprendre la logique de l'expérimentation.

« Chocolat, corrélation et moustache de chat » permet de comprendre la différence entre corrélation et causalité.

Y a-t-il une crise de la réplication en science ?

natoire
toire
ative


Introduction
L'objet de la psychologie sociale
discipline qui s'intéresse aux processus par lesquels la présence réelle ou imaginée d'autrui influence les conduites des êtres humains
modèle psychosocial : met en relation des facteurs contextuels et des comportements ou, à tout le moins, des construits psychologiques, tels que des attitudes, des croyances, des émotions (qui précèdent le comportement).
Méthodologies et épistémologie
expérience randomisée
données d'archives
entretiens
observations participantes
=> pas de méthode parfaite, et donc pas de vérité en psychologie sociale
approche confir
plutôt qu'explora
approche cumul
Ethique
la recherche en psychologie sociale touche à des aspects délicats
soit refuser tout mensonge, soit le justifier par l'intérêt de l'étude et le limiter aux situations où aucune alternative n'est possible
recours à des comités d'éthique
Quelle psychologie sociale ?
influence allportienne (individu comme préoccupation centrale de la discipline)
60s-70s : focus sur les relations entre groupes
autres approches fleurissent un peu partout
Evolution de la psychologie sociale
évolution des connaissances
crise de la répication

Chapitre 2 Le jugement social

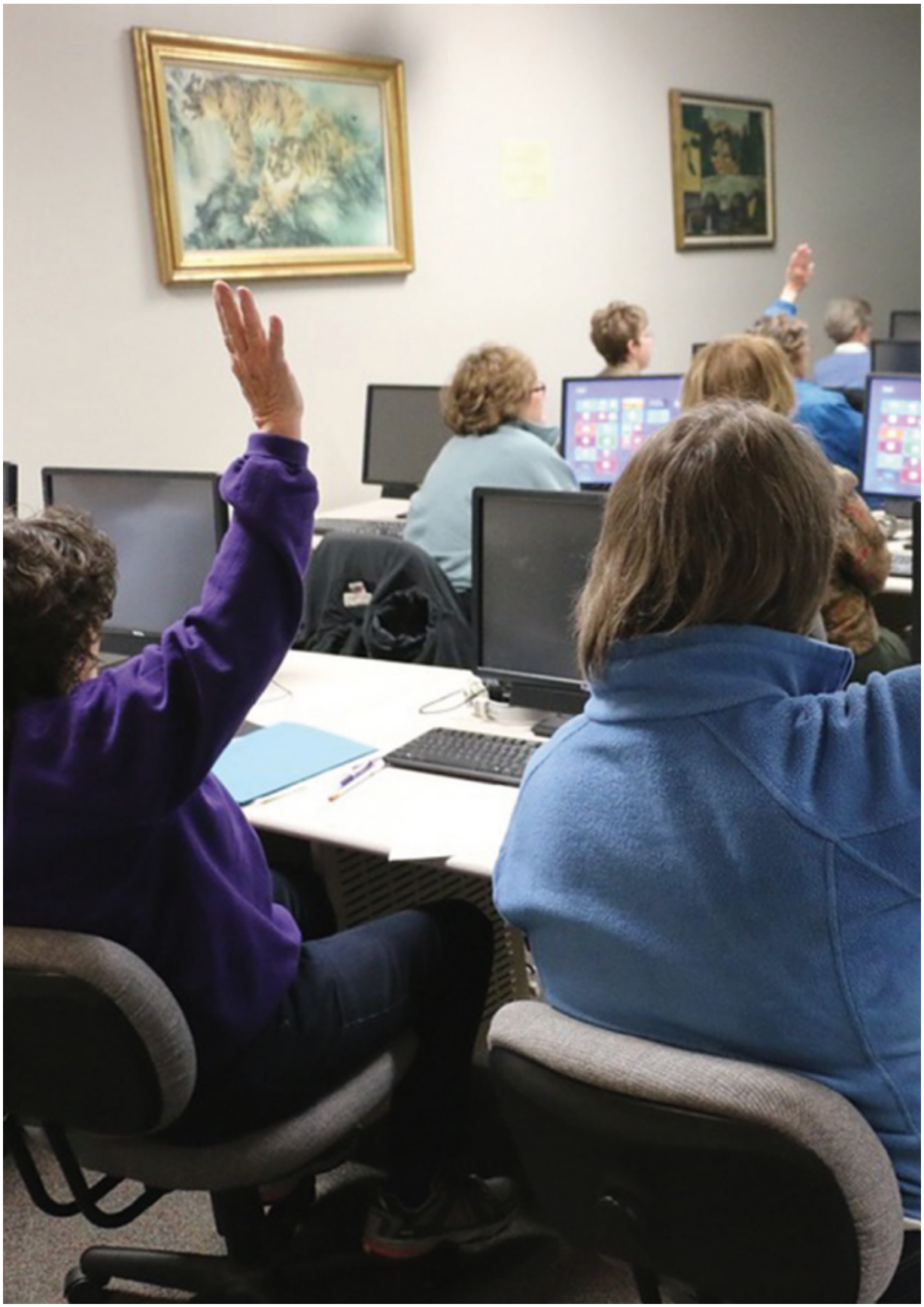
Chapitre 3 La perception des groupes

Chapitre 4 Le soi et l’identité

PARTIE

01

La pensée sociale



CHAPITRE

2

Le jugement social

Nous sommes persuadé·e·s que chacun possède une « personnalité » propre, comme les personnages que dépeint l'écrivain Jean de La Bruyère dans ses Caractères (1688). Cette conviction nous mène à envisager les personnes qui nous entourent comme prévisibles. On subodore qu'untel ne pourra résister à prononcer une blague salace en présence de notre collègue militante #Metoo alors que telle autre se lancera dans une diatribe anti-capitaliste si l'on arbore un t-shirt vantant une marque américaine. On sera persuadé que tel·le élève est incapable de réussir une épreuve de logique alors qu'un·e autre n'aura guère de soucis à apprendre le néerlandais (« elle a le don des

langues »). Peut-être ces traits ne sont-ils qu'une illusion et les régularités du comportement plus le fait des situations auxquelles les gens sont exposés que de leur nature profonde. Comment ces impressions en viennent-elles à se cristalliser dans notre esprit ? Comment s'organisent-elles ? À quoi servent-elles ? Telles sont les questions qui nous animeront dans ce chapitre.

Max déguste un morceau de chocolat et place le reste de la tablette dans le réfrigérateur. Il sort ensuite jouer dans son jardin. Sa mère passe dans la cuisine, constate que le chocolat est dans le réfrigérateur et le déplace dans une armoire. Max revient dans la cuisine pour consommer un autre bout de chocolat. Où va-t-il chercher la tablette ? Dans le réfrigérateur ou dans l'armoire ? Fournir la réponse, évidente, à cette question (inquiétez-vous si vous n'avez pas répondu « réfrigérateur »), implique que vous disposiez d'une « *théorie de l'esprit* » : vous devez inférer la vision du monde qu'a Max (ce qu'il a fait, ce qu'il a vu et ce qu'il n'a pas vu) et ses intentions. En moyenne, les enfants ne parviennent pas à fournir la bonne réponse à cette question avant cinq ans (Frith & Frith, 2005), et, de fait, les humains sont sans doute les seules créatures à être en mesure de résoudre une tâche exigeant de telles compétences… même si celles-ci vous semblent évidentes[1]. Juger autrui, imaginer sa perspective sur le monde qui l'entoure, ainsi que ses intentions sont des compétences essentielles pour un être humain. Ce sont ces compétences qui orientent la préparation d'un entretien d'embauche, d'un rendez-vous amoureux ou d'une audition au tribunal. Dans chaque cas, on adaptera ses réponses en fonction des croyances ou des préférences que l'on attribue au recruteur, à la personne aimée ou au jury. Disposer d'une théorie de l'esprit à propos d'autrui peut être une question de survie : imaginez que vous deviez vous dissimuler pour échapper à un agresseur. Anticiper l'endroit où ce dernier risque de vous débusquer est crucial pour choisir la bonne cachette. Dans ce chapitre, nous nous intéresserons précisément à la façon dont nous pensons et connaissons autrui, la « cognition sociale », dont la théorie de l'esprit est une facette. En psychologie sociale, deux phénomènes ont été tout particulièrement étudiés : la formation d'impression et l'explication du comportement d'autrui. Nous les considérerons tour à tour.

1. La formation d'impression

« Elle était gentille et attentionnée », disent ses amies d'école, ses anciens professeurs, ses voisins. Durant ses stages de

formation, celle qui aspirait à devenir enseignante avait établi des relations particulièrement harmonieuses avec les enfants. Les témoins de moralité s'expriment à propos de Geneviève Lhermitte, qui un an plus tôt assassina ses cinq enfants. Comment concilier le discours des témoins avec les actes monstrueux de cette femme ? C'est la tâche à laquelle a dû faire face le jury de la cour d'assises de Nivelles (Belgique) en 2008.



Solomon Asch (1907-1996).

Former une impression d'autrui n'est évidemment pas l'apanage des jurys d'assises. Juger les autres est une activité aussi courante qu'indispensable. Que l'on doive rendre compte de son expérience avec un nouveau professeur, une nouvelle collègue ou un nouvel amant, les qualificatifs liés au tempérament ou au caractère sont susceptibles de pleuvoir. Ce faisant, nous conférons une cohérence et une continuité à l'individu qui nous fait face : à l'instar de son corps, nous envisageons sa « personnalité », comme une entité stable. Plutôt que de nous apparaître comme un caméléon se métamorphosant au gré des situations, l'interlocuteur·rice nous donne le sentiment d'avoir des conduites cohérentes. Ceci nous permet de prévoir ses actions. De la personne « généreuse », nous attendons qu'elle aide son voisin âgé à tailler sa haie, mais aussi qu'elle cède quelques pièces de monnaie au sans-abri croisé dans la rue. De la personne « rancunière », nous ne nous étonnons guère qu'elle fasse grief à son ami d'un « lapin » posé il y a deux ans ou qu'elle ne souhaite plus voir une cousine qui a oublié son anniversaire. Mais comment notre esprit organise-t-il l'ensemble des traits qu'il attribue à ses congénères pour former une impression globale ? C'est la question qui préoccupa Solomon Asch (1907-1996), un des pionniers de la cognition sociale.

Asch (1952) envisage deux modèles d'organisation de l'impression d'autrui. Selon un premier modèle, « additif », nos impressions correspondraient à la somme des traits de personnalité que nous attribuons à une personne. Asch privilégie une approche alternative, inspirée par son adhésion à la psychologie de la forme, ou *Gestalt theorie*. Les tenants de ce courant, né en Allemagne durant l'entre-deux-guerres, s'intéressaient à la perception visuelle. Ils cherchaient à montrer que l'esprit humain ne se contente pas d'assimiler des stimuli passivement, mais s'efforce plutôt de conférer une cohérence à ceux-ci, associant des éléments apparaissant comme distincts. Notre système perceptif va même parfois jusqu'à percevoir des stimuli absents lorsque ceux-ci permettent de rétablir une cohérence. C'est le cas, par exemple, de l'image présentée en figure 2.1. On ne peut s'empêcher de percevoir deux triangles superposés alors que cette figure ne comporte aucun côté continu. Quel rapport avec la formation d'impression ? Asch postule que nous procédons d'une façon très similaire lorsque nous percevons autrui.

Selon Asch, l'ensemble de traits de personnalité qui constituent notre impression d'autrui seraient reliés entre eux. Le sens d'un trait dépendrait des autres traits que l'on attribue à une personne tout comme un « camembert » de la figure 2.1 est interprété comme le côté d'un triangle en raison des autres éléments de la figure. Par exemple, lorsqu'on sait qu'une personne est « compétente » et « rapide », on ne lui confère pas le même type de rapidité que lorsqu'on sait qu'elle est « maladroite » et « rapide ». La première correspond à une efficacité fluide alors que la seconde semble relever de l'empressement. Non seulement nous établissons des liens entre les traits, mais nous inférons aussi l'existence de nouveaux traits. Par exemple, nous attendons davantage d'une personne « chaleureuse » qu'elle soit heureuse et ait le sens de l'humour que d'une personne « froide ». Cette inférence s'insère dans une *théorie implicite de la personnalité* (TIP), c'est-à-dire un ensemble de croyances concernant les liens qui unissent certains traits de personnalité. Par exemple, l'idée que les gens ambitieux sont plus souvent froids que chaleureux (parce qu'ils se préoccupent uniquement de leurs intérêts propres sans se soucier d'autrui) relève d'une TIP.

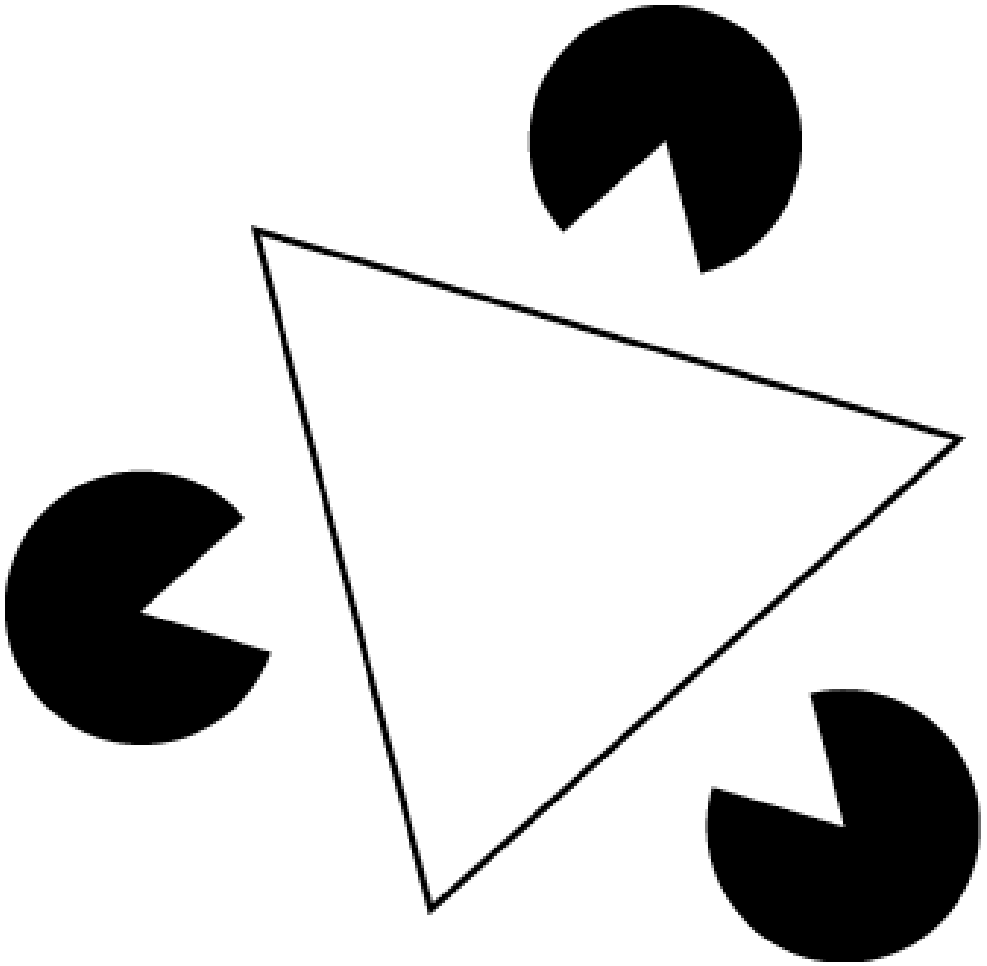


Figure 2.1 Illusion montrant l’impact des « gestalt »

Asch a mis ces idées à l’épreuve dans une série d’expériences devenues célèbres. Il y invitait un groupe d’étudiant·e·s à lire une série de traits supposés décrire une personne. Il s’agissait ensuite de rapporter leur impression par écrit et de répondre à une série de questions à son sujet et, singulièrement, quels autres traits la caractérisaient. Asch révèle du coup plusieurs effets conformes à son approche :

Le premier est l’effet de *centralité*. Considérons par exemple les deux listes de traits supposés suivantes, chacune, représentant une personne :

A. Intelligent / Compétent / Travailleur/ *Chaleureux* / Déterminé / Pragmatique / Prudent

B. Intelligent / Compétent / Travailleur/ *Froid* / Déterminé / Pragmatique / Prudent

L’une des listes est présentée à un premier groupe d’étudiant·e·s, l’autre à un second groupe. Les deux groupes attribuent des traits très différents à la personne décrite. Ainsi, la personne A est-elle jugée comme plus généreuse, sage et heureuse que la personne B. Et pourtant un seul trait (chaleureux) a changé dans la liste (voir, pour chaque trait, les deux premières « barres » de la figure 2.2). D’autres couples de traits ne produisent pas un effet aussi radical. C’est le cas par exemple du couple « poli/bourru ». Alors que la chaleur constitue un trait « central » dans cette liste, invitant de nombreuses inférences sur base des TIP dans lesquelles elle s’insère, la « politesse » constituerait un trait davantage « périphérique ». Elle nous renseigne beaucoup moins sur le reste de sa personnalité.

Un second effet est lié à l’ordre de présentation des traits : la même liste de traits n’est pas interprétée de la même façon selon l’ordre dans lequel les traits sont présentés. Une personne intelligente dont on apprend ensuite qu’elle est de nature jalouse n’est pas perçue de la même façon qu’une personne jalouse dont on apprend ensuite qu’elle est intelligente : ainsi, la première de ces deux personnes est perçue comme plus généreuse, heureuse et sociable (voir pour chaque trait les deux dernières barres de la figure 2.2) que la deuxième. Le premier trait devient le fondement d’une impression qui orchestre la façon dont s’intègrent les autres traits : c’est *l’effet de « primauté »*. Chaque nouvelle information est interprétée, et filtrée, à la lumière de celles qui précèdent de telle sorte qu’un même trait ou comportement pourra être perçu de façon très différente en fonction de l’ébauche d’impression qui s’est déjà formée (Brown, 1986 ; Hamilton & Zanna, 1974). Par exemple, un même comportement pourra être perçu comme chaleureux ou hypocrite selon que vous sachiez ou non que son auteur·e cherche à s’attirer vos faveurs. On peut expliquer l’effet de primauté par le fait que les premiers traits présentés sont plus informatifs que les suivants : au moment où on découvre les premières informations on ne sait rien de la personne décrite. Ces traits attirent donc davantage notre attention et colorent l’interprétation des traits qui les suivent. L’effet de primauté explique qu’il soit souvent difficile de se départir de nos premières impressions.

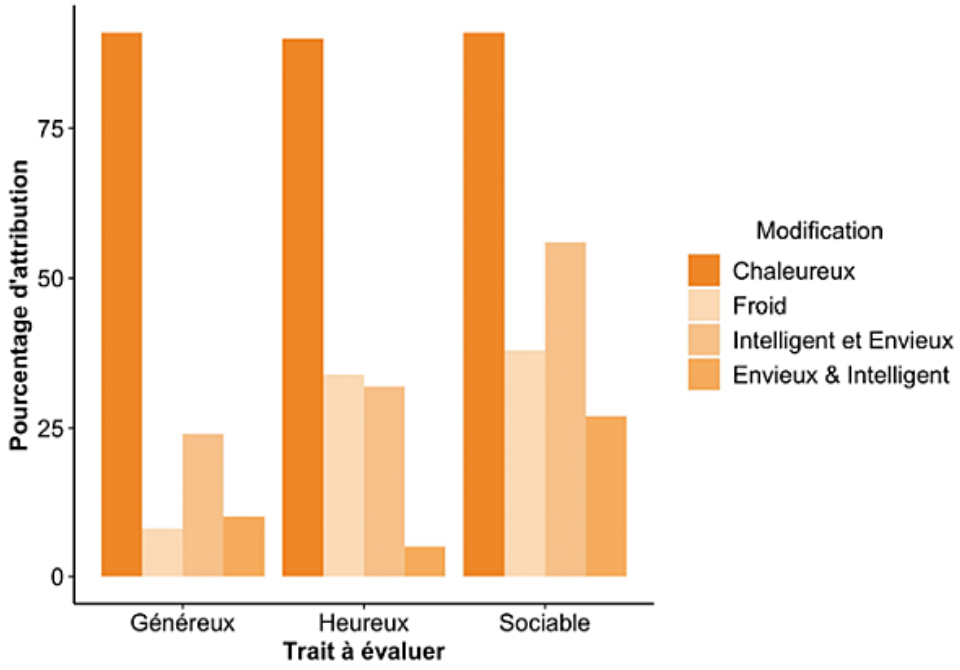


Figure 2.2 Pourcentage d'attribution des traits à évaluer en fonction des modifications dans la liste (d'après Asch, 1952)

1.1. Deux dimensions de la formation d'impression

À première vue, la valence des informations joue un rôle prépondérant dans la formation d'impression. Outre le fait que les travaux de Rosenberg et ses collègues (1968) suggèrent que certaines de ces TIP sont partagées socialement, ces auteurs vont aussi innover et dévoiler que la valence n'est pas la seule dimension en jeu. Ils ont soumis une liste de 64 traits de personnalité à des étudiant·e·s et leur ont demandé de classer ceux-ci comme bon leur semblait, mais en regroupant les traits qui, à leur avis, allaient ensemble et/ou tombaient dans la même catégorie. À l'aide d'une technique statistique assez complexe[2], ils ont pu synthétiser les classements de l'ensemble des réponses et constater que les regroupements s'organisaient selon deux dimensions principales. D'un côté, des traits comme « intelligent », « travailleur », « persistant » tendaient à apparaître ensemble. Sur l'autre dimension, on retrouve des traits comme « chaleureux », « sociable », « heureux » qui, eux, aussi étaient attribués de concert. Dans les deux cas, ces dimensions avaient un pôle plus négatif : pour la première, des traits comme « bête » (*foolish*), « frivole », « peu intelligent ». Pour la seconde, on trouve des traits comme « asocial », « impopulaire ». Ces

travaux suggèrent donc que deux dimensions organisent la façon dont on perçoit les traits de personnalité d'autrui. Ces deux « axes » sont représentés sur la figure 2.3, qui reprend les résultats de l'analyse de Rosenberg et collègues. L'un relève très généralement de la compétence, l'autre de la chaleur (sociabilité). L'accord marqué quant à la nature des traits qui « vont ensemble » indique l'existence de TIP partagées socialement.

Ce résultat permet en outre d'expliquer le rôle que joue le trait « chaleureux » dans la liste A évoquée plus haut. En effet, c'est le seul trait de la liste qui relève de la dimension de chaleur et il en est une incarnation forte. Les autres « intelligent », « compétent », « travailleur », « déterminé », « pragmatique » et « prudent » relèvent tous de la dimension compétence. Le trait « chaleureux » est donc beaucoup plus informatif que les autres et le remplacer modifie radicalement l'impression. Le caractère central du trait « chaleureux » est donc fonction des autres traits présentés : si tous ceux-ci avaient relevé également de la chaleur, nul doute qu'il aurait été moins déterminant.

La distinction entre ces deux dimensions fondamentales du jugement d'autrui a été observée de façon récurrente dans de nombreuses populations, jusqu'à être qualifiée de fondamentale (Judd, James-Hawkins, Yzerbyt, & Kashima, 2005) voire d'universelle par certain·e·s auteur·e·s (Fiske, Cuddy, & Glick, 2007). Selon l'hypothèse de la « primauté de la chaleur » (Fiske et al., 2002, 2007), le jugement de chaleur est le premier, et le plus important, que nous formulons lorsque nous faisons face à un inconnu. Ce jugement permet d'établir les intentions d'autrui à notre égard : me veut-il·elle du bien ou du mal ? Dans un second temps intervient le jugement de compétence, qui revient à établir si l'autre « a les moyens de ses ambitions ». Est-il·elle en mesure de mettre en œuvre ses intentions à mon égard ? Constitue-t-il·elle une réelle menace dans l'éventualité ou il·elle est mal intentionné·e ? La combinaison de ces deux dimensions donne lieu à quatre catégories de jugements représentées de façon humoristique par Matt Groening, l'auteur des *Simpson* (cf. figure 2.4).

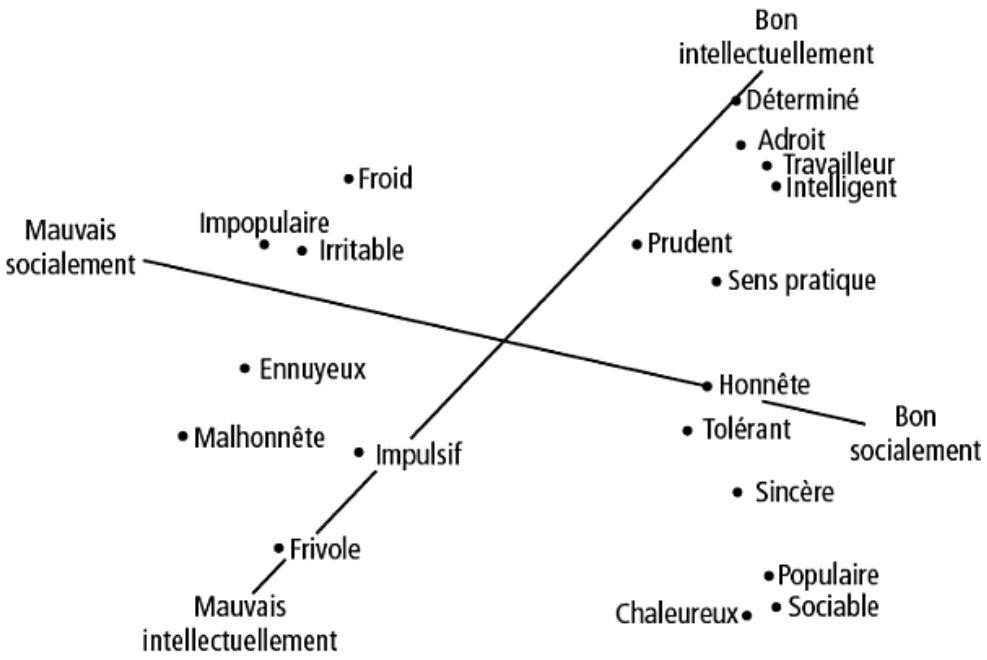


Figure 2.3 Espace multidimensionnel reprenant les différents traits et les dimensions sous-jacentes
dans l'étude de Rosenberg et collègues (1968)

Admettons que vous sachiez que Gontrand est particulièrement chaleureux. Y a-t-il plus de chances que vous le perceviez comme très travailleur ou comme très fantasque ? En toute logique, si les deux dimensions mises en évidence par Rosenberg et ses collaborateurs étaient totalement indépendantes, on ne pourrait pas répondre à cette question. Un jugement sur une dimension ne serait pas lié à un jugement sur l'autre. Or, de nombreux travaux sur la formation d'impression révèlent l'existence d'un effet de *halo*. Le fait d'avoir une impression favorable à propos d'un trait psychologique sur une dimension nous conduit à attribuer à la personne jugée des traits favorables sur l'autre dimension. Nous parierions donc que vous percevrez Gontrand comme plutôt travailleur que fantasque. Donc, même si nous avons tendance à faire des inférences plus fortes sur la même dimension (se dire que quelqu'un d'intelligent doit être travailleur), nous sommes malgré tout susceptibles de juger de la position d'une personne sur une dimension à partir de sa position sur l'autre dimension. Cette relation est concrétisée dans le fait que les deux dimensions présentées dans la figure 2.3 sont malgré tout corrélées positivement, comme en témoigne l'angle aigu des pôles positifs. Dans l'art chrétien, les saints sont souvent

représentés entourés d'une lueur circulaire. La valeur d'une personne sur une dimension l'illuminait sur toutes les autres.

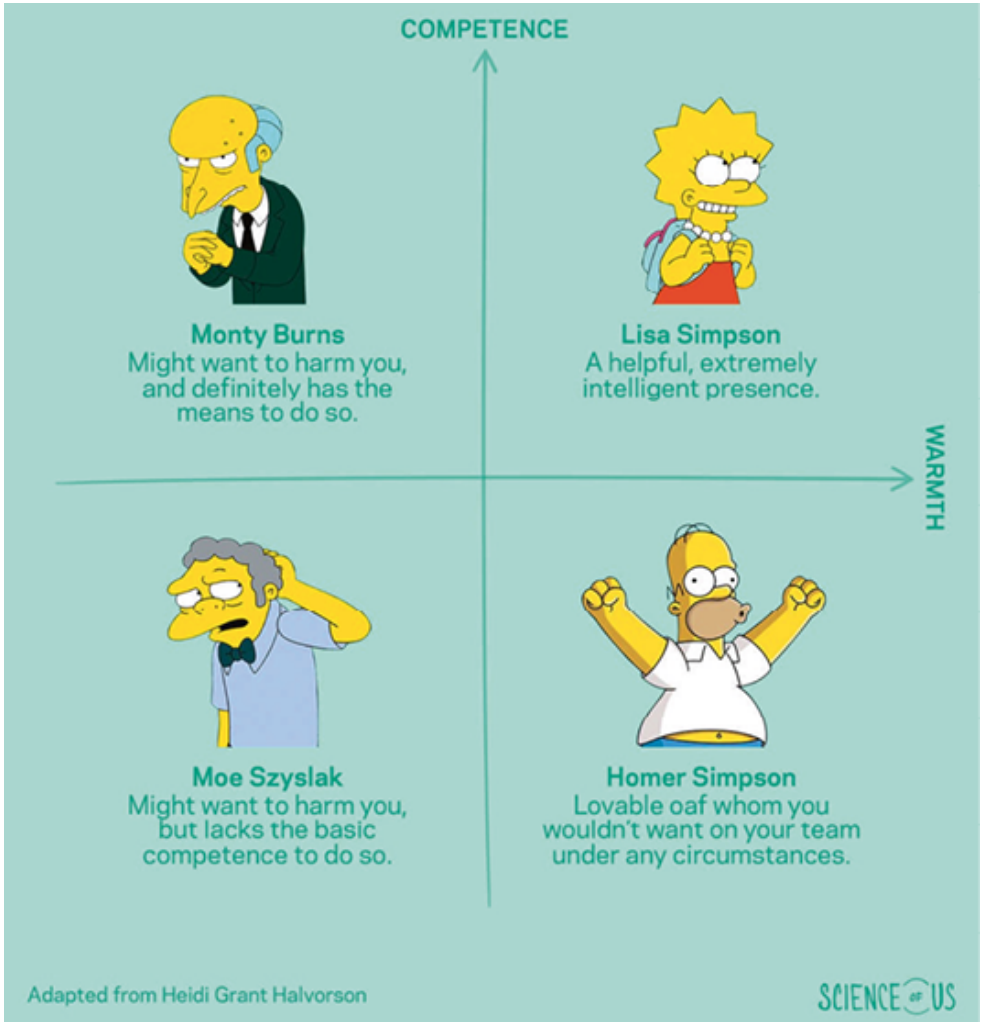


Figure 2.4 Les premières impressions dans l'univers des Simpsons

Il est bien sûr possible de pousser plus avant le travail de découpage de ces dimensions et rendre justice à certaines nuances dans les impressions (Abele et al., 2008, 2016). Ainsi, il est clair aujourd'hui que la dimension de compétence peut se décliner en deux sous-dimensions, deux facettes, à savoir la capacité et l'assertivité (Carrier, Rohmer, & Louvet, 2014). De même, la dimension de chaleur recouvre les aspects de sociabilité et de moralité (Ellemers, 2017 ; Leach, Ellemers, & Barretto, 2007 ; Carrier et al., 2019).

1.2. De la confirmation d’hypothèses aux prédictions créatrices

Vous voilà à une réunion de famille en présence du nouveau compagnon de votre cousine, Stanislas, un analyste financier dont on vous a par ailleurs informé qu’il était particulièrement hautain. Vous vous retrouvez seul·e avec lui et entamez une conversation sur vos hobbies respectifs : l’ornithologie en ce qui vous concerne alors que lui affirme aimer le golf. Les informations éparses dont vous disposez à son égard ne manqueront pas de colorer votre interprétation de son comportement. Par exemple, s’il se montre relativement peu loquace, vous serez sans doute amené·e à y voir une confirmation de son caractère hautain, plutôt que d’y voir de la timidité. De même, le fait qu’il aime le golf vous semble parfaitement compatible avec l’idée que vous commencez à vous faire de lui comme étant un parvenu arriviste. Qu’il admette ensuite n’être qu’un golfeur médiocre ne remet pas en question votre vision de sa personnalité. Au contraire, vous y voyez de la fausse modestie. À travers cet exemple, nous voyons opérer un phénomène bien connu : le *biais de confirmation*. Les gens sont davantage attentifs aux informations qui confirment leurs hypothèses à propos d’autrui qu’à celles qui les infirment et ils sont enclins à interpréter des informations ambigües de façon cohérente avec ces hypothèses. On peut du reste voir l’effet de primauté comme un cas particulier de ce phénomène : les premiers traits amènent à formuler des hypothèses à propos de la cible. On interprète les traits ultérieurs en accord avec ces hypothèses initiales.

Non seulement le biais de confirmation influence-t-il l’impression que les gens se font d’autrui, mais il influence également la façon dont on interagit avec la cible. Reprenons l’exemple de Stanislas. Imaginez que vous ayez le choix entre lui poser une question permettant de mettre en valeur son respect d’autrui (par exemple, « quelles sont les œuvres caritatives qui t’inspirent le plus ? ») ou une autre lui permettant d’exalter son supposé sentiment de supériorité (par exemple, « quel est le plus beau contrat que tu aies décroché ? »). Des études dans lesquelles on place les participant·e·s dans une situation analogue montrent que les gens privilégient souvent la seconde option, c’est-à-dire à poser des questions qui appellent des réponses confirmatoires. Ainsi, la figure 2.5 rapporte les résultats d’une

expérience (Snyder & Swann,1978) dans lesquelles les sujets étaient invités à poser des questions à un inconnu afin d'évaluer sa personnalité. On y voit que des personnes invitées à tester l'hypothèse selon laquelle un inconnu est « introverti » posent bien plus de questions permettant au questionné de manifester des comportements indicatifs de l'introversion qu'un autre groupe de personnes invitées à tester l'hypothèse selon laquelle le questionné est extraverti. L'inverse s'observe pour les questions invitant à confirmer leur extraversion. En d'autres termes, dans chaque cas, les participant·e·s semblent privilégier une stratégie confirmatoire.

Cette stratégie n'est pas forcément la plus rationnelle : en effet, des informations *réfutant* nos hypothèses sont souvent bien plus pertinentes pour effectuer des inférences correctes que des informations les confirmant. Pour reprendre l'exemple choisi par l'éminent philosophe des sciences Karl Popper, il suffit d'un cygne noir pour réfuter l'hypothèse que « tous les cygnes sont blancs » alors que voir de nombreux cygnes blancs s'avère en fait non pertinent.

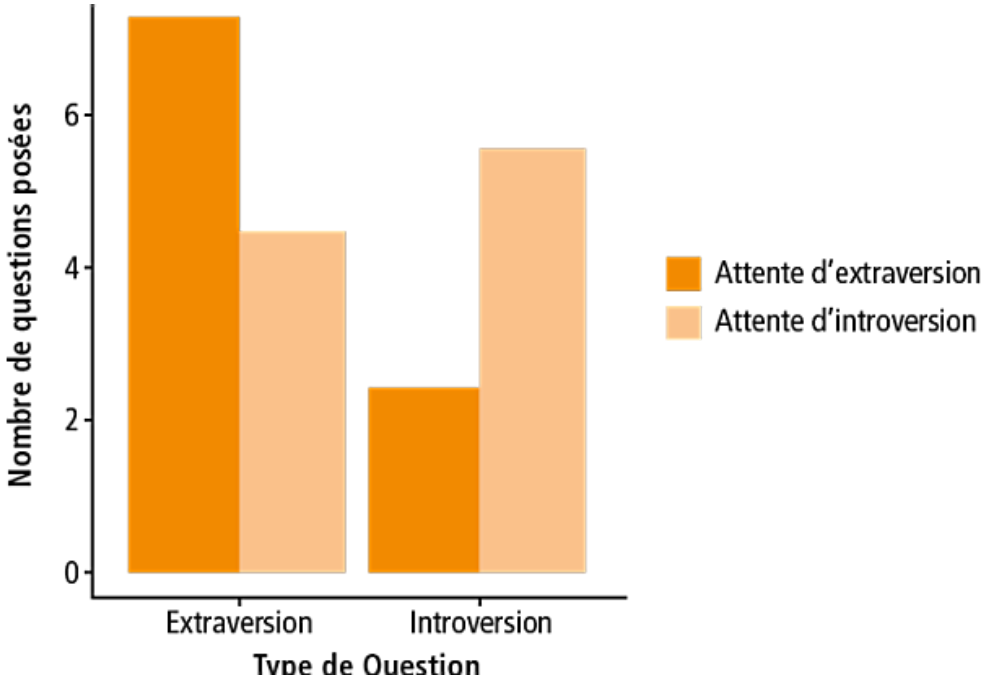


Figure 2.5. Nombre de questions posées en fonction de leur type et de l'attente d'extraversion ou d'introversion (d'après Snyder & Swann, 1978)

On voit donc que le biais de confirmation peut conduire à susciter chez l'autre un comportement qui va dans le sens de l'hypothèse initiale. C'est ce

qu’on appelle la *confirmation comportementale*. Mark Snyder et ses collègues ont mis ce phénomène en évidence à travers plusieurs expériences (Snyder, 1992). Le scénario est toujours le même : un·e participant·e (l’observateur·rice) s’attendait à interagir avec un autre individu (la cible) et recevait de l’information à propos de la cible juste avant l’interaction. Dans plusieurs études (Snyder & Swann, 1978), celle-ci pouvait être décrite comme introvertie ou extravertie selon la condition expérimentale. Dans une autre expérience, Snyder, Tanke et Berscheid (1977) ont exploité le fait que la beauté est souvent associée à des attentes d’extraversion. Des participants masculins se voyaient présenter une photo d’une jeune femme plus ou moins jolie selon la condition et supposée représenter la cible. En réalité, cette manipulation expérimentale était indépendante des caractéristiques « réelles » de la cible. On enregistrait la conversation (réalisée par téléphone pendant une dizaine de minutes) et des juges indépendants évaluaient la personnalité de la cible sur base de la seule piste audio correspondant à cette dernière. On remarque plusieurs phénomènes intéressants : le premier est la confirmation perceptive. Il s’agit du fait que l’impression d’extraversion de la cible qui se dégage chez les observateur·rice·s à l’issue de l’interaction tend à se conformer à celle qui est induite par la manipulation expérimentale. Mais surtout, la cible est également perçue de cette façon par les juges. Ceci ne peut s’expliquer que par le fait que le comportement de l’observateur·rice a *induit* chez la cible des comportements cohérents, et ce, notamment, à travers des questions « confirmatoires ». Cette stratégie d’interaction répond à deux types de motivations selon Snyder (1992). D’une part, la motivation à *connaître* la cible (ou motivation *épistémique*). À tort, les observateur·rice·s verraient une stratégie confirmatoire comme plus prometteuse à cet égard qu’une stratégie infirmatoire. D’autre part, la motivation à tisser une relation avec la cible (Dardenne, Leyens, & Yzerbyt, 1997). En effet, poser des questions confirmatoires contribuerait à tisser une conversation harmonieuse, car en phase avec l’image que l’on se fait de la personne. Imaginez que vous demandiez à une personne dont vous pensez qu’elle est très à gauche si elle apprécie Donald Trump (une stratégie « infirmatoire »). Une telle initiative est bien plus susceptible de susciter son courroux (et d’entamer son désir de vous fréquenter) que de lui demander si elle apprécie Daniel Cohn-Bendit. Bien entendu, il arrive que les hypothèses sur autrui soient non seulement

infondées, mais qu'elles s'avèrent aussi fausses. Lorsque les suppositions qui sont faites amènent à susciter un comportement cohérent avec ces prédictions, la confirmation comportementale prend alors la forme d'une *prédiction créatrice*.

Ce type de phénomène n'est pas limité aux relations sociales entre inconnus. Rosenthal et Jacobson (1971) ont ainsi suggéré que les attentes des professeur·e·s à propos des compétences de leurs élèves pouvaient influencer leurs performances, un phénomène qu'ils ont baptisé *effet Pygmalion*. De cette observation, certain·e·s tireront la conclusion qu'il suffit d'avoir une totale confiance dans le potentiel de ses élèves pour que celui-ci s'actualise. C'est sans doute aller un peu vite en besogne. De fait, l'ampleur de l'effet Pygmalion a été remise en cause par Jussim et Eccles (1992). Ce chercheur a mis en évidence que les attentes des professeur·e·s sont rarement infondées. Elles sont basées sur les performances antérieures. Si on prend en compte ces éléments objectifs, les attentes de l'enseignant·e exercent finalement une influence assez faible sur la performance. C'est donc principalement parce qu'il·elle·s ont une connaissance avertie des élèves, et non pas tant parce qu'il·elle·s induisent chez eux des comportements correspondant à des croyances sorties de nulle part, que les attentes des professeur·e·s en début d'année sont liées à la performance de leurs élèves en fin d'année, même si ces dernières jouent un rôle (Jussim, 2012).

1.3. Le biais de négativité

Imaginons que vous connaissiez deux informations à propos d'une figure politique : vous savez d'une part qu'il a donné beaucoup d'argent à une œuvre caritative et vous savez d'autre part qu'il a trompé sa femme. Quelle information marquera davantage votre jugement ? Selon des travaux menés sur des échantillons représentatifs d'électeur·rice·s américain·e·s (J. Klein, 1991), les qualités que le candidat ne possède *pas* plutôt que celles qu'il possède prédisent mieux le vote pour un des deux candidats aux élections présidentielles américaines. Ainsi, le fait qu'un·e candidat·e soit perçu·e comme « fort·e » ou une « source d'inspiration » est moins susceptible d'amener les électeurs à voter pour cette personne que le fait que son adversaire soit jugé·e négativement sur ces aspects. Lorsqu'on dispose

d’informations favorables et défavorables à propos d’autrui, les informations négatives ont un effet particulièrement déterminant sur les jugements (Fiske, 1980). Ce phénomène ne se limite pas à la formation d’impression (Baumeister, Bratslavsky, Finkenauer, & Vohs, 2001). Par exemple, nos émotions face à des stimuli négatifs sont plus fortes que nos réactions face à des stimuli positifs ; notre attention se porte plus aisément sur des stimuli négatifs (une mygale) que positifs (une crème glacée), etc. Dans le domaine de la formation d’impression, cela s’expliquerait par le *pouvoir diagnostique des traits.* Que faut-il entendre par là ? Les comportements valorisés socialement sont plus fréquents que les comportements dévalorisés socialement : même le menteur le plus éhonté dit sans doute plus souvent la vérité que des mensonges. Ceci peut s’expliquer par des facteurs normatifs, car il est bien vu d’être généreux·euse, honnête, intelligent·e… Donc, la personne qui se comporte de façon honnête ou généreuse ne possède pas forcément ces qualités. En revanche, lorsqu’une personne se comporte de façon malhonnête, il est plus probable qu’elle le soit réellement car, ce faisant, elle ternit son image. Son comportement nous permet donc d’opérer une inférence beaucoup plus sûre par rapport à sa générosité ou son honnêteté. Pour tester l’influence du pouvoir diagnostique plus important des traits négatifs que positifs sur la formation d’impression, Skowronski et Carlston (1987) ont présenté à leurs participant·e·s des comportements qui, bien que connotés favorablement, sont très diagnostiques (par exemple, être en mesure de parler sept langues témoigne de dons particuliers pour les langues). Dans ce cas, le biais de négativité disparaissait. Autrement dit, si les informations négatives sont plus déterminantes, c’est parce qu’en général, elles sont plus diagnostiques. Remarquons toutefois que cela dépend de la dimension jugée. Les comportements positifs seraient plus diagnostiques pour la dimension de compétence (Reeder & Brewer, 1979) : on peut feindre d’être aussi honnête que mère Theresa, on peut plus difficilement faire semblant de savoir parler sept langues.

Un autre facteur qui rend les informations négatives particulièrement prégnantes réside dans la façon dont nous régulons nos interactions sociales (Denrell, 2005). De fait, lorsque nous sommes en présence d’une personne qui nous laisse une impression défavorable, nous sommes moins

susceptibles de continuer à la voir ou à interagir avec elle. Du coup, notre impression de cette personne est moins susceptible de se modifier que si elle était initialement positive.

1.4. L'inférence spontanée de traits

Vous faites la file pour entrer dans un métro. Une personne vous bouscule, vous dépasse et rentre dans le véhicule juste avant que les portes se ferment. Vous jugerez sans doute très négativement cet individu : impoli, rustre, violent.

Dans les études de Asch, les participant·e·s sont confronté·e·s à des listes de traits. Le plus souvent, les impressions ne se forment pas directement sur base de traits. Comme dans l'exemple du métro, c'est souvent à partir de comportements que l'on attribue des traits à la personne jugée. Mais comment se passe cette attribution ? Doit-on opérer un raisonnement logique pour passer du comportement au trait ? Se dit-on, par exemple, que « ce comportement témoigne d'un manque de respect d'autrui ? Cette personne doit donc être très égoïste ». Dans le droit fil d'une riche tradition de recherche que nous examinons plus en détail dans la section suivante, les travaux menés sous la houlette de James Uleman indiquent qu'il n'en est rien. Cet auteur a montré que lorsqu'il·elle·s sont confrontés à des comportements qui témoignent d'un trait psychologique particulier, les observateur·rice·s ne peuvent pas s'empêcher d'inférer que l'auteur·e du comportement possède bien ce trait. Ceci se vérifie même s'il·elle·s n'ont aucune intention de se former une impression de la personne. Par exemple, dans une expérience, Winter et Uleman (1984) ont présenté des phrases décrivant différents comportements. Ces comportements correspondaient à un trait. Par exemple, « La bibliothécaire porte les courses de la vieille dame » correspondait au trait « généreux ». « Le boucher écrit une lettre au rédacteur en chef à propos de la pollution » correspondait au trait « civique ». Il est important de noter que la tâche des participant·e·s ne consistait pas à se former une impression de ces personnes, mais à mémoriser les phrases. Dans un deuxième temps, les auteurs demandaient aux participant·e·s de se rappeler les phrases qui leur avaient été présentées. Pour certaines des

phrases, il·elle·s disposaient toutefois d'un indice. La nature de cet indice est au cœur de la manipulation. Il pouvait s'agir d'indices sémantiques associés aux phrases (par exemple « viande » pour le cas du boucher), de traits de personnalité (ou « indices dispositionnels ») associés aux comportements (par exemple « civique »). On mesurait ensuite la qualité du rappel.

Comme on le constate sur la figure 2.6, les participant·e·s se rappellent mieux les phrases lorsque celles-ci sont précédées par un indice sémantique associé qu'en l'absence totale d'indice. Mais la présence d'un trait facilite bien plus encore le rappel. Ce résultat suggère que, confrontés au comportement, les gens ont énormément de mal à ne pas y associer un trait, et ce même quand leur objectif n'est nullement de se former une impression de la personne concernée. Ce phénomène s'appelle l'« *inférence spontanée de traits* » et illustre à souhait l'emprise des traits sur notre rapport à autrui.

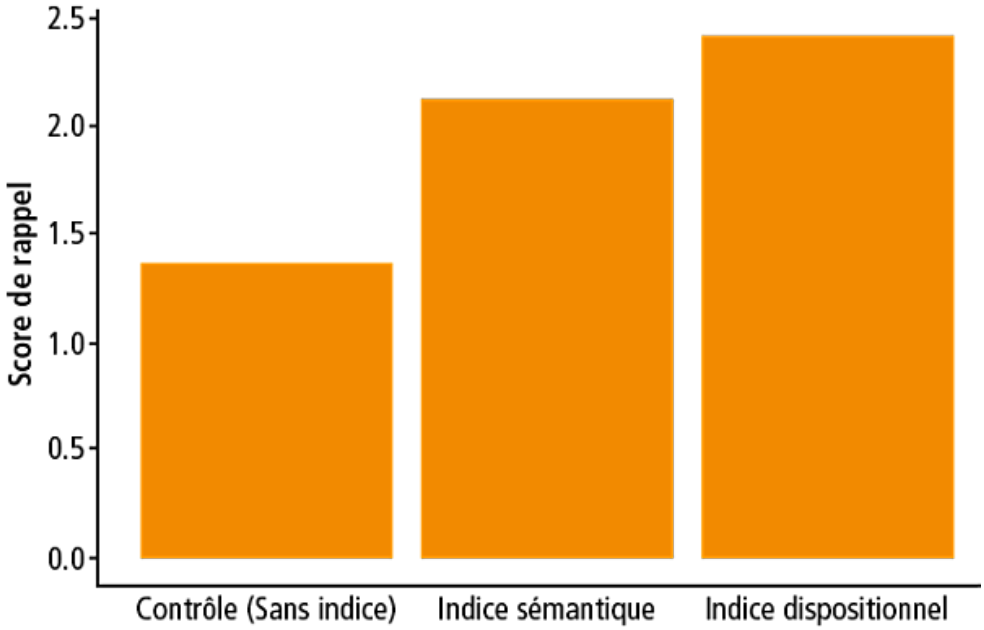


Figure 2.6. Score de rappel en fonction du type d'indice (d'après Winter & Uleman, 1984)

Combien de temps nous faut-il pour nous former une impression d'autrui ? Certain·e·s professeur·e·s se vantent par exemple de pouvoir évaluer leurs étudiant·e·s dès la première minute d'un examen oral. Se font-il·elle·s des illusions ? Janine Willis et Alexander Todorov se sont penchés sur cette question. Ils ont présenté à leurs participant·e·s (des étudiant·e·s de l'université Princeton) 70 visages d'acteurs et d'actrices et leur ont

demandé de se former une impression des personnes photographiées sur une série de traits (digne de confiance, compétent·e…). Chaque visage est présenté pendant un délai déterminé : 1/10 de seconde (à peine le temps de l'apercevoir), 1/2 seconde, ou 1 seconde. Un autre groupe de participant·e·s disposait d'un temps illimité pour contempler chaque visage. Willis et Todorov se demandent si les jugements de ces visages évoluent en fonction de la durée d'exposition à ceux-ci. La réponse est globalement négative : les jugements émis après 1/10 de seconde sur un visage sont fortement corrélés avec ceux qui sont effectués sur une durée illimitée et ce lien n'augmente pas lorsqu'on augmente la durée de présentation (cf. figure 2.7). Le trait qui affiche la plus grande stabilité est la confiance qu'inspire la personne représentée. Cela suggère que c'est un trait « central » au sens de Asch. L'importance de ce trait va également dans le sens de l'hypothèse de primauté de la chaleur. Par ailleurs, Willis et Todorov (2006) constatent que les jugements sont tous fortement liés entre eux lorsque le temps de présentation est très court, ce qui correspond à un puissant *effet de halo*. En revanche, les deux dimensions du jugement social (chaleur et compétence) évoquées précédemment émergent progressivement à mesure que le temps de présentation augmente. Disposer de davantage de temps pour jauger le visage permet donc au jugement de se raffiner et de se complexifier pour devenir bidimensionnel.

Certain·e·s chercheur·euse·s se sont penché·e·s sur la question de savoir si de tels jugements très rapides pouvaient s'avérer « exacts ». Ainsi, Ambady et Rosenthal (1993) ont-ils présenté à des étudiant·e·s des extraits de film de moins de 30 secondes montrant des enseignants en train de dispenser un cours. Il·Elle.s étaient invité·e·s à juger ces enseignants sur une série de traits tels que la compétence, l'honnêteté, ou la confiance qu'ils inspirent. Ces étudiant·e·s avaient ensuite cours pendant un semestre avec ces mêmes enseignants et devaient à nouveau les évaluer sur ces mêmes traits. On constate que le jugement n'évolue guère : après 30 secondes, le jugement du professeur semble s'être déjà cristallisé, et ce bien que la vidéo soit muette. Le comportement non verbal est donc déterminant. En l'occurrence, les sourires semblaient jouer le plus grand rôle parmi les différents comportements analysés par les auteurs. Dans une étude ultérieure, les mêmes auteurs constatent que ces jugements basés sur des « tranches fines

de comportement » (pour reprendre le terme qu'ils utilisent) prédisent même les évaluations d'enseignants par leurs chefs d'établissement…qui les ont côtoyés pendant de nombreux mois, voire plusieurs années.

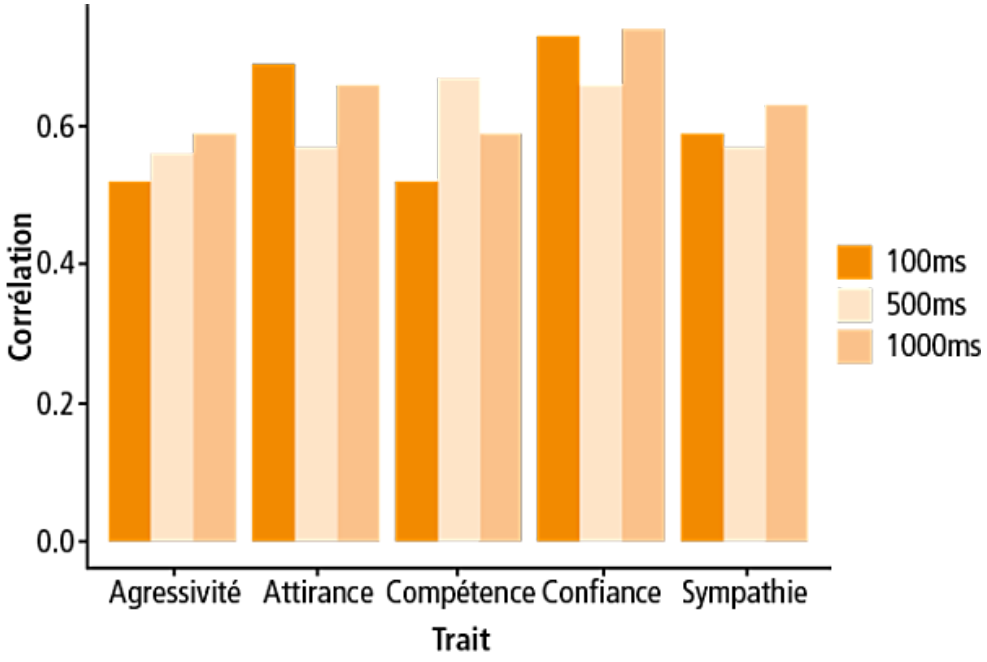


Figure 2.7. Corrélation pour les différents traits entre les jugements exprimés sur base d'un temps illimité d'observation et ceux exprimés dans les différentes conditions d'observation limitée (d'après Willis & Todorov, 2006)

1.5. Les deux vitesses de la pensée sociale

Nous avons donc constaté que nous pouvons former des impressions sans que cela ne soit notre objectif et de façon extrêmement rapide, sans effort et en ayant une conscience minimale des éléments qui guident notre impression. À rebours, nous pouvons essayer de corriger ces impressions initiales, en prenant par exemple en compte que les informations apparemment négatives dont nous disposons à propos de la personne visée sont peut-être infondées. Toutefois, cette « correction » demandera un effort beaucoup plus important : nous effectuerons celle-ci consciemment et beaucoup plus lentement. Dans le domaine du jugement, il semble bien que notre pensée puisse ainsi avoir deux « vitesses » qualifiées de système 1 et système 2 par Stanovich et West (2000). Le « système 1 » est rapide, peu gourmand en ressources cognitives, et fonctionne souvent en arrière-fond, de façon inconsciente. Il recouvre l'ensemble des processus cognitifs que

l’on qualifie d’*automatiques*. Le « système 2 » en revanche repose sur l’examen conscient et critique des informations disponibles. Il mobilise davantage de ressources cognitives et s’avère beaucoup plus lent. Il correspond à des processus *contrôlés*. Alors que les premières impressions, l’inférence spontanée de traits, ou le biais de négativité relèvent du système 1, la formation consciente d’une impression, telle par exemple qu’opérée par les membres d’un jury à propos d’une personne suspectée d’un crime, ou la correction d’une impression existante sur base de nouveaux éléments relève du système 2. Généralement, les individus auront tendance à davantage recourir au système 1 lorsque leurs ressources cognitives sont limitées, par exemple s’ils sont fatigués ou doivent effectuer d’autres tâches simultanément, ou lorsqu’ils ont d’autres intérêts immédiats. Et précisément, même les juges professionnels, qui devraient être guidés uniquement par leur système 2, peuvent se laisser emporter par le système 1. Dans une recherche menée en Israël, Danziger et al. (2011) ont ainsi pu constater qu’une cour chargée de statuer sur des décisions de libération conditionnelle s’avérait de plus en plus sévère à mesure que l’on s’approchait de la pause de midi pour redevenir plus clémente après celle-ci. La figure 2.8 montre ainsi que le nombre de mois déjà passés en prison importe beaucoup moins que l’ordre de passation : les prisonniers qui passent parmi les trois premiers d’une session d’une demi-journée ont deux à trois fois plus de chance de bénéficier d’une décision favorable que ceux qui passent parmi les trois derniers. L’appétit qui titillait les juges ainsi que la fatigue les rendaient d’autant plus susceptibles de recourir au système 1, en prenant la décision négative « par défaut ». Recourir au système 2 suppose d’élaborer consciemment une impression du prévenu, et s’avère du coup plus gourmand en termes de ressources cognitives.

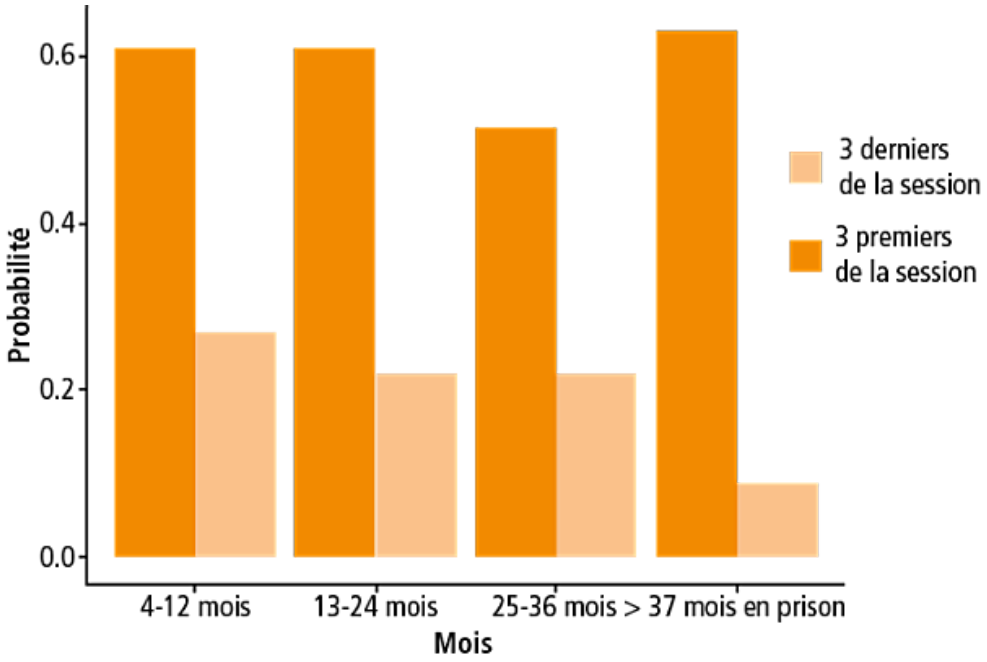


Figure 2.8. Probabilité de bénéficier d'une décision favorable en fonction du nombre de mois déjà passé en prison et de l'ordre de passation (d'après Danziger, al., 2011)

1.6. Sources des premières impressions

En psychologie sociale, les premières impressions ont souvent été étudiées sur base de descriptions verbales de comportements. Le plus souvent, nos impressions se fondent sur des indices bien plus riches et diversifiés. On a évoqué le visage et les émotions exprimées. Mais d'autres facteurs tels que l'habillement, le maquillage, la démarche, le timbre de la voix, l'odeur corporelle ou la corpulence interviennent. Notre corps et la façon dont l'utilisons, ou le parons, influencent les impressions que nous produisons chez autrui. Mais au-delà de ces stigmates que nous portons sur notre corps, nous produisons également une impression sur base des traces que nous laissons dans notre environnement. Ainsi, une équipe dirigée par Samuel Gosling (2002) a-t-elle invité des observateur·rice·s à examiner des bureaux d'employé·e·s dans une entreprise et des chambres d'étudiant·e·s. Gosling et son équipe constatent que les jugements recueillis sont étonnamment consistants. Cela révèle qu'il est possible de se former une impression partagée des lieux de vie ou de travail d'inconnu·e·s sur base uniquement de la façon dont sont organisés ces environnements. Les chercheurs ont également évalué la personnalité « réelle » de ces employé·e·s et

étudiant·e·s. De façon remarquable, les jugements des observateur·rice·s, qui n'avaient pour autre information que les photos de ces espaces, étaient fortement corrélés à la personnalité « réelle » de leurs occupant·e·s.

1.7. Décrire ou évaluer ?



Les recherches de Gosling ont montré que les jugements sur une personne sur base de l'organisation de son environnement de travail sont généralement partagés (© Sage Ross).

Les *deux dimensions de la formation d'impression* ont été au cœur d'un nombre impressionnant de travaux en psychologie sociale (Abele & Wojciszke, 2018 ; Beauvois, 1984, 1995 ; Leyens, 1983 ; Reeder & Brewer, 1979 ; Yzerbyt & Schadron, 1996) et on ne compte plus les distinctions du même acabit dans d'autres sous-disciplines des sciences psychologiques. Une lecture particulièrement fructueuse est celle de Guido Peeters (1992, 2002). Ancré dans une perspective pragmatique aux termes de laquelle la perception sociale a vocation de servir les intérêts des gens et de guider leur action, cet auteur note que les traits de personnalité peuvent bénéficier tantôt à leurs détenteur·rice·s tantôt aux partenaires de ces dernier·ère·s. De fait, des traits comme intelligent·e ou motivé·e sont au premier chef des caractéristiques qui profitent aux personnes qui les possèdent. Si votre cousin est brillant et appliqué à l'école ou un cycliste se montre persévérant dans son entraînement et perspicace dans son planning de compétition, c'est tout bénéfice pour eux. À l'inverse, si la possession d'autres aspects de personnalité se révèle intéressante ou préoccupante, c'est bien plus du point de vue de l'entourage de la personne. Ainsi, si votre oncle se montre généreux, c'est tout bénéfice pour vous. De même, l'hypocrisie du collègue de bureau est avant tout un problème pour ses collaborateur·rice·s. Comme on peut le constater, cette distinction entre ce que Peeters appelle la profitabilité pour soi et la profitabilité pour autrui s'aligne assez nettement sur la distinction entre la dimension de compétence d'une part et celle de chaleur de l'autre. De leur côté, Abele et Wojciszke (2014) considèrent que

le point de vue adopté par les percevant·e·s, selon que l'on se penche sur soi, la perspective de l'acteur·rice, ou sur autrui, la perspective de l'observateur·rice, fera en sorte que l'on s'intéressera davantage à la compétence ou à la chaleur. Vous seriez donc plus soucieux de vous savoir à flot en matière de compétence et préoccupés de la fiabilité de votre entourage que l'inverse.

Si l'on prend effectivement au sérieux l'impact des relations sociales dans la formation d'impression, une question plus radicale encore se pose. En effet, on peut être tenté·e de voir les traits attribués aux autres comme des propriétés intrinsèques de leur être et indépendants de l'observateur·rice ou du contexte social. Leur « chaleur » ou leur « intelligence » seraient situées en eux-mêmes et observables indépendamment du contexte et du regard extérieur. On pourrait même vérifier si les jugements effectués par des observateur·rice·s sur ces traits correspondent à la personnalité « réelle » de la personne telle qu'appréciée, par exemple, par un test totalement valide et objectif (ce qui constituerait du reste une gageure !). De ce point de vue, la formation d'impression est une activité *descriptive*. La description est peut-être exagérée ou incomplète, mais on peut la mettre en rapport avec une « réalité », à savoir la véritable personnalité de la personne jugée. A contrario, on peut envisager ces jugements comme évaluatifs. Par exemple, en jugeant un élève comme « intelligent », un professeur ne se contenterait pas de caractériser un trait qui lui serait propre et qui pourrait se manifester dans une multitude de contextes. Il évalue en réalité sa capacité à « réussir » dans son environnement social. Dire d'un élève qu'il est intelligent revient à affirmer qu'il « travaille bien », qu'il a de bonnes notes (voir aussi, Peabody, 1967).

Jean-Léon Beauvois et Nicole Dubois (2016) considèrent que les jugements sur la dimension de compétence sont à proprement parler des jugements d'« *utilité sociale* », l'utilité s'entendant en un sens quasi économique comme la valeur économique d'une personne. Ainsi, un élève dont les notes en mathématiques sont très faibles, mais qui est en revanche capable de jongler avec 12 quilles pourrait-il être jugé comme « stupide » parce que jongler est perçu comme beaucoup moins utile dans notre société que de réussir des problèmes d'algèbre. Par contre, les jugements sur la dimension de chaleur nous informent quant à l'opportunité de développer des relations sociales

avec la personne. Dire qu'un individu est « sympathique » ou » chaleureux » revient à affirmer qu'il possède les qualités valorisées dans une société ou un groupe donné. C'est pourquoi Beauvois et Dubois qualifient cette dimension de « *désirabilité sociale* ». Au final, aux yeux de ces chercheur·euse·s, attribuer des traits de personnalité à autrui constitue donc une activité essentiellement *évaluative*, et non pas descriptive : elle revient à dire qu'une personne est « bonne » ou « mauvaise » dans un certain type de rapport social (Cambon, 2006 ; Mignon & Mollaret, 2002 ; Mollaret & Mignon, 1996).

Une analogie permet de bien saisir cette idée : lorsqu'on évalue une viande comme « tendre » ou une plante comme « décorative », notre jugement ne se réfère pas à une caractéristique objective de l'objet ainsi désigné. Ce jugement n'a de sens que dans notre rapport à cet objet (on ne jugera pas la viande d'un animal de compagnie en termes de « tendresse »). Il en irait de même pour ce qui est des jugements émis sur les traits psychologiques d'autrui. Ces jugements dépendent de la relation de l'observateur à la personne jugée. À l'appui de leur hypothèse, Beauvois et Dubois (2000) mettent en évidence que, si de nombreux traits de personnalité sont associés en mémoire à des comportements effectués par la personne visée (« rendre un portefeuille trouvé dans la rue rue » est associé à « honnête »), ils le sont tout autant à des comportements effectués à l'égard de la personne visée (« on peut lui faire confiance » est associé à « honnête »). En d'autres termes, ces traits sont au moins autant fonction d'une relation sociale qu'indicateur (description) d'un comportement réel. Dans cette perspective, la formation d'impression est un processus cognitif qui consiste à dissocier la cible perçue des relations sociales qu'elle entretient avec l'observateur, et plus globalement de son positionnement par rapport à celui-ci. C'est là un outil puissant de légitimation des relations sociales. En voyant dans le comportement (par exemple échouer une épreuve de mathématiques) une expression de la nature profonde de son auteur (être stupide), on fait l'économie de devoir se questionner sur les dynamiques sociales qui ont produit ce comportement (des parents absents, une pédagogie inadaptée, etc.). Le chapitre suivant permettra de faire le même type de raisonnement en ce qui concerne les stéréotypes que l'on développe au sujet des groupes qui nous entourent.

Tout ceci nous amène à la question qui nous occupera dans la seconde partie de ce chapitre qui est de savoir comment on explique le comportement d'autrui.

2. Les théories de l'attribution

2.1. Des fondateurs aux premiers modèles théoriques

À y regarder de près, la vie ressemble à un parcours d'obstacles. Les gens sont confrontés une quantité impressionnante de personnes et de circonstances qui affectent le cours de leur existence. Bien connaître tout ce qui compose leur environnement, à savoir les gens, y compris eux-mêmes, et les situations, offre une voie royale pour tirer son épingle du jeu.

Fritz Heider (1958) est le premier psychologue social à s'être intéressé à la manière dont Monsieur et Madame tout le monde échafaudent une compréhension de ce qui les entoure et, en particulier, des autres personnes. Pour montrer que cette tendance à expliquer les événements est inscrite au plus profond de notre fonctionnement psychologique, lui et son collègue Simmel se sont appuyés sur les travaux du psychologue belge Michotte (Heider & Simmel, 1944). Comme on peut le voir dans la figure 2.9, Michotte avait constaté que des observateur·rice·s confronté·e·s à des mouvements de figures abstraites ne pouvaient s'empêcher d'invoquer des intentions, des envies, des sentiments pour rendre compte de la scène. Rompant avec le béhaviorisme triomphant de l'époque et en bon gestaltiste, Heider innovera en questionnant les gens ordinaires pour comprendre la manière dont ils donnent du sens à ce qui leur arrive. Il mettra l'accent sur les systèmes explicatifs de « l'homme de la rue », donnant naissance à une tradition de recherche extrêmement prolifique : la *personnologie ordinaire* (Gilbert, 1998).

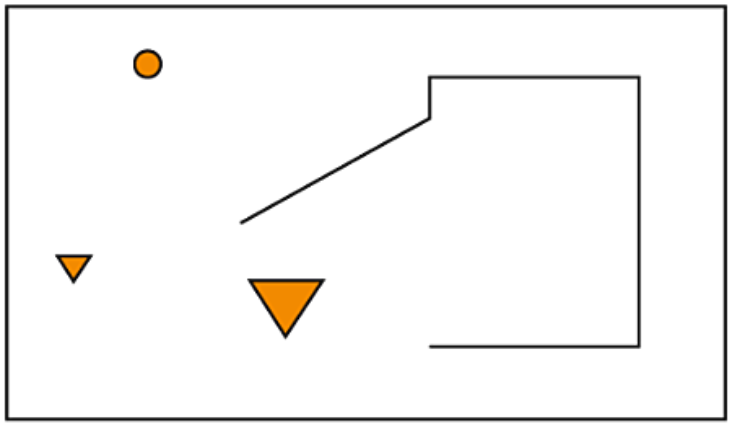


Figure 2.9. Représentation schématique des figures employées par Heider et Simmel et inspirées par Michotte

Pour orienter leur action au mieux de leurs intérêts, les gens doivent prédire les événements futurs et s'assurer un minimum de contrôle. Une bonne façon de s'assurer une telle maîtrise est de cerner l'origine du comportement des un·e·s et des autres. Décrypter les raisons qui font que les gens agissent comme ils le font est ce que les psychologues sociaux appellent l'attribution causale. Pourquoi Naomi quitte-t-elle l'amphi quelques minutes après le début du cours ? Pourquoi le collègue décroche-t-il la promotion espérée de longue date ? Naomi peut avoir reçu un message sur son smartphone qui l'informe d'une urgence familiale. Mais elle peut aussi quitter la pièce parce qu'elle se rend compte qu'elle n'assiste pas au bon cours et s'est tout simplement trompée dans son horaire. Le collègue a peut-être rempli les objectifs assignés lors de son dernier entretien d'évaluation. Il se peut aussi que les deux autres prétendants étaient des femmes et chacun sait au bureau que l'entreprise ne soutient pas franchement la diversité de genre.

Ces deux exemples illustrent les deux familles de causes - on parlera d'invariants - que les gens évoquent le plus souvent lorsqu'il s'agit de rendre compte d'un comportement : d'une part les *causes dispositionnelles* et d'autre part les *causes situationnelles*. L'humeur, les intentions, les convictions, les attitudes, les traits de personnalités sont des propriétés qui « disposent » les gens à agir d'une certaine manière. C'est parce qu'elle est distraite, mal organisée, voire un peu bête que l'étudiante se retrouve dans la mauvaise salle de cours et se voit maintenant forcée de déranger la

séance en sortant précipitamment. Mais si les dispositions sont internes et résident dans la personne, d'autres causes, externes cette fois, à savoir les circonstances, les rôles, les obligations, bref, la situation, peuvent également façonner la conduite. Il se peut ainsi qu'un soudain accroc de santé d'un parent la contraigne à rentrer d'urgence à la maison.

Selon Heider (1958), ces deux classes d'explications se situent au cœur de l'explication ordinaire des comportements. Tant les causes internes qu'externes peuvent constituer des facteurs explicatifs relativement stables, des constantes. En effet, s'il lui semble que l'entreprise est peu encourageante à l'égard des membres de groupes minoritaires, la femme qui apprend la promotion du collègue masculin au détriment de deux compétitrices fera bien de se poser la question d'une éventuelle démission face aux chances restreintes d'épanouissement professionnel sur un tel lieu de travail. Si, au contraire, elle conclut que la promotion découle des belles performances de son collègue, elle aura sans doute à cœur de s'investir davantage encore dans la réalisation des objectifs assignés.

Heider va surtout se focaliser sur les causes dispositionnelles dans la mesure où ces dernières lui apparaissent comme étant au cœur des préoccupations des observateur·rice·s. Selon lui, le comportement s'explique par une évaluation de la capacité et de la motivation de son auteur·e. La capacité prend bien entendu en compte les compétences, mais aussi les contraintes imposées par l'environnement. Quant à la motivation, elle renvoie à une combinaison des intentions de l'auteur·e du comportement et des efforts consentis. Mais on l'imagine bien, les gens n'expliquent pas avec le même empressement ou les mêmes scrupules tous les faits qu'ils croisent sur leur chemin. Agir de la sorte serait aussi épuisant qu'ingérable. En revanche, le besoin d'expliquer se fait particulièrement sentir lorsque les événements sont importants, négatifs et inattendus (Weiner, 1985) ou concernent directement les observateur·rice·s (Malle & Knobbe, 1997). Armé·e·s des premières intuitions géniales de Heider, d'autres chercheur·euse·s vont se lancer à l'assaut de questions plus précises. À cet égard, on doit les deux contributions les plus significatives à Jones et Davis (1965) et à Kelley (1967).

Le *modèle de l'inférence correspondante* de Jones et Davis (1965) préfigure les questions contemporaines sur la théorie de l'esprit. Pour ces auteurs, il s'agit d'identifier les intentions qui sous-tendent le comportement. De cette manière, on pourra mettre au jour les dispositions qui caractérisent ce dernier. Pour s'assurer du véritable mobile qui se situe au cœur du comportement de quelqu'un, il convient de cerner ce que ce comportement produit comme conséquences et que d'autres comportements ne produisent pas. C'est l'analyse des effets non communs. Imaginons par exemple qu'un étudiant complète son programme de formation à l'université en prenant un cours qui demande peu de prérequis en mathématiques et qu'il délaisse dans le même temps un cours qui requiert un investissement bien plus conséquent dans cette branche. Du coup, il vous est permis de penser que cet étudiant n'est pas très à l'aise en mathématiques. On se convaincra encore plus que c'est là un facteur décisif si d'autres éléments négatifs caractérisent l'option retenue, comme lorsque l'horaire du premier cours s'avère incommode (cours en soirée, voire le samedi).

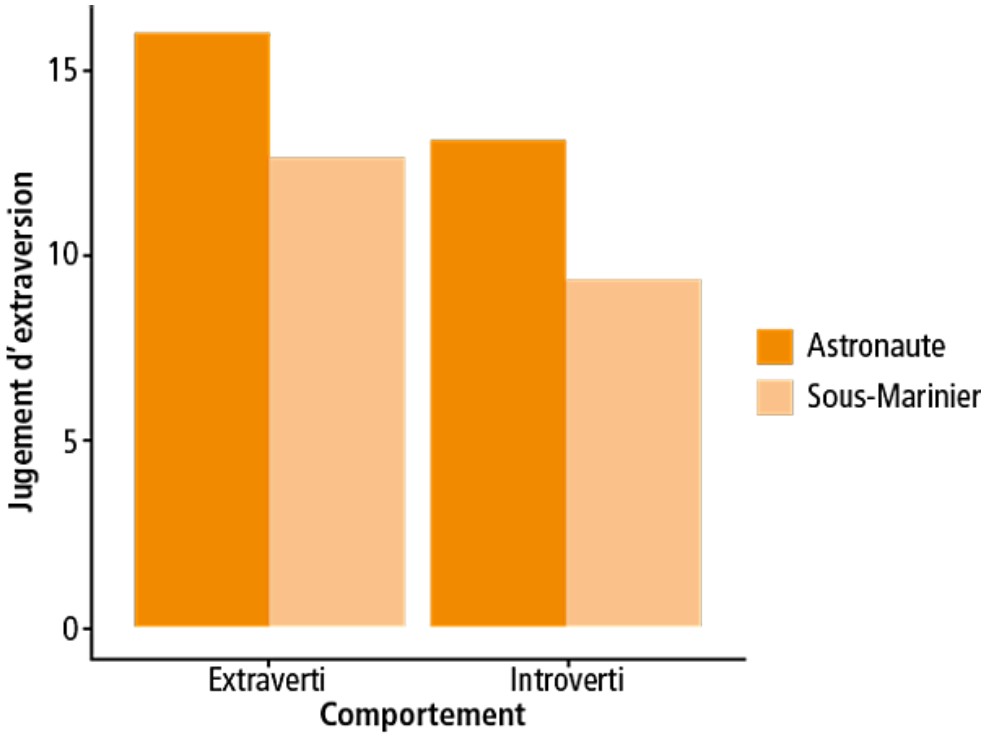


Figure 2.10. Jugements d'extraversion en fonction du comportement du candidat et du poste recherché (d'après Jones et al., 1961)

D’autres facteurs viendront renforcer la conviction des observateur·rice·s. Une forte *pertinence hédonique* renvoie au fait que le comportement de la cible influence globalement le sort de l’observateur·rice. Le *personnalisme* correspond au fait que l’observateur·rice considère que l’auteur·e du comportement a vraiment voulu lui nuire ou lui faire du bien. Par ailleurs, rien d’étonnant à ce que les conduites qui aillent dans le sens des attentes préalables soient peu informatives et tempèrent du coup le jugement. Dans une expérience de Jones, Davis et Gergen (1961) visant à illustrer ce point, les participant·e·s devaient évaluer les réponses d’une personne dans le cadre d’une procédure de recrutement. Le poste recherché était celui d’un sous-marinier ou celui d’un astronaute. Encore aujourd’hui, le fait d’embarquer dans un sous-marin requiert une fameuse dose d’extraversion. En revanche, il faut se rappeler qu’à l’époque de l’étude, tout le monde savait que les astronautes avaient intérêt à être introvertis pour être en mesure de supporter de longues heures d’isolement dans une capsule exiguë avec des systèmes de communication peu fiables. La moitié des participant·e·s chargée de trouver un futur sous-marinier était confrontée à un candidat extraverti et l’autre à un candidat introverti. Même chose pour les participant·e·s en quête d’un futur astronaute. Il s’agissait en réalité des mêmes profils. Comme prévu, les inférences des participant·e·s étaient nettement plus tranchées lorsque les candidats manifestaient un comportement aux antipodes de celui requis par le poste à pourvoir. En clair, les candidats astronautes manifestant des comportements extravertis étaient bien plus perçus comme tels que les aspirants sous-mariniers se conduisant de manière strictement équivalente. À l’opposé ce sont bien les postulants sous-mariniers introvertis qui étaient vus comme les moins extravertis. Avec un jugement intermédiaire, les participant·e·s manifestent bien leur incertitude lorsqu’il·elle·s sont confronté·e·s aux candidats qui se révèlent être en phase avec les attentes. De fait, doit-on leurs réactions à leur personne ou aux exigences du poste ?

Dans le même ordre d’idées, on devrait s’attendre à ce que les conduites unanimement considérées comme très désirables n’éclairent pas vraiment quant aux mobiles de son auteur·e. Enfin, et surtout, il s’agit que le comportement soit réalisé en dehors de toute contrainte. Nul doute que si l’auteur·e n’est pas libre de se comporter comme il·elle l’entend, il devient

difficile d'inférer quoi que ce soit. Pour vérifier cette prédiction, Jones et Harris (1967) ont confronté des observateur·rice·s à des textes présentés prétendument écrits sous la contrainte ou rédigés en toute liberté. Globalement, et comme prévu, les participant·e·s se montraient plus enclin·e·s à tirer des conclusions au sujet des opinions des auteur·e·s libres que des auteur·e·s contraint·e·s. Chacune à leur manière, ces trois facettes soulignent l'idée selon laquelle la possibilité d'extraire des informations valides sur base du comportement augmente si son auteur·e jouit d'une grande marge de manœuvre. Nous reviendrons sur ce point, et singulièrement sur la question de la contrainte, après notre présentation du modèle de Kelley (1967).

Le *modèle de covariation* de Kelley (1967) ambitionne lui aussi de rendre compte de la manière dont les gens ordinaires isolent les causes des comportements. En revanche, Kelley s'intéresse surtout aux cas dans lesquels les observateur·rice·s, confronté·e·s à une conduite inattendue ou ambigüe, peuvent tabler sur un répertoire de connaissances assez riche à propos du comportement, de son auteur·e et des circonstances. Ainsi, imaginez qu'Antonin vous raconte à quel point il a ri hier soir en assistant au dernier spectacle d'un humoriste. Que faut-il en penser ? Selon Kelley, l'observateur·rice fera une attribution causale dans la mesure où il aura vérifié la manière dont trois types de causes covarient. Comme cette approche rappelle furieusement une technique statistique connue sous le terme d'analyse de variance, le nom ANOVA est fréquemment utilisé pour évoquer le modèle de Kelley. L'évaluation de la covariation s'appuie sur trois types d'information qui sont :

L'information de constance : Antonin s'esclaffe-t-il à chaque fois face à cet humoriste (constance forte) ou s'agit-il d'un épisode relativement isolé (constance faible) ?

L'information de distinctivité : Antonin rit-il de bon cœur face à la plupart des humoristes (distinctivité faible) ou doit-on la réaction à ce comédien en particulier (distinctivité forte) ?

L'information de consensus : Tout le monde rigole-t-il en voyant cet humoriste (consensus fort) ou Antonin est-il le seul à pouffer (consensus faible) ?

Selon Kelley, l'observateur·rice attribuera la cause à Antonin dans la mesure où son comportement se caractérise par une constance forte, une distinctivité faible et un consensus faible. Au fond, si Antonin agit toujours de la sorte, qu'il soit confronté à cet humoriste ou non, et que personne ne réagit comme cela, on peut être assuré que la cause est à chercher de son côté. D'autres combinaisons existent. On saura que l'humoriste est vraiment hilarant si la constance est forte, la distinctivité est forte et le consensus est fort. Si la constance est faible, la cause est à chercher ailleurs, sans doute dans des circonstances particulières. Dans certains cas, les combinaisons se complexifient.

Psycho sociale en questions

Kelley et les trois classes d'information

Comme l'observateur·rice ne peut pas toujours tabler sur une multitude d'observations préalables, Kelley (1972) prendra aussi en compte les conduites isolées en proposant que les observateur·rice·s se tournent alors vers des schémas causaux, des croyances qui se nourrissent au fil de l'expérience et qui renseignent sur la manière dont certaines causes unissent généralement leurs efforts pour produire certains effets. Par exemple, le schéma des causes multiples nécessaires veut que plusieurs causes doivent se combiner pour que l'effet soit observé. Si une personne se voit retirer son permis pour une récidive de conduite en état d'ivresse, cet individu doit être en possession d'un permis et sans doute faire face à des problèmes d'assuétude. On l'imagine, un tel schéma est souvent mobilisé pour des comportements complexes ou rares. À l'inverse, le schéma des causes multiples suffisantes réfère à des comportements relativement banals ou simples. Si oncle Victor bat son neveu Théo au Monopoly, une multitude d'explications se pressent au portillon pour rendre compte de cette victoire (oncle Victor a l'expérience de transactions immobilières, Théo joue pour la première fois, etc.) : chacune

suffit à expliquer l'événement. Dans la foulée, Kelley proposera aussi que deux principes régissent les attributions causales, à savoir le principe de réduction, selon lequel les observateur·rice·s réduisent l'importance d'une cause en présence d'une autre cause suffisante, et le principe d'augmentation, qui veut qu'une cause prend de l'importance si aucune autre cause n'est présente (Van Overwalle & Van Rooy, 2001).

Le modèle de Kelley se penche avant tout sur les déterminants du comportement en s'appuyant sur un large spectre de connaissances alors que celui de Jones et Davis s'intéresse prioritairement aux conséquences d'un comportement unique. Toutefois, des points de convergence existent. Ainsi, le caractère distinctif de l'entité choisie joue un rôle important. « Qu'est-ce que le cours choisi par l'étudiant a de particulier ? » cherchera à savoir Jones. « Antonin rit-il en présence de cet humoriste ou en présence de tous les humoristes ? » se demande Kelley. Mais le lien plus net se situe au niveau de ce qu'on pourrait appeler le flanc social. Pour Kelley, le consensus est un aspect déterminant. De fait, la question est : tout le monde s'esclaffe-t-il face à l'humoriste ou non ? Pour Jones et Davis, les attentes, la désirabilité, mais aussi la contrainte se situent au cœur de la réflexion. S'il est évident que les candidats sous-mariniers se montreront volontiers extravertis, quelle confiance avoir dans ce comportement pour faire l'inférence qu'ils sont véritablement extravertis ? Nous reviendrons sur cette dimension normative après un bref détour par trois autres théories attributionnelles.

2.2. Expliquer son propre comportement

La tonalité résolument cognitive imprimée par Heider et ses héritiers directs ne manquera pas d'influencer d'autres chercheur·euse·s. Les trois théories les plus marquantes à cet égard sont la *théorie de la labilité émotionnelle* de

Schachter (1964), la *théorie de l'auto-perception de Bem* (1967, 1972), et la *théorie de l'attribution des performances* de Weiner (1979, 1985).

Ouvrant la question de l'attribution aux champs des émotions, Stanley Schachter (1964) a proposé que les épisodes émotionnels s'appuient en fait sur deux composantes distinctes. La première concerne un état général d'activation physiologique guère différent d'une émotion à l'autre. La seconde recouvre les cognitions qui permettent de nommer l'émotion et, du coup, de déterminer l'émotion ressentie. Le plus souvent, les cognitions précèdent les émotions, mais il arrive que les personnes ressentent un état d'activation de manière inattendue. Ceci les incite alors à rechercher une explication dans leur environnement. Pour illustrer ce cas de figure, Schachter et Singer (1962) ont réalisé une étude devenue classique. Certain·e·s participant·e·s recevaient une injection d'épinéphrine, un produit de la famille de l'adrénaline, et étaient alors réparti·e·s en trois groupes. Soit il·elle·s ne recevaient aucune information, soit il·elle·s étaient informé·e·s qu'il·elle·s allaient ressentir des symptômes d'activation physiologique (p. ex., une accélération du rythme cardiaque) ou, dans un troisième groupe, des symptômes de maux de têtes ou de vertiges. Un quatrième groupe de participant·e·s se voyait quant à lui administrer un placebo (du sérum physiologique). Tou·te·s étaient alors invité·e·s à passer dans une salle d'attente pour y remplir des formulaires en compagnie d'un autre participant, en réalité un comparse. Pour la moitié des participant·e·s, ce dernier se comportait de manière euphorique, faisant des singeries et des avions en papier, ou de manière colérique, déchirant des feuilles et tapant des pieds. Les chercheurs s'attendaient à ce que les participant·e·s ayant reçu l'injection d'épinéphrine sans autre information se mettent en devoir de chercher une explication pour rendre compte de l'activation ressentie. Du coup, le comparse devrait influencer l'émotion ressentie par les participant·e·s : alors que les gens confrontés au comparse euphorique rapportaient une émotion du même acabit, les participant·e·s côtoyant le comparse colérique ressentaient bien quant à eux de l'irritation. Pour les autres groupes, ils n'attendaient aucun impact du comportement du comparse dans la mesure où soit une explication avait bel et bien été fournie soit, pour le groupe contrôle, aucune activation ne justifiait de se mettre en

quête d'information. Les résultats confirment les hypothèses des chercheurs.

Les intuitions de Schachter sur la malléabilité des attributions vont mobiliser la communauté scientifique notamment sur le plan des implications thérapeutiques. De fait, le *paradigme de la mésattribution* consiste à reconsidérer et renommer les symptômes cliniques, par exemple dépressifs, en leur attribuant des causes différentes (Storms & Nisbett, 1970 ; Valins, 1966). Ainsi, quelqu'un qui vit très mal la prise de parole en public pourrait incriminer des causes circonstancielles davantage maitrisables plutôt que des lacunes profondes sur le plan personnel (Forsterling & Rudolph, 1988). Si l'efficacité thérapeutique des implications de la théorie de Schachter s'avérera finalement plus limitée qu'imaginée au départ (Reisenzein, 1983), le *paradigme de mésattribution* reste en revanche un outil de choix dans la panoplie méthodologique des chercheur·euse·s et des clinicien·ne·s. Comme on le verra dans la suite de cet ouvrage, plusieurs débats scientifiques ont ainsi bénéficié du recours à ce scénario expérimental. Par ailleurs, les recherches sur les émotions vont aussi venir tempérer la vision radicale de Schachter en montrant que les états émotionnels ne sont pas diffus à ce point et qu'il existe effectivement des signatures physiologiques des émotions.

Si le jeune Gianni se voit offrir des récompenses financières substantielles par ses parents chaque fois qu'il fait bien ses devoirs et apprend correctement ses leçons, il y a fort à parier qu'il ne développera guère de passion sincère et durable pour les apprentissages scolaires. Selon la *théorie de l'auto-perception* de Daryl Bem (1967, 1972) et contrairement à ce que beaucoup semblent croire, on n'est pas forcément en position privilégiée dès lors qu'il s'agit d'expliquer son propre comportement. Dans certains cas, nos conduites nous sont aussi peu accessibles que s'il s'agissait d'actes posés par quelqu'un d'autre. Du coup, nous en sommes réduits à agir comme un·e observateur·rice extérieur·e et à inférer nos états internes sur base de nos comportements : vous aimez le trip hop parce que vous en écoutez, vous adorez les mangas parce que vous avez une collection impressionnante d'albums de ce genre dans votre bibliothèque. Pour cerner la motivation qui sous-tend ses comportements, l'individu devra procéder à un arbitrage. En présence d'incitants extérieurs importants, il doutera de

l’existence de puissants désirs internes et inversement. La vision behavioriste radicale de Bem est aussi simple que pertinente et souligne le caractère sommaire du travail cognitif consenti par les gens lorsqu’ils essayent de comprendre pourquoi ils font ce qu’ils font. Même si son applicabilité se limite à des conduites pour lesquelles les indices internes demeurent faibles ou qui sont suffisamment cohérentes avec des attitudes préexistantes, ce modèle offre des pistes prometteuses pour ce qui est d’orienter l’attention des gens vers le type de facteur, intrinsèque ou extrinsèque, qui sous-tend leur comportement. Au fond, une dose de malléabilité existe quand il s’agit d’interpréter les causes de ses propres actes et c’est plutôt une bonne nouvelle.

C’est ce que montre aussi la *théorie de l’attribution des performances* de Bernard Weiner (1979, 1985) qui s’intéresse à la façon dont l’explication d’une performance privilégiée par l’auteur·e du comportement va influencer sa motivation. L’un d’entre nous a pratiqué le judo à partir de huit ans jusqu’à près de dix ans. Durant cette période, il n’a jamais dépassé la ceinture blanche. Malgré tous ses efforts, les prises Osoto Gari et Uchi-Mata qu’il pratiquait ressemblaient à l’œuvre d’un chorégraphe contemporain en état d’ébriété. Il abandonna cette activité, persuadé qu’il n’était guère fait pour elle. Dans certains domaines, la façon dont nous expliquons nos performances joue un rôle déterminant dans le choix de nos activités et l’intensité avec laquelle on s’y consacre. Weiner (1985) considère que l’on peut caractériser les causes d’un comportement selon trois dimensions. La première est le « locus » qui peut être soit interne à l’acteur·rice, soit externe (dépendant de la situation). La seconde est la contrôlabilité et la troisième est la stabilité. Selon Weiner, ces attributions vont influencer la motivation de l’acteur·rice par deux biais : son *niveau d’aspiration* d’une part, ses *émotions* d’autre part. Prenons l’exemple d’un élève échouant à une interrogation de géométrie. Si cet élève invoque une déficience intellectuelle profonde, il est susceptible d’être peu désireux de s’améliorer, car cette cause est non seulement stable, mais non contrôlable : en d’autres termes, il ne s’attend pas à avoir des performances supérieures dans le futur. En revanche, s’il attribue cet échec à un choix de questions particulièrement difficile de la part de l’enseignant·e (cause externe, non stable et non contrôlable), sa motivation à étudier son cours de

mathématiques ne sera pas nécessairement amoindrie. Il s'attendra sans doute à avoir une performance supérieure dans le futur. Par ailleurs, il sera peut-être en colère contre le·la professeur·e, ce qui pourrait augmenter d'autant sa motivation à faire la preuve de ses compétences. Chaque combinaison locus/stabilité/contrôlabilité est associée à des émotions spécifiques (par ex., fierté, désespoir, culpabilité…) qui, chacune, affectera la motivation.

2.3. Du biais de correspondance aux processus d'inférence causale

Les modèles de Kelley et de Jones sont des théories normatives. En effet, leurs auteurs pointent les démarches qu'il s'agit de réaliser et les divers éléments qu'il conviendrait de prendre en compte pour que le travail attributionnel soit réalisé dans les règles de l'art. Reste que certains écarts entre les recommandations émises par les modèles et les réponses effectives des personnes vont se faire jour, en particulier en ce qui concerne la facette sociale que nous avons pointée précédemment. Ainsi, si des observateur·rice·s à qui l'on fournit des vignettes reprenant des informations de covariation aboutissent globalement aux conclusions anticipées par le modèle de Kelley, les gens ont tendance à sous-utiliser l'information de consensus (McArthur, 1972). Mais c'est surtout l'étude de Jones et Harris (1967) déjà évoquée qui retiendra l'attention de la communauté scientifique. De fait, si les auteurs d'un texte rédigé en toute liberté sont bien jugés dans le sens de leur prise de position, les observateur·rice·s semblent irrémédiablement tenté·e·s de tirer des conclusions dispositionnelles même lorsqu'il·elle·s apprennent que la rédaction a été produite sous la contrainte. Au fond, alors que le comportement devrait en principe être discrédité du fait de la pression exercée sur son auteur·e, il semble difficile de résister à la tentation d'invoquer la responsabilité de ses opinions ou de ses attitudes. Cette anomalie dans le travail attributionnel va littéralement enflammer les esprits, car elle met au jour le poids inconsidéré accordé aux facteurs dispositionnels dans l'explication des événements.

Une autre expérience illustre à merveille ce biais de correspondance. À titre anecdotique, cette étude ne peut manquer de séduire les interrogateur·rice·s

de tout poil, en ce compris les professeur·e·s d'université, car elle révèle que la réputation de ces dernier·ère·s engrangera des dividendes quasi certains dans toute situation de test ou d'examen. Concrètement, Ross, Amabile et Steinmetz (1977) ont imaginé les choses en deux temps. Dans une première étude, ils ont invité des paires d'étudiant·e·s de l'université Stanford au laboratoire pour leur proposer une épreuve de culture générale. De manière explicitement aléatoire, l'un·e des participant·e·s se voyait assigner le rôle de questionneur·euse l'autre le rôle de questionné·e. Le·La questionneur·euse devait alors choisir 10 questions avant de les poser au·à la questionné·e qui devait tenter d'y répondre. Chacun·e évaluait ensuite son propre niveau de culture générale ainsi que celui de son·sa partenaire par rapport à l'étudiant·e moyen·ne moyen fréquentant Stanford. Dans la seconde étude, des étudiant·e·s étaient invité·e·s à observer deux autres participant·e·s, en réalité des comparses, qui rejouaient des interactions observées lors de la première étude. Cette fois, il s'agissait de juger le·la questionneur·euse et le·la questionné·e. Comme le montre la figure 2.11, rien ne vaut de pouvoir poser les questions, surtout aux yeux d'autrui. On en sort immanquablement plus compétent·e que le·la répondant·e. Dans cette étude, il n'y a que les questionneur·euse·s qui semblent un tant soit peu conscient·e·s du privilège qui est le leur. On le voit, les animateur·rice·s de jeux télévisés ont tôt fait d'impressionner les téléspectateur·rice·s quant à leur intelligence au-dessus de la moyenne, même si certain·e·s candidat·e·s peuvent se révéler extraordinairement sagaces au fil des épreuves.



▶ L'expérience de Ross et al. (1977) met en scène une situation typique des jeux télévisés. On parle d'ailleurs parfois de « l'effet Julien Lepers » en référence à cet animateur français qui jouissait d'une énorme aura auprès du public grâce à son émission de questions-réponses (© Rama, Cc-by-sa-2.0-fr).

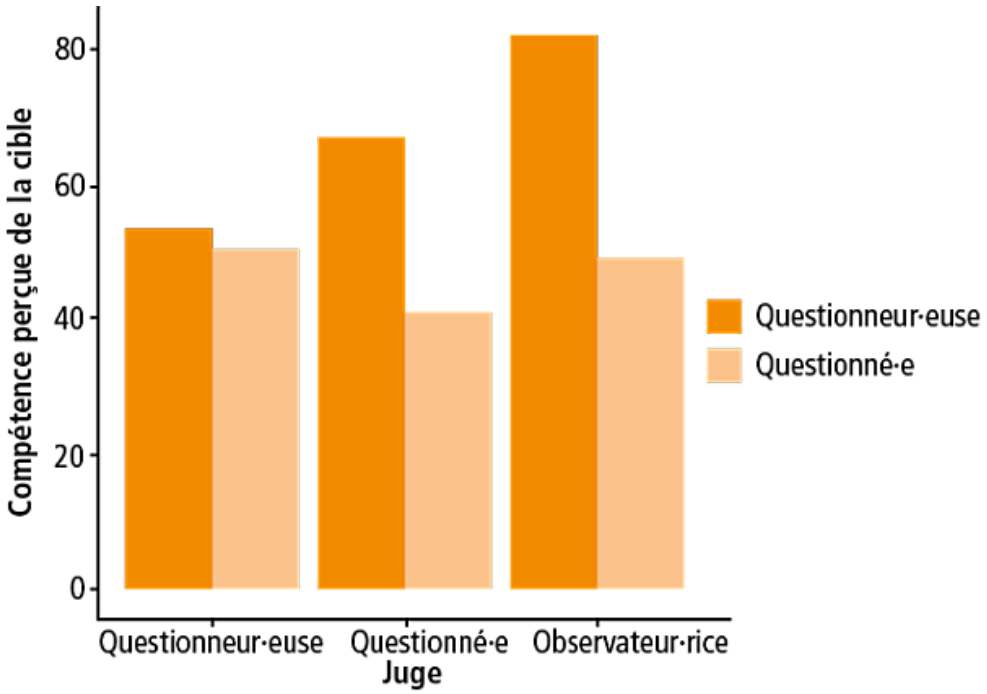


Figure 2.11. Compétence perçue en fonction des juges et des cibles (d'après Ross et al., 1977)

Le phénomène est tellement robuste que Ross et ses collègues (1977) le baptiseront « *erreur fondamentale d'attribution* » même s'il ne s'agit que d'une autre manifestation du biais de correspondance. On retrouve d'ailleurs ce biais dans des sphères très variées de notre vie quotidienne. Par exemple, il est très ardu de se départir de l'idée que l'auteur·e d'un acte délictueux a pu être en prise avec des pressions situationnelles. La question des circonstances atténuantes ou des antécédents familiaux et sociaux abordée dans certains procès est précisément une tentative de redonner aux parties prenantes une chance de pondérer leur jugement en prenant en compte d'autres éléments que le seul facteur dispositionnel.

Alors que les modèles normatifs voyaient l'inférence comme le résultat d'un raisonnement scrupuleux, les modèles ultérieurs vont embrasser une posture radicalement différente (Quattrone, 1982 ; Trope, 1986 ; Winter & Uleman, 1984). Sous l'influence de la révolution cognitive des années 70 et 80, la conception prévaudra que l'observateur·rice passe par une série d'étapes marquées par leur caractère plus ou moins automatique ou, pour le dire autrement, plus ou moins coûteux en ressources cognitives. À chaque fois, l'idée est que c'est par l'inférence dispositionnelle que tout débute. Ce

n’est qu’ensuite que l’observateur·rice se ravise et prend le cas échéant les facteurs situationnels en compte à grand renfort de ressources cognitives.

À cet égard, le modèle le plus englobant, appelé *modèle des 3 C*, a été proposé par Gilbert (1998), un élève de Jones, et s’appuie sur des données psychologiques et neurologiques. Selon Gilbert, le processus d’attribution se déroule en trois étapes. Tout commence par la catégorisation. L’idée est que l’observateur·rice doit donner sens à la conduite : s’agit-il de la part du joueur de football d’un comportement agressif, maladroit, ou impulsif ? La seconde étape, la caractérisation, consiste à accoler le trait susceptible de correspondre au comportement à son auteur·e. C’est à cet instant que se produit l’inférence correspondante. La personne est agressive, maladroite ou impulsive. Enfin, l’étape de correction permet à l’observateur·rice de prendre en compte les contraintes situationnelles. Y’avait-il provocation préalable de l’adversaire ? Le terrain était-il glissant et peut-il expliquer le geste excessif ? etc. Plus on avance dans le processus, plus les ressources attentionnelles sont mises à contribution et plus les chances augmentent que l’étape concernée ne soit pas réalisée de façon scrupuleuse.

Psycho sociale en questions

Le système scolaire peut-il ignorer le contexte socio-économique ? L’erreur fondamentale à l’œuvre dans la classe



Les modèles attributionnels et ce qu’ils nous apprennent sur la façon dont les observateur·rice·s interprètent les conduites qu’il·elle·s rencontrent se révèlent également très précieux pour déconstruire certaines situations sociales critiques. Ainsi, les recherches de Goudeau et Croizet (2017) se sont plus penchées sur le contexte scolaire. En effet, même si l’on sait que le « capital

culturel » des enfants diffère en fonction de l'origine socio-économique et avantage immanquablement les enfants issus des milieux aisés par rapport aux enfants en provenance de milieux plus modestes (Bourdieu & Passeron, 1990), c'est une variable qui tend à passer inaperçue dans le contexte immédiat de l'école. De fait, dans une classe donnée, l'enseignant·e est le·la même pour tous les enfants, les conditions matérielles sont identiques pour tou·te·s le programme de la matière vue n'est guère modifié d'un·e élève à l'autre, etc. Du coup, lorsque des différences émergent entre les élèves, la tentation est immense d'incriminer les individus, notamment en termes de causes internes comme leur intelligence et leurs compétences. Cette propension à pointer des différences prétendument « naturelles » plutôt que des antécédents sociaux se révèle avoir un effet ravageur, notamment chez les enfants moins favorisé·e·s. Dans une première étude conduite sur un grand nombre de classes, Goudeau et Croizet (2017) vérifient que, lors d'un test assez exigeant invitant les enfants à lever la main chaque fois qu'il·elle·s croient détenir la bonne réponse, les écolier·ère·s dont le niveau socio-économique est plus élevé réussissent mieux que leurs condisciples moins favorisés socialement. En revanche, cet avantage se marque moins lorsque personne ne doit lever le doigt. Autrement dit, rendre les performances visibles favorise une lecture qui trouble les enfants peu nantis et les empêche de donner le meilleur d'eux·elles mêmes. Dans une seconde étude, les chercheurs reproduisent l'impact délétère de la visibilité des différences, mais en veillant eux-mêmes à doter certain·e·s élèves d'atouts supplémentaires et d'autres pas sur une base totalement aléatoire. Pour favoriser certain·e·s élèves, on leur fournit l'occasion de s'entrainer plus que les autres au genre de tâches qui sera présenté lors du test. Dans une dernière étude, Goudeau et Croizet (2017) instaurent à nouveau une inégalité entre les écolier·ère·s en recourant au même subterfuge que dans la deuxième étude, mais, dans la moitié des classes, les élèves apprennent qu'il y a eu un entraînement plus poussé chez certain·e·s. Comme on le

voit sur la figure 2.12, les performances des élèves moins préparé·e·s se révèlent moins affectées. Tout porte donc à croire que les écolier·ère·s « défavorisé·e·s », ayant cette fois une explication situationnelle des différences de performance des un·e·s et des autres, se résignent moins et se montrent davantage compétent·e·s. Cette série d'études souligne à souhait les effets terriblement démotivants d'une lecture « naturalisante » des écarts de compétences et rejoint une cohorte impressionnante de travaux en psychologie sociale qui éclairent les contextes éducationnels d'un jour nouveau (Butera, Buchs, & Darnon, 2011).

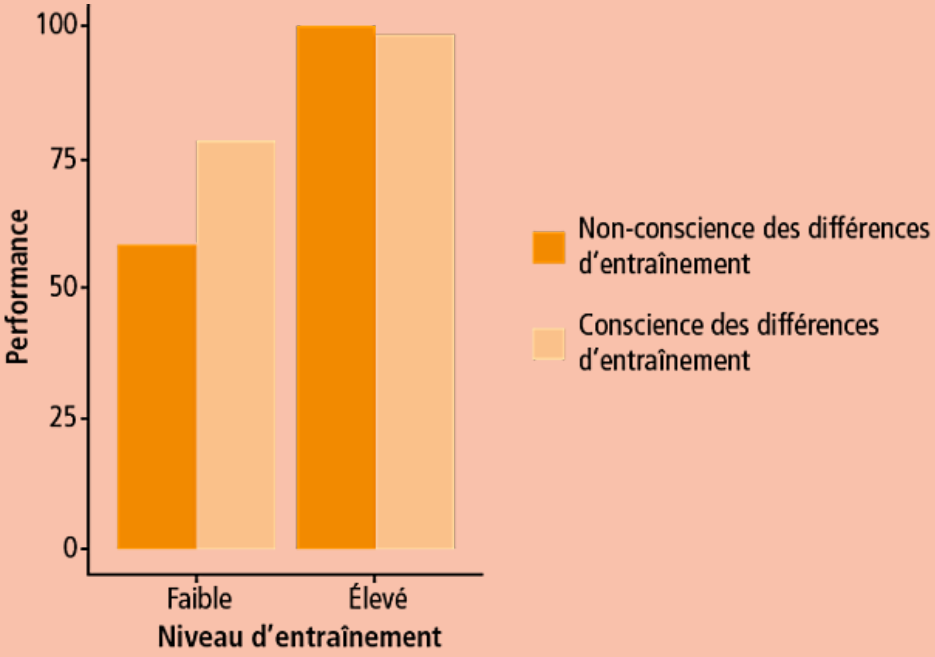


Figure 2.12. Performance en fonction du niveau d'entraînement des élèves et de la conscience des différences d'entraînement (d'après Goudeau & Croizet, 2017)

Les travaux de Winter et Uleman (1984) évoqués précédemment s'avèrent totalement compatibles avec le modèle de Gilbert. Le fait que les participant·e·s invité·e·s à mémoriser des listes impressionnantes de phrases voient leurs prestations faire un bond en avant lorsqu'on leur présente des indices sous forme de traits de personnalité atteste la spontanéité du processus de caractérisation. Mais le génie de Gilbert tient aux diverses

démonstrations qui mettent en lumière le rôle capital des ressources cognitives pour dépasser cette étape et corriger le tir. Dans une expérience qui rappelle furieusement le scénario de Jones et Harris (1967), Gilbert, Pelham et Krull (1988) ont demandé à des observateur·rice·s d'écouter un orateur contraint de défendre une thèse pro- ou anti-avortement. Ces derner·ère·s étaient moins susceptibles de tenir compte de l'information situationnelles s'ils étaient au préalable informés qu'ils allaient ensuite eux-mêmes devoir préparer et lire un discours sur ce thème. L'ironie veut donc que les gens les plus susceptibles de se rendre compte de la contrainte étaient les plus catégoriques sur la position personnelle de la cible : leurs attributions étaient bien plus dispositionnelles que celles des observateur·rice·s dont la mission consistait seulement à observer l'orateur.

Dans une autre étude, Gilbert et ses collègues (1988) ont présenté à leurs participant·e·s une vidéo muette dans laquelle une jeune fille se montrait mal à l'aise lors d'un entretien. Le thème de chacune des questions auxquelles elle répondait était renseigné par des sous-titres repris au bas de l'écran. Selon les conditions, la majorité des thématiques annoncées étaient anodines (les dernières vacances) ou, au contraire, portaient sur des questions dérangeantes, voire intimes (les fantasmes sexuels). Pour vérifier le rôle des ressources attentionnelles, les chercheurs ont demandé à la moitié des participant·e·s de ne rien faire d'autre que regarder la vidéo alors que le reste des participant·e·s étaient cognitivement occupé·e·s. Sans surprise, la personnalité de la jeune fille était jugée plus anxieuse lorsque les thématiques sont inoffensives plutôt qu'embarrassantes (partie gauche de la figure 2.13). Rien d'étonnant à ce qu'on juge une personne foncièrement plus nerveuse si elle est ébranlée pour répondre à de banales questions sur son dernier lieu de vacances. Comme prévu, ces différences s'évanouissent lorsque les participant·e·s sont moins disponibles cognitivement (condition « deux tâches » dans la figure 2.13), révélant leur négligence d'informations situationnelles pourtant bien utiles. De façon ironique, la charge cognitive imposée aux participant·e·s consistait en la mémorisation scrupuleuse des sous-titres !

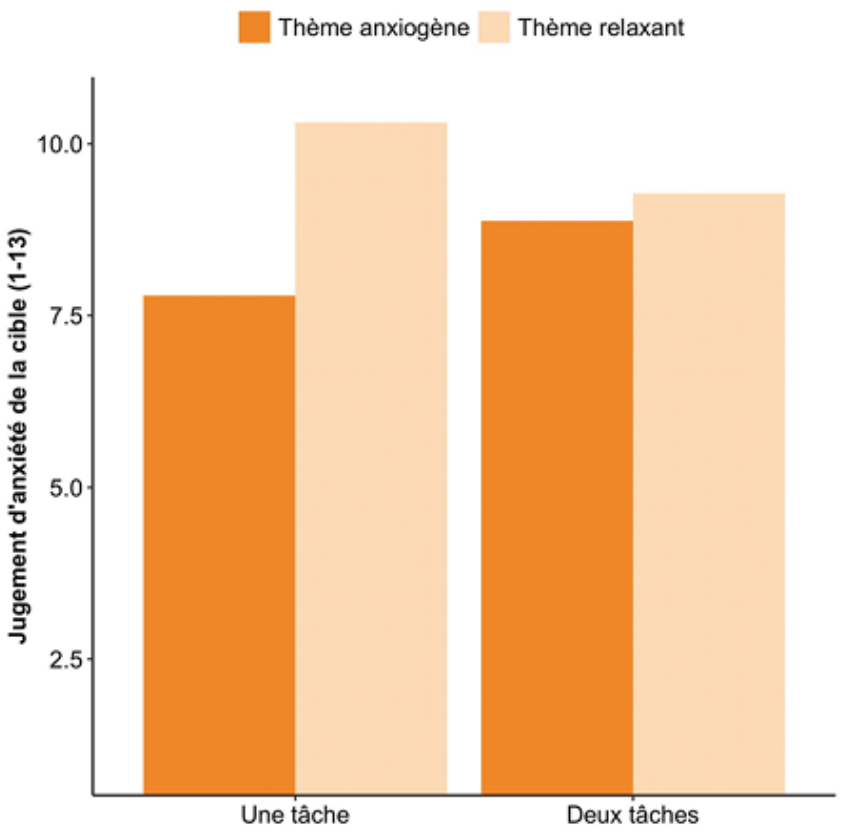


Figure 2.13 Jugement d'anxiété de la cible en fonction du nombre de tâches et du caractère supposé anxiogène ou relaxant de l'entretien (d'après Gilbert et al., 1988)

À l'instar d'autres propositions (Quattrone, 1982 ; Trope, 1986), le modèle de Gilbert s'inspire de *l'heuristique d'ancrage et d'ajustement* (encadré ci-après). En effet, on peut voir le processus de caractérisation comme une forme d'ancrage automatique du jugement sur le trait correspondant au comportement. Tempérer son jugement en fonction de la situation correspond à la seconde étape, contrôlée, d'ajustement. Pour couronner le tout, les données neurologiques viennent également appuyer le modèle des 3 C (Lieberman et al., 2002).

Rappelez-vous les systèmes 1 et 2. Le premier réseau, considéré par certains comme comprenant l'amygdale, le cingulaire dorsal antérieur, les noyaux gris centraux, le cortex préfrontal ventromédian, et le cortex latérotemporal, intervient dans le traitement automatique, car il abrite les processus en jeu dans la pensée et le comportement quand tout se passe de manière normale. C'est ce réseau qui va immanquablement enclencher

l'attribution dispositionnelle, car l'observateur·rice a une propension à formuler une hypothèse de travail en termes de causes dispositionnelles dès qu'il·elle observe un comportement. Le second réseau, le système 2, entre en scène lorsque des signaux d'alerte révèlent qu'un traitement contrôlé s'avère nécessaire pour mieux cerner les tenants et aboutissants d'un comportement. Quand des difficultés d'interprétation se présentent, que des objectifs sont remis en question ou que des enjeux majeurs se font jour, le système 2 se met en branle pour affiner l'interprétation du comportement.

Psycho sociale en questions

Les heuristiques de jugement

Les heuristiques sont des « procédures simples qui permettent de trouver des réponses adéquates, bien que souvent imparfaites, à des questions difficiles » (Kahneman, 2012, p. 153). Deux chercheurs Amos Tversky (1937-1996) et Daniel Kahneman (1934—) ont développé des travaux particulièrement influents sur ce thème. Ci-dessous, nous en décrivons trois, mais il y en a beaucoup d'autres.

L'heuristique d'ancrage et d'ajustement : Lorsque l'on doit faire des jugements numériques pour lesquels nous avons peu d'informations, il peut être tentant de se raccrocher à un nombre disponible dans l'environnement ou dans la mémoire. Par exemple, si vous devez estimer le prix d'une berline Audi de deux ans alors que vous venez de vendre votre petite Toyota vielle de 5 ans à 2 200 €, une stratégie consiste à partir de cette valeur et l'ajuster vers le haut jusqu'à atteindre une valeur qui vous semble raisonnable. Maintenant, imaginez que, plutôt que de penser à votre Toyota, vous pensiez à un collègue qui vient d'acheter une BMW neuve pour 35 000 €. À nouveau, vous pourrez partir de cette valeur et « descendre » jusqu'à atteindre une valeur raisonnable. Dans ces deux cas, vous avez utilisé la valeur initiale comme ancre et avez ensuite ajusté votre estimation de cette valeur. Le problème posé par cette

heuristique réside dans le fait qu'on n'ajuste généralement pas suffisamment. Votre estimation du prix de l'Audi sera donc plus élevée lorsque vous avez initialement pensé à la BMW de votre ami qu'à votre Toyota. Selon Kahneman, l'ancrage est un processus automatique relevant du système 1 alors que l'ajustement est un processus contrôlé relevant du système 2.

L'heuristique de représentativité : Lorsqu'on doit catégoriser un être humain, ou un objet, dans une catégorie il peut être tentant de se baser sur la similarité entre cette personne (ou cet objet) et un exemplaire typique de cette catégorie. Par exemple, si, confronté à une situation médicale d'urgence, on cherche un médecin, on sera peut-être plus susceptible de croire un homme grisonnant en tweed qui se présente comme tel qu'une femme d'à peine trente ans, en jeans troués et aux avant-bras garnis de tatouage. Cette heuristique peut toutefois être trompeuse : très souvent les membres d'une catégorie sociale ne correspondent pas du tout à l'image prototypique qu'on peut s'en former. Par ailleurs, en se concentrant sur la typicité, on oublie les fréquences absolues. Pour rester dans le monde médical, imaginons qu'une maladie A touche 1 personne sur 10 000 et qu'une autre B, aux symptômes similaires, touche 1 personne sur 300 000. Germaine a une symptomatologie légèrement plus proche de B que de A, mais les traitements associés sont fort différents. En l'occurrence, un bon médecin ne devrait pas uniquement se fier à l'heuristique de représentativité : il devrait d'abord s'assurer que Germaine n'est pas affectée par la maladie plus fréquente A avant de décréter qu'elle souffre de B.

L'heuristique de disponibilité : Risque-t-on d'être victime d'un attentat terroriste si nous visitons un lieu public très fréquenté ? Si les attentats survenus à Nice, Bruxelles, Paris ou Berlin en 2015 et 2016 nous viennent à l'esprit lorsque cette question nous est présentée, on peut être tenté·e de répondre par l'affirmative. Ce faisant, on recourt à l'heuristique de disponibilité : pour estimer la probabilité d'un événement, nous

nous basons sur la facilité avec laquelle des événements similaires nous viennent à l'esprit. Pour utile que cette heuristique puisse être, elle peut également être trompeuse lorsqu'il n'y a qu'un rapport ténu, voire nul, entre la fréquence d'un événement et sa disponibilité en mémoire. Nous avons ainsi beaucoup moins de chances de décéder d'un attentat terroriste que d'un cancer de l'estomac. Toutefois, comme les cas de cancers de l'estomac font l'objet d'une couverture médiatique beaucoup plus faible que les attentats terroristes, nous sommes susceptibles de sous-estimer leur fréquence si l'heuristique de disponibilité est à l'œuvre.

2.4. Des différences individuelles à la culture

Si une relative négligence pour le poids de la situation s'immisce aussi facilement dans les inférences causales au profit d'une attention trop marquée aux caractéristiques personnelles de l'auteur·e du comportement, une foule de variables vient moduler le phénomène. On l'a vu précédemment, les ressources attentionnelles de l'observateur·rice sont un élément clef. Les motivations jouent également un rôle important. En effet, divers enjeux peuvent inciter l'observateur·rice à tenter de cerner au mieux les déterminants du comportement de la cible, comme lorsqu'on connaît bien la personne concernée, qu'une relation avec la cible s'annonce potentiellement lourde de conséquences, ou qu'il s'agira de pouvoir justifier les conclusions auxquelles on aboutit (Tetlock, 1985). Une humeur négative peut, elle aussi, atténuer la tentation du biais de correspondance, car elle signale à l'observateur·rice qu'il y a lieu de se mettre en état d'alerte et l'encourage à réaliser des attributions causales de manière davantage scrupuleuse.

Selon Heider (1958), le crédit accordé aux informations dispositionnelles trouve son origine dans le fait que l'acteur·rice et son comportement occupent souvent le devant de la scène alors que la situation fait plutôt office de décor. Cette « unité causale » bénéficie d'un avantage perceptif indéniable. Cette question a été examinée par Jones et Nisbett (1972) comme *l'effet acteur-observateur* et renvoie à la tendance des gens à

invoquer les caractéristiques dispositionnelles lorsqu'il s'agit d'expliquer le comportement d'autrui, mais de recourir à des explications situationnelles s'il faut rendre compte de leur propre conduite. Si, de toute évidence, la saillance perceptive joue un rôle (Storms, 1973), des différences informationnelles existent aussi entre les deux positions. L'acteur·rice dispose souvent de beaucoup d'informations sur son propre comportement, notamment à propos des différents contextes dans lesquels il·elle s'est déjà retrouvé·e précédemment, alors que les données sont bien plus limitées quand on peut observer une seule instance d'un comportement dans le seul contexte rencontré. Une méta-analyse impliquant pas moins de 172 études révèle que l'effet acteur-observateur est sans doute moins fiable qu'on ne le pense généralement (Malle, 2006). La différence tient surtout dans le type de conduites qui font l'objet d'une recherche d'explication dans le chef des un·e·s et des autres. Pour l'observateur·rice, il s'agit de comprendre les intentions qui sous-tendent des comportements observables. On cherche les raisons. De son côté, l'acteur s'interroge avant tout sur les comportements inattendus ou moins observables qu'il·elle est amené·e à réaliser. Il s'agit de trouver des causes. Mais il·elle peut parfois se retrouver dans une posture d'observateur·rice de son propre comportement et être tenté·e de mobiliser des traits de personnalité, notamment pour expliquer des actes posés dans le passé ou prévoir les conduites futures.

Les efforts de Malle, et il n'est pas le seul, soulignent la complexité du travail attributionnel. On est souvent bien en mal de pouvoir classer les explications en deux catégories bien distinctes. Si l'étudiant est surpris à tricher, il est probable qu'il invoquera des facteurs mêlant causes internes et externes, particulièrement quand on s'autorise à le laisser se justifier. Plus globalement, il semble aussi que certaines personnes manifestent une certaine prédilection pour recourir aux explications dispositionnelles alors que d'autres se montrent nettement moins empressées à cet égard et privilégient la situation. C'est le cas de ce que Rotter (1966) appelle les personnes avec un lieu de contrôle (« locus of control ») interne. Contrairement aux individus au lieu de contrôle externe, les premières préféreront nettement expliquer les événements par des causes dispositionnelles.

Plus récemment, Dweck et ses collègues (Chiu, Hong, & Dweck, 1997) parlent d'entitéistes pour évoquer les individus qui considèrent volontiers les traits de personnalité et autres dispositions individuelles comme des caractéristiques immuables. Notons au passage que le terme entité réfère ici à la personne et est donc exploité dans un sens différent de celui de Kelley. À l'inverse, les personnes qualifiées d'incrémentalistes embrassent l'idée du changement des facteurs dispositionnels et conçoivent que les forces situationnelles puissent modeler les conduites. Concrètement, face à un écolier qui peine à réussir en mathématiques, un entiéiste dira que les capacités de l'écolier rencontrent leurs limites et qu'il vaut mieux envisager un parcours scolaire qui inclut moins de mathématiques. À l'inverse, l'incrémentaliste estimera utile de déployer des démarches de remédiation en arguant que l'amélioration est possible et que les dispositions sont malléables.

À bien y réfléchir, les travaux qui précèdent se caractérisent de façon un peu ironique, par leur approche résolument dispositionnelle : l'explication du biais de correspondance se trouve du côté du·de la percevant·e. Un point de vue radicalement différent consiste à accorder un rôle prépondérant aux explications situationnelles du biais de correspondance en soulignant au contraire les contraintes pragmatiques, idéologiques, développementales, et même culturelles.

Sur le plan pragmatique, certain·e·s auteur·e·s notent en effet que le scénario des expériences classiques est biaisé dans le sens d'une incrimination de l'auteur·e du comportement (Miller, Schmidt, Meyer, & Colella, 1984) : la mission des participant·e·s consiste à savoir quel est le niveau de culture générale du·de la questionneur·euse et du·de la répondant·e (Ross et al., 1977) ou le degré d'anxiété de la jeune fille sur la vidéo (Gilbert, et al., 1988). Rien d'étonnant à ce que, si les expérimentateur·rice·s mettent initialement les gens en quête des contraintes situationnelles, ces derniers se montrent beaucoup moins préoccupés de trouver des causes dispositionnelles. Un biais de correspondance se produit dès lors au bénéfice de la situation (Krull, 1993).

Plus globalement, Jellison et Green (1981) ont mis en exergue l'existence d'une *norme d'internalité*. Si les gens invoquent volontiers des explications

internes, ce serait avant tout parce qu'ils en tirent des bénéfices, notamment en termes de présentation de soi. Les études confirment que les personnes qui rendent davantage compte des événements en termes dispositionnels sont préférées à celles qui se tournent préférentiellement vers des causes situationnelles. De façon intéressante, même si les enfants ont initialement tendance à mobiliser des explications situationnelles, certain·e·s écolier·ère·s pressentent très tôt les avantages, notamment en termes d'image, à recruter des explications dispositionnelles de leurs agissements face aux enseignant·e·s, ce que Beauvois et Dubois (1988) appellent la *clairvoyance normative*. Ces enfants estiment, et il·elle·s n'ont pas tort, que les enseignant·e·s les considéreront davantage compétent·e·s et prometteur·euse·s.

On le sait, les personnes qui se présentent comme progressistes sur le plan politique mettent plus volontiers en cause les circonstances, les aléas de la vie et, plus généralement, le rôle des institutions pour rendre compte des difficultés rencontrées par les sans-abris ou pour expliquer la criminalité que ne le font les personnes plus conservatrices. Skitka et ses collègues (2002) ont réalisé une série d'études qui donnent de l'eau au moulin des modèles cognitifs comme celui de Gilbert. Le premier élan des gens consiste à incriminer les individus. Pour peu que les ressources cognitives et motivationnelles soient disponibles, les individus plus à gauche sur le spectre politique prennent en compte les facteurs externes afin de mettre en phase le travail attributionnel avec leurs options idéologiques. Par exemple, s'ils sont confrontés à des tâches concurrentes au moment d'appréhender les informations concernant différentes victimes du SIDA, tant les participant·e·s progressistes que conservateur·rice·s sont peu enclin·e·s à accorder de l'aide à ces dernières si la maladie découle de leur manque de précaution (voir figure 2.14). En revanche, lorsque les participant·e·s ont tout loisir d'examiner les choses, les progressistes décident d'octroyer de l'aide significativement plus que ne le font les conservateurs.

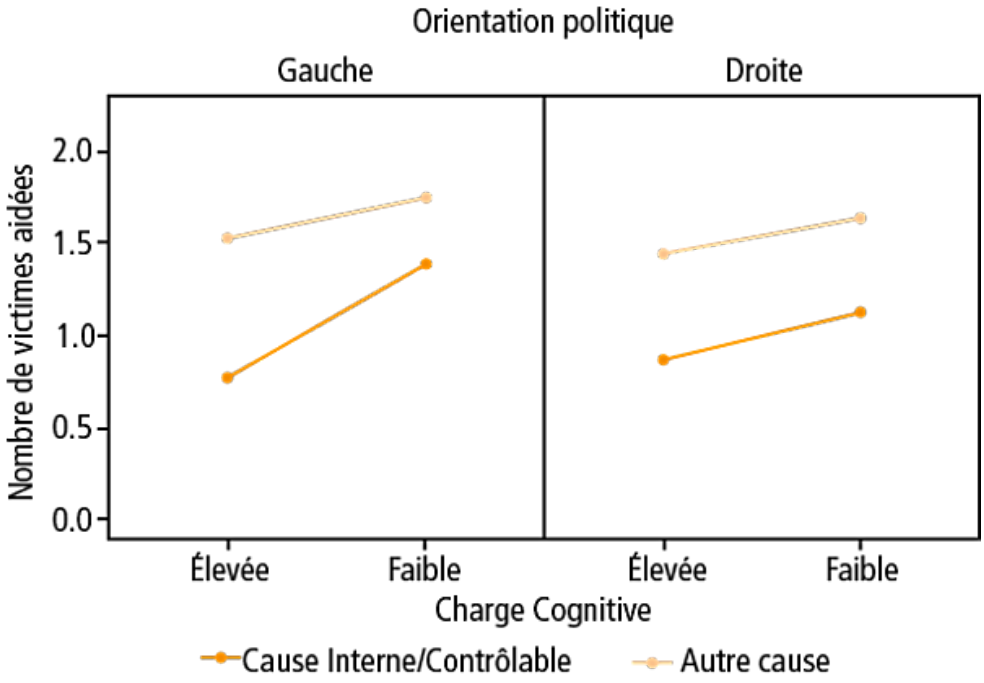


Figure 2.14. Nombre de victimes aidées en fonction de la charge cognitive et de l'orientation politique (d'après Skitka et al., 2002)

La culture module elle aussi la prise en compte relative des causes internes et externes, en lien sans doute avec les différences que l'on observe entre les conceptions occidentales et orientales de soi et de son insertion dans son environnement (Markus, Kitayama, & Heiman, 1996). Dans une étude devenue classique, Miller (1984) a montré que les enfants indien·ne·s sont aussi tenté·e·s que les enfants américain·e·s d'invoquer des explications situationnelles. À partir de 15 ans, les choses changent assez radicalement pour les Américain·e·s dans la mesure où ces dernier·ère·s donnent une préférence croissante aux explications dispositionnelles. Mais les différences culturelles peuvent se manifester au sein d'un même territoire. Ainsi, Newman (1991) a pu montrer que, dès l'âge de 11 ans, des enfants nord-américain·e·s se montrent déjà d'ardent·e·s supporter·rice·s des causes internes alors que c'est nettement moins le cas pour des enfants issu·e·s de l'immigration latino. Mais peut-on, par exemple, expliquer un meurtre ou une escroquerie de façon tellement différente selon la culture ? Apparemment oui. En se penchant sur la façon dont les quotidiens américains d'expression anglophone ou chinoise relataient les mêmes crimes et délits, Morris et Peng (1994) ont pu mettre en évidence des

différences culturelles marquées. Les analyses de contenu révèlent par exemple que les journaux anglophones évoquent les causes dispositionnelles d'un meurtre (les troubles de personnalité) tandis que les quotidiens d'expression chinoise mettent en avant les causes situationnelles (les relations entre les personnes, l'accessibilité d'armes, un licenciement récent, etc.). Pour autant, il ne faudrait pas en conclure que les intuitions géniales de Fritz Heider sur la prépondérance de l'explication dispositionnelle s'effacent totalement dans certaines cultures au profit d'une explication situationnelle. Comme le montrent Knowles et ses collègues (2001), les causes internes, et parmi elles la personnalité, restent un facteur explicatif de première importance. En revanche, il semble que les personnes appartenant à des cultures asiatiques ont davantage automatisé la prise en compte des facteurs situationnels si ces derniers s'avèrent pertinents.

3. Conclusions

La question de savoir ce qu'il faut penser des autres et de ce qu'il·elle·s font est au cœur des préoccupations de très nombreuses recherches en psychologie sociale. Se forger une impression sur autrui, comprendre les causes qui président à l'émergence de ses comportements est une activité cruciale, car elle nous permet de façonner nos propres conduites. À cet égard, les gens se montrent étonnamment prompts à invoquer des traits de personnalité. Ces derniers s'organisent en deux grandes dimensions et les liens qu'ils entretiennent les uns avec les autres orientent la manière dont nous construisons une interprétation d'autrui. De fait, le nombre de traits de personnalité disponibles dans le vocabulaire est tout simplement astronomique. Rien d'étonnant à cela ! Recourir à des causes internes, et la personnalité est « le » facteur de choix à cet égard, offre l'illusion d'un contrôle sur les événements. Les observateur·rice·s pensent ainsi pouvoir s'appuyer sur des bases solides pour orienter leur comportement face à ceux·elles qui les entourent. Ce faisant, il·elle·s tendent à ignorer les facteurs contextuels qui pèsent sur la personne qu'il·elle·s jugent autant que sur leur propre activité de jugement. Il·Elle·s croient peut-être accéder à la

nature profonde d’autrui alors qu’il·elle·s ne font souvent qu’y trouver le produit de leurs propres attentes.

Les premiers modèles, tels celui de Kelley ou de Jones et Davis, préconisaient une « bonne façon » d’expliquer le comportement, rendant ces modèles *normatifs*. Au fil des recherches, de tels modèles ont laissé la place à des conceptions solidement enracinées dans les recherches portant sur les processus cognitifs et les structures nerveuses associées. Tout indique qu’après une lecture dispositionnelle largement automatisée, les individus sont en mesure de moduler leurs conclusions en intégrant des éléments situationnels, mais pour autant qu’ils disposent des motivations et des ressources cognitives, ce qui est loin d’être acquis. Plus largement, les options idéologiques des individus tempèrent quelque peu l’inclination première de mettre en cause la nature profonde des personnes. Les cultures orientales prônent elles aussi une mise en avant des facteurs situationnels. En définitive, le biais de correspondance imprime sa marque sur la plupart des inférences que les gens formulent à propos d’autrui et du monde. Du coup, on ne sera pas surpris de constater que de nombreux phénomènes abordés dans la suite de cet ouvrage peuvent se lire comme une conséquence directe de la mise en cause des auteur·e·s des conduites plutôt que des contextes.

---

1. Même si de nombreux animaux comme les chimpanzés, les chiens ou certains corvidés disposent de compétences plus élémentaires relevant de la « théorie de l’esprit ».

2. Le positionnement multidimensionnel *(multidimensional scaling)*.

L’essentiel

Résumé

Juger autrui est une activité courante et indispensable. Dans ce chapitre, nous avons envisagé dans un premier temps la manière dont se forment les premières impressions, et les notions de théorie de théorie implicite de la personnalité, ou encore les deux dimensions qui les président. Les facteurs internes sont fréquemment invoqués pour expliquer le jugement, mais il semble qu’il ne faille nullement ignorer les causes situationnelles, tant elles touchent à la fois la personne jugée que le jugement lui-même. Ces dernières années, les premiers modèles explicatifs de ce phénomène ont laissé quelque place aux approches nouvelles. Aujourd’hui, on considère qu’un premier jugement rapide recourt largement aux facteurs dispositionnels, mais que ces derniers peuvent être modulés en intégrant des éléments situationnels. La culture a également son rôle à jouer dans ce processus.

Questions pour s’auto-évaluer

1. Quelles sont les grandes dimensions de la formation d’impression? Quelles relations entretiennent-elles entre elles

?

2. Décrivez deux croyances relevant de théories implicites de la personnalité qui vous paraissent répandues.

3. Selon le modèle de Kelley, dans quelles conditions est-on susceptible d'attribuer les succès d'une personnalité sportive à son talent personnel ?

4. Un professeur dit d'une élève qu'elle est très forte en mathématiques. Comment distinguer une approche descriptive d'une approche évaluative de cette affirmation ?

5. Imaginez que vous deviez évaluer une candidate lors d'une procédure de recrutement. Si votre système 2 était complètement inopérant, décrivez comment vous utiliseriez l'information à votre disposition pour aboutir à une décision. Comment feriez-vous si votre système 1 était neutralisé?

Lectures pour aller plus loin

En Français

Dubois, N. (2009). *La norme d'internalité et le libéralisme*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

Leyens, J.-Ph, & Scaillet, N. (2012). *Sommes-nous tous des psychologues ?* Bruxelles: Mardaga

Ric, F., & Muller, D. (2017) *La cognition sociale*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

Gauvrit, N., & Delouvée, S. (2019). *Des têtes bien faites: Défense de l'esprit critique*. Paris: PUF.

En Anglais

Gosling, S. D. (2008). *Snoop: What your stuff says about you*. New York: Basic books.

Jussim, L. (2012). *Social perception and social reality: Why accuracy dominates bias and self-fulfilling prophecy*. Oxford: Oxford University Press.

Gilbert, D. T. (1998). *Ordinary personology*. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), The Handbook of Social Psychology (4th ed., Vol. 2, pp. 89-150). New York: McGraw-Hill.

Pour illustrer

L’erreur fondamentale d’attribution et l’effet Julien Lepers par Nicole Dubois.

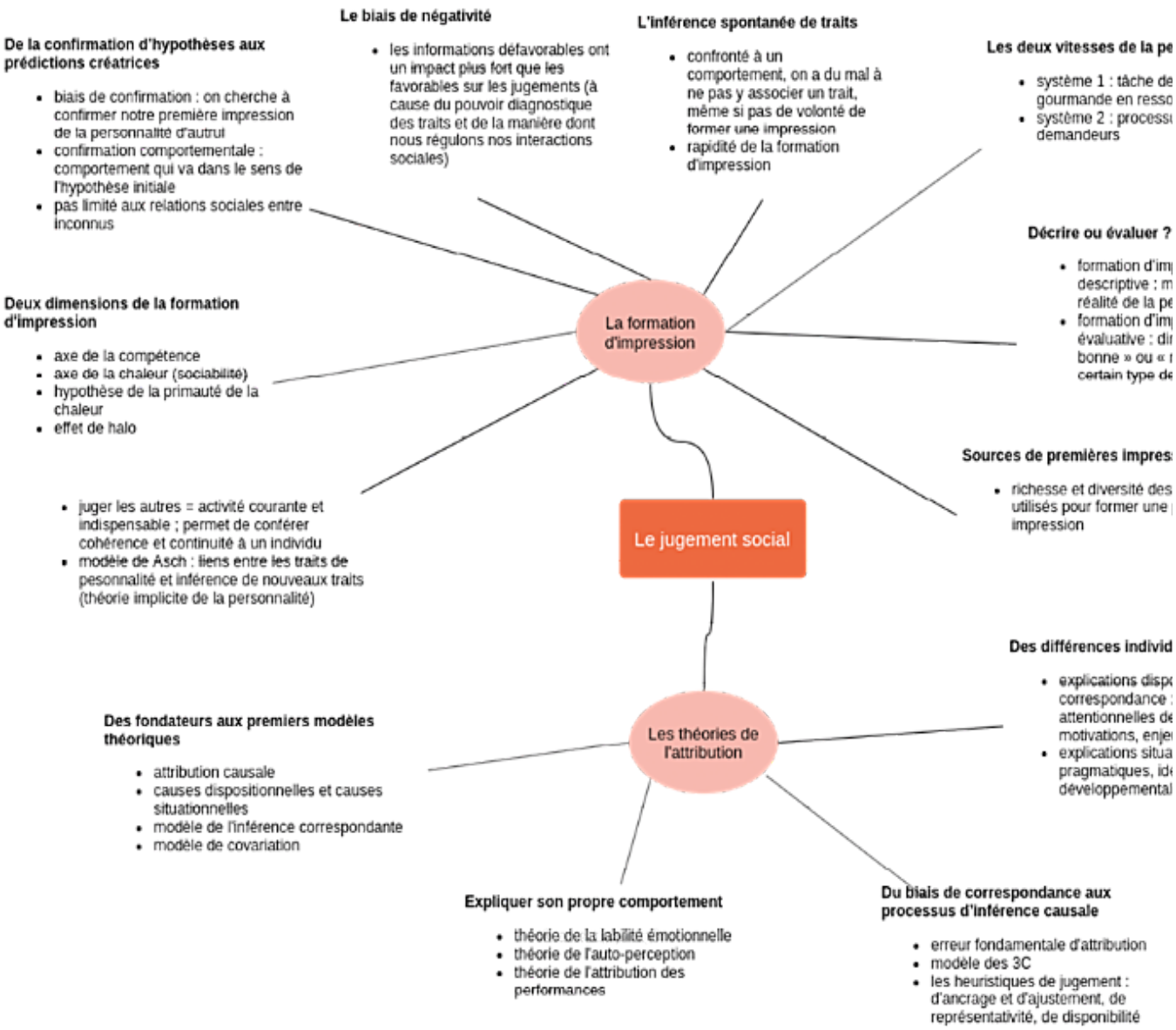
L’effet Julien Lepers – autre vidéo.

Le biais de confirmation.

« Pourquoi ce n’est pas de ma faute ? ». Vidéo sur différents biais égocentriques dans l’attribution.

Les biais cognitifs, amorçage & racisme.




Le jugement social
La formation d'impression
De la confirmation d'hypothèses aux prédictions créatrices
biais de confirmation : on cherche à confirmer notre première impression de la personnalité d'autrui
confirmation comportementale : comportement qui va dans le sens de l'hypothèse initiale
pas limité aux relations sociales entre inconnus
Le biais de négativité
les informations défavorables ont un impact plus fort que les favorables sur les jugements (à cause du pouvoir diagnostique des traits et de la manière dont nous régulons nos interactions sociales)
L'inférence spontanée de traits
confronté à un comportement, on a du mal à ne pas y associer un trait, même si pas de volonté de former une impression
rapidité de la formation d'impression
Les deux vitesses de la pe
système 1 : tâche de gourmande en resso
système 2 : processu demandeurs
Décrire ou évaluer ?
formation d'im descriptive : m réalité de la pe
formation d'im évaluative : di bonne » ou « certain type de
Sources de premières impres
richesse et diversité des utilisés pour former une impression
Deux dimensions de la formation d'impression
axe de la compétence
axe de la chaleur (sociabilité)
hypothèse de la primauté de la chaleur
effet de halo
juger les autres = activité courante et indispensable ; permet de conférer cohérence et continuité à un individu
modèle de Asch : liens entre les traits de pesonnalité et inférence de nouveaux traits (théorie implicite de la personnalité)
Les théories de l'attribution
Des fondateurs aux premiers modèles théoriques
attribution causale
causes dispositionnelles et causes situationnelles
modèle de l'inférence correspondante
modèle de covariation
Des différences individ
explications dispo correspondance attentionnelles de motivations, enje
explications situa pragmatiques, id développemental
Expliquer son propre comportement
théorie de la labilité émotionnelle
théorie de l'auto-perception
théorie de l'attribution des performances
Du biais de correspondance aux processus d'inférence causale
erreur fondamentale d'attribution
modèle des 3C
les heuristiques de jugement : d'ancrage et d'ajustement, de représentativité, de disponibilité

CHAPITRE

3

La perception des groupes

Dans ce chapitre, nous examinons ce qui se trouve à la base de l'utilisation des stéréotypes, à savoir la catégorisation sociale. Nous examinons dans la foulée la manière de mesurer les stéréotypes et certaines de leurs propriétés les plus importantes. Nous abordons ensuite les facteurs qui contribuent à forger certaines images stéréotypées au sujet des divers groupes qui nous entourent. De toute évidence, à côté de leurs expériences directes, les gens sont aussi fortement marqués par des informations reçues de manière plus indirecte par d'autres canaux d'information, qu'il s'agisse des parents, des pairs, ou des médias. Les stéréotypes sont des outils cognitifs

extraordinaires, car ils donnent le sentiment d’expliquer le monde qui nous entoure. Mieux, au-delà d’une interprétation satisfaisante, ils constituent souvent une forme de rationalisation et permettent dès lors de justifier les positions des un·e·s et des autres dans la hiérarchie sociale, avec toutes les conséquences qui y sont attachées. Enfin, nous voyons comment les croyances stéréotypées sont susceptibles de changer.

Connaissez-vous la nouvelle d'Alphonse Daudet (1869) intitulée « Le Curé de Cucugnan » ? Pour remettre ses paroissien·ne·s sur le droit chemin, le prêtre leur assène un sermon qui reprend par le détail son dernier rêve en date. Dans celui-ci, le curé avait passé l'arme à gauche. Lorsqu'il arrive au ciel, quels ne sont pas sa surprise et son effroi de ne trouver aucun·e de ses concitoyen·ne·s au paradis, ni même au purgatoire. Finalement, il découvre que toutes ses ouailles ont été reléguées en enfer. Pour bien comprendre toute l'emprise des stéréotypes, il est amusant de faire appel à cette même métaphore du paradis et de l'enfer. Ainsi, il se dit qu'au paradis, les cuisiniers sont français, les policiers sont anglais, les travailleurs sont allemands, les amants sont italiens, et tout ce beau monde est organisé par des Suisses. La félicité d'un tel lieu ne fait guère de doute quand on apprend qu'en enfer, les cuisiniers sont anglais, les policiers sont allemands, les travailleurs sont français, les amants sont suisses, et l'organisation est dans les mains des Italiens !

S'il est difficile de ne pas sourire à cette évocation, c'est que tous et toutes, nous avons emmagasiné une série impressionnante d'images, d'a priori, de stéréotypes à propos de toutes ces nationalités. Et le champ d'application des stéréotypes va bien au-delà des pays qui nous entourent et de leurs habitant·e·s. Il existe des stéréotypes sur la quasi-totalité des groupes humains que nous pouvons imaginer. Des travaux montrent que nous aurions même des vues tranchées sur des groupes que nous ne connaissons pas, et pour cause, les chercheurs les avaient inventés pour le besoin de l'étude (Hoffman & Hurst, 1990). Ce chapitre est consacré à la perception des groupes. Si des liens manifestes existent avec le chapitre précédent qui portait sur les personnes, les travaux, et singulièrement ceux portant sur les stéréotypes, mettent aussi en évidence des différences assez marquées. De plus, les stéréotypes exercent un impact massif dans notre fonctionnement quotidien, car ils alimentent des préjugés et nourrissent la discrimination dont sont malheureusement victimes trop de personnes.

D'emblée, il convient d'ailleurs de bien distinguer ces trois concepts (Whitley & Kite, 2013 ; Yzerbyt & Demoulin, 2019). S'ils font parfois l'objet d'une confusion dans l'esprit du grand public, ils renvoient chacun à des réalités différentes aux yeux des psychologues sociaux. Les stéréotypes concernent les croyances et les opinions des gens concernant les

caractéristiques associées à divers groupes et à leurs membres (Klein, Wollast, & Eberlen, 2018 ; Yzerbyt, 2016). Les préjugés sont quant à eux les réactions affectives, les émotions, les sentiments qu'évoquent ces divers groupes (Yzerbyt & Aubé, 2018). Enfin, la discrimination se réfère aux conduites posées par les un·e·s et les autres et dans lesquelles se font jour des différences de traitement envers les membres d'un groupe par comparaison à ceux d'un autre groupe (Faniko et al., 2018). Ces trois notions font écho à une distinction récurrente au sein de la discipline entre les dimensions cognitive, affective et comportementale, distinction qui sous-tend nombre de thématiques présentées dans ce manuel. Précieuse sur le plan analytique, cette distinction reste délicate à mettre œuvre de manière stricte dès lors qu'on se penche sur la complexité de l'expérience humaine, par exemple la perception des groupes. En d'autres termes, si les recherches examinées au long de ce chapitre abordent avant tout les stéréotypes, nous verrons que les autres aspects seront inévitablement concernés. Nous réservons toutefois le traitement approfondi des préjugés et de la discrimination à un chapitre ultérieur sur les relations intergroupes.

Walter Lippman (1922) est souvent crédité pour avoir le premier introduit le terme « stéréotype » dans le champ des sciences sociales. En tant qu'éditorialiste et penseur politique américain, il emprunte au monde de l'imprimerie ce terme qui, à l'origine, renvoyait à un bloc métallique obtenu par le moulage d'une page entière de caractères mobiles et destiné à réaliser plusieurs tirages identiques. Le terme « stéréotype » mêle donc l'idée de caractère (typos) et celle de solide et ferme (stereos). D'autres disciplines comme la littérature exploitent elles aussi la notion pour évoquer l'emploi de formules routinières, répétitives, voire éculées. Plutôt que de donner une définition formelle, Lippman préfère quant à lui avancer l'idée d'« images dans la tête » qui constituent un environnement construit par les gens pour rendre compte de leur réalité sociale. Au fond, les gens ne répondent pas de manière directe à l'environnement externe, mais à une représentation qu'ils s'en font. À l'instar de nos cartes routières ou de nos itinéraires GPS qui n'épuisent pas la réalité loin s'en faut, les stéréotypes permettent toutefois de naviguer efficacement dans notre environnement social. Dès lors, on le comprend bien, c'est une construction de la réalité qui reflète aussi les enjeux des observateur·rice·s. Lippman considère que les stéréotypes se

situent au confluent de la réalité et des grilles de lecture des individus. Ils mêlent des éléments cognitifs et affectifs permettant d'ancrer l'action et de justifier l'état du monde. Si cette vision englobante anticipe la richesse des travaux actuels en psychologie sociale, force est de constater que la majorité des chercheur·e·s qui ont abordé cette question depuis près d'un siècle mettront surtout l'accent sur les dérives et les erreurs qu'entraînent de tels raccourcis de pensée.

1. La catégorisation sociale et les stéréotypes

1.1. La catégorisation sociale

Quels facteurs font que des individus sont perçus comme formant un groupe ? Toutes les caractéristiques ne se valent pas. Le fait d'arpenter le trottoir de l'autre côté de la rue où vous marchez constituera un piètre critère pour estimer que les individus « d'en face » forment un groupe. Pour autant, dans certains contextes, il est assez aisé de voir des gens comme une entité sociale, comme un groupe. Pensez à la dernière fois que vous avez croisé des personnes en pleine conversation. Spontanément, on contourne le « groupe », car les interlocuteur·rice·s ne sont plus traité·e·s comme des individus isolés. L'élément décisif pour parler d'un groupe est que les « cibles » présentent une caractéristique commune qui ait un sens pour elles-mêmes ou aux yeux des témoins. En revanche, tous les groupes ne sont pas équivalents. Lickel et ses collaborateurs (Lickel, Hamilton, & Sherman, 2001) se sont penchés sur les variétés de groupes que l'on peut rencontrer. Ils ont présenté une quarantaine de groupes à leurs participant·e·s et leur ont demandé de les évaluer sur une série de huit propriétés telles que la longévité, la taille, les objectifs, les interactions, la similitude entre les membres, etc. En définitive, quatre types de groupes émergent : à côté des groupes intimes (par ex., la famille) et des associations fortuites (par ex., une file de clients devant la boucherie), on trouve les groupes à tâche (par ex., une équipe de football ou une organisation) et les catégories sociales (par ex., les femmes ou les coiffeurs). C'est d'ailleurs cette distinction qui

retiendra notre attention dans les ***chapitres 12 et 13*** quand nous parlerons des relations intragroupes d'une part et des relations intergroupes d'autre part.

Pourquoi sommes-nous tellement tenté·e·s de placer les individus que nous croisons dans des groupes ? Parce que cela nous permet de gérer des quantités très importantes d'informations de manière efficace. Plus besoin de prendre en compte des singularités en tous sens. Il suffit de penser au groupe dans son ensemble. Mais cette opération n'est pas totalement neutre sur le plan du contenu des informations. Une fois placé·e dans un groupe plutôt qu'un autre, des transformations subtiles vont opérer. C'est à Henri Tajfel qu'on doit d'avoir conduit l'expérience la plus illustrative à cet égard. Ce chercheur a notamment été influencé par Jérôme Bruner, le père de la perspective du New Look (voir encart). Une des illustrations les plus fameuses de cette perspective qui promeut la prise en compte simultanée de la perception et de la motivation résidait dans la tendance des enfants à surévaluer la taille des pièces de monnaie de grande valeur, une expérience que Tajfel répliquera avant de s'embarquer pour les États-Unis. Pensez à la pièce d'un EURO d'aujourd'hui. Beaucoup pensent spontanément qu'elle est plus grande que celle de 50 centimes alors que c'est l'inverse. Plutôt que de parler de simple surestimation causée par la motivation, Tajfel (1959) invoque le rôle de la catégorisation. L'hypothèse est la suivante : lorsqu'une classification est corrélée avec une dimension continue, il y aura une tendance à exagérer les différences sur cette dimension entre les items qui tombent dans des classes distinctes et à minimiser les différences à l'intérieur de chacune des classes (Tajfel, 1981, p. 133). Avec Wilkes (1963), il conduit une expérience au cours de laquelle les participant·e·s voyaient une série de lignes de longueurs inégales et devaient estimer leur longueur objective (voir figure 3.1).

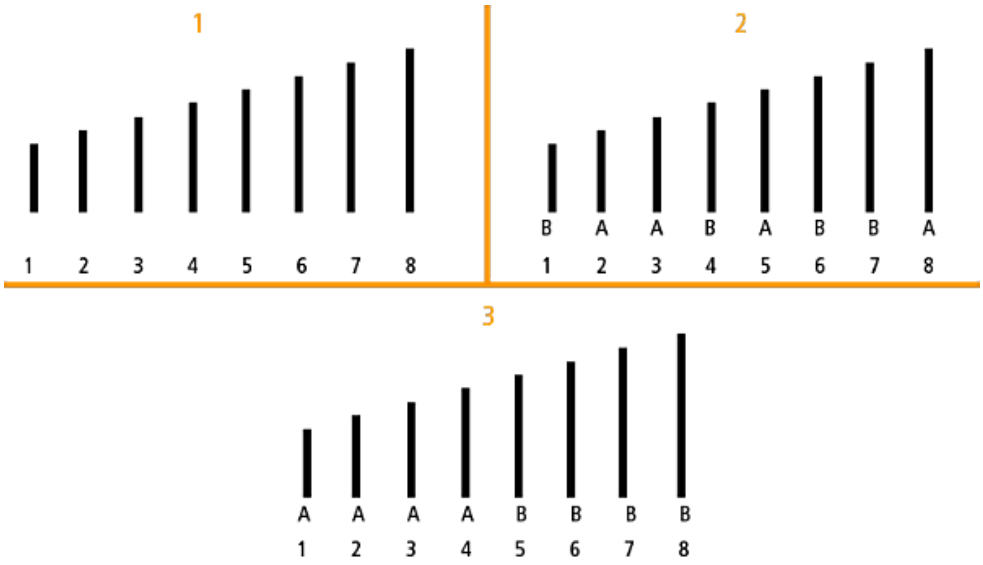


Figure 3.1. Les trois conditions expérimentales de Tajfel et Wilkes (1963)

Dans une des conditions, les lignes sont présentées une à une en l'absence de lettre. Dans une deuxième condition, les lignes sont associées au hasard avec la lettre A ou la lettre B. Globalement, ces participants parviennent à estimer les longueurs objectives des lignes. Dans une troisième condition, la même lettre A accompagne toujours les lignes les plus courtes alors que les lignes les plus longues sont flanquées de la lettre B. On le voit, cette condition opérationnalise le caractère systématique du lien entre une classification et une dimension continue de la façon la plus élémentaire qui soit. Du coup, on peut s'attendre à ce que les lignes affublées de la même lettre paraissent plus semblables entre elles et plus différentes des autres lignes que ce n'est le cas en réalité. À vrai dire, les résultats originaux montrent que seules les différences intercatégorielles sont exacerbées, un phénomène qualifié d'accentuation catégorielle (Corneille, Klein, Lambert, & Judd, 2002). Comme on le voit sur la figure 3.2, les sujets surestiment en effet la distance entre la ligne 4 et la ligne 5 lorsqu'elles sont catégorisées de façon systématique par rapport aux deux autres conditions (regroupées sur ce graphique).

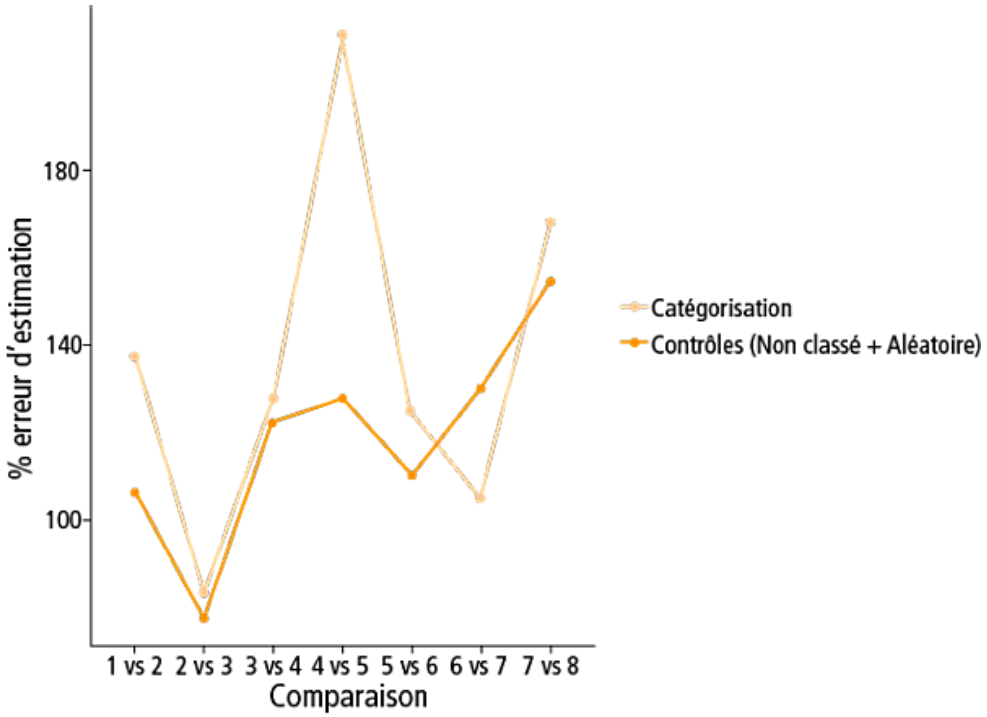


Figure 3.2. Pourcentage d'erreur d'estimation en fonction de la position de la ligne (d'après Tajfel & Wilkes, 1963)

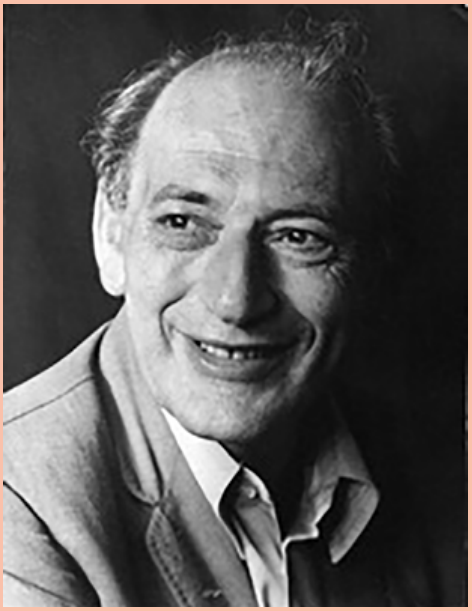
D'autres résultats ont depuis confirmé les hypothèses de Tajfel en ce compris l'accentuation intra-catégorielle (Eiser, 1990). Ainsi, les gens estiment que les températures journalières sont plus semblables pour deux jours consécutifs d'un même mois de l'année que pour deux jours qui marquent le passage d'un mois à l'autre (Krueger & Clement, 1994).

Il est difficile de surestimer l'impact de l'étude de Tajfel et Wilkes (1963), dont les implications relatives à la perception des groupes ne tarderont pas à être soulignées. Dans une expérience de Wilder (1977), par exemple, les participant·e·s devaient écouter un enregistrement d'une discussion entre plusieurs individus. Soit la discussion impliquait des membres d'un même groupe, soit de deux groupes différents, soit encore un agrégat d'individus. On arrêtait l'enregistrement après qu'une personne avait exprimé son opinion. Les participant·e·s devaient alors deviner les réactions des autres, de la plus semblable à la plus différente. C'est bien lorsque la discussion impliquait prétendument les membres d'un même groupe que les participant·e·s pensaient que l'intervenant·e suivant·e aurait une opinion la plus semblable. À l'inverse, l'existence présumée de deux groupes incitait

les participant·e·s à prédire que l'opinion de l'intervenant·e suivant·e se démarquerait le plus.

Psycho sociale en questions

Une grande figure de la psychologie sociale : Henri Tajfel



Scientifique d'une stature peu commune, Henri Tajfel est aussi un personnage incroyable. D'origine juive, il voit le jour en 1919 dans la Pologne de l'entre-deux-guerres, un lieu et une époque où sévissent à la fois un antisémitisme décomplexé et un nationalisme affirmé. Les conflits d'identité se manifestent déjà comme une caractéristique majeure de son existence. Élève brillant, il bute contre l'impossibilité d'entrer à l'université dans son pays natal et décide en 1937 de se rendre en France pour y entamer un parcours universitaire. Dirigée par un gouvernement socialiste et réputée pour son intelligentsia juive, la France apparaît à ce moment comme une véritable terre d'accueil, attirant plus de deux millions d'immigré·e·s de tous horizons. Parmi les centaines de milliers de jeunes gens venus de l'Est pour atteindre cette terre promise de l'époque qu'est l'Europe de l'Ouest, on compte énormément de Polonais·e·s, le plus souvent des juif·ve·s. Mais les attentes sont souvent déçues, la situation économique étant loin d'être aussi florissante qu'espérée. Il ne faut pas longtemps pour que la population pointe la responsabilité des nouveaux arrivants, avec le traditionnel cortège de comportements vexatoires et de

mesures discriminatoires à l'encontre des étranger·ère·s. Qu'à cela ne tienne, Henri Tajfel étudie, la chimie, à Toulouse d'abord puis à Paris. Ses études ne le passionnent guère et il préfère s'imprégner de la langue et de la culture française. Mais le pire est à venir. Lorsque la guerre éclate, il s'engage dans l'armée française. Rapidement fait prisonnier, il est incarcéré dans différents camps militaires. À plusieurs reprises, la séparation des hommes sur base de leur nationalité et sa discrétion sur son identité juive lui permettront, lui le soldat français, d'échapper à un sort funeste. À la libération, il reprend des études à la Sorbonne, de psychologie cette fois, grâce à une bourse octroyée aux anciens prisonniers de guerre. Mais très rapidement il travaille pour le compte d'organisations, notamment américaines et juives, œuvrant à la prise en charge des nombreuses personnes déplacées, dont des orphelin·e·s juif·ve·s. En France d'abord, puis en Belgique où il s'inscrit à l'Université libre de Bruxelles et y décroche un diplôme de candidature en psychologie, puis en Allemagne. Au terme de ses contrats, il migre vers l'Angleterre, le pays de son épouse rencontrée quelques années plus tôt. À défaut de pouvoir valoriser son parcours académique antérieur, il recommence des études de psychologie en Angleterre. Diplômé, sa carrière est rapidement sur les rails. Il fera plusieurs séjours d'étude aux États-Unis, singulièrement à Harvard où il se liera d'amitié avec le père du « New Look », Jérôme Bruner. Homme d'ambition, intellectuel brillant, voyageur infatigable, personnage haut en couleur, il sera un des principaux artisans, avec Serge Moscovici, Jozef Nuttin Jr., et d'autres, de la mise sur pied de l'Association Européenne de Psychologie Sociale, la société savante de référence dans le champ en Europe, veillant en particulier à nouer des liens avec les pays d'Europe de l'Est totalement isolés à l'époque. Sa production scientifique et son impact intellectuel comptent sans nul doute parmi les plus significatifs de la discipline.

Dans une expérience qui fait date et s'agissant toujours de catégories sociales, Taylor, Fiske, Etcoff et Ruderman (1978) entendaient montrer comment les observateur·rice·s exploitent spontanément des informations catégorielles à leur disposition. Le paradigme du « qui-dit-quoi ? » consiste à présenter aux participant·e·s des comptes-rendus de discussions impliquant des locuteurs et locutrices tantôt de sexes différents tantôt de « races » différentes. Une fois la discussion terminée, l'expérimentatrice administre une tâche de mémoire inattendue. Les sujets devaient attribuer ces énoncés à leur source. Les erreurs commises par les sujets dans cette tâche permettent d'évaluer l'effet de la catégorisation : s'ils ont tendance à attribuer des énoncés produits par des femmes à d'autres femmes, mais pas à des hommes, cela suggère que le sexe a été utilisé pour catégoriser les cibles. La même chose vaut pour les discussions mettant en jeu des locuteur·rice·s de couleur de peau différente (« Noir » vs « Blanc »). En d'autres termes, plus les erreurs intra-catégorielles sont nombreuses par rapport aux erreurs inter-catégorielles, plus la catégorisation a dû opérer. De toute évidence, la perception est toujours une affaire de catégorisation.

Ce qui fait qu'une personne sera considérée comme faisant partie du même groupe qu'une autre découle du fait qu'on leur reconnaît des caractéristiques communes pertinentes dans le contexte. Ainsi, nombre de Français·es et de Belges qui se retrouvent un jour aux États-Unis et font une rencontre avec des Allemand·e·s ou des Italien·ne·s ont le sentiment très affirmé de cette communauté qui caractérise les Européen·ne·s face aux Américain·e·s. Reste que certaines catégories s'imposent davantage que d'autres. C'est le cas des caractéristiques physiques comme le sexe et l'âge, comme le révèlent des travaux de Brewer (1988 ; Brewer et Lui, 1989) qui prennent un soin tout particulier à ne pas recourir à des éléments de langage. Les participant·e·s recevaient un ensemble de 140 photos d'adultes d'origine européenne et devaient regrouper les photos en au moins 6 catégories et pas plus de 12 sur base de leurs similitudes sur le plan des caractéristiques physiques, des types de caractères ou de personnalité, ou des traits et des états psychologiques. Dans les deux premiers cas, l'âge et le sexe se révélaient de bons prédicteurs des regroupements, au contraire de ce qui se passe pour les états psychologiques. À côté de l'âge et du sexe, la « race » vient également orchestrer les classements (Fiske, 1998).

Si ces catégories « premières » sont constamment à l'affut pour organiser notre perception, une série d'autres facteurs orientent le cours des choses. Et ce n'est pas étonnant au vu de la myriade de dimensions autour desquelles il est possible de décliner les caractéristiques des gens qui nous entourent. Telle collègue de l'université est une professeure de sociologie, certes, mais elle est aussi fille d'immigré italien, passionnée du Japon, experte en thés de toutes sortes, adepte de la Zumba, amatrice de jardinage, férue de théâtre lorsqu'elle était adolescente, conscientisée et active sur le plan politique, et maman de deux charmants enfants. Chacune de ces catégories renvoie à des aspects très différents. Qu'est-ce qui oriente le choix des observateur·rice·s ?

On peut ranger un premier groupe de facteurs sous l'appellation d'accessibilité. Ainsi, ce que des chercheur·e·s appellent « l'effet solo » renvoie à une forme de saillance perceptive et au fait que nous sommes sensibles à ce qui sort du lot. Par exemple, une étudiante au milieu d'un parterre d'étudiants ingénieurs aura tôt fait d'aiguiller sur l'appartenance sexuelle. Les besoins du moment, les objectifs sont également déterminants. Si vous rencontrez une infirmière congolaise aux urgences, ce qui sera pertinent c'est son expertise médicale et vous serez attentif·ve à ses compétences en la matière (Smith & Zarate, 1990). Enfin, l'accessibilité cognitive de certaines catégories, qu'elle soit temporaire ou davantage chronique, joue également un rôle. Ainsi, si vous apprenez qu'une tuerie de masse vient d'être perpétrée par un militant blanc d'extrême droite dans une mosquée, les gens que vous verrez ensuite dans les transports en commun seront plus volontiers catégorisés en termes de leur appartenance ethnico-religieuse qu'en fonction de leur âge ou leur sexe (Higgins, 1996). D'autres catégories s'immiscent de manière plus récurrente dans la manière dont on peut aborder autrui. Ce que Markus (1977) a appelé les *schémas personnels* (voir aussi Chapitre 4) jouent un rôle certain à cet égard. Telle personne se voit comme fondamentalement honnête. Telle autre se définit comme profondément chrétienne. L'une et l'autre auront sans doute tendance à aborder autrui en recourant de façon préférentielle à cette grille de lecture, divisant le monde en gens honnêtes et malhonnêtes pour la première et en chrétien·ne et non chrétien·ne pour la seconde. On comprend bien que ce principe puisse être à l'œuvre pour des personnes qui nourrissent de solides

préjugés. Une personne homophobe en appelle constamment à la catégorie des hétérosexuel·le·s et des homosexuel·le·s. Il en va de même pour des suprémacistes blancs et autres racistes (Lepore & Brown, 1997).

Outre l'accessibilité d'une catégorie ou l'autre, le fait d'assigner un individu à telle ou telle catégorie sera fonction de la similitude entre cet individu et une catégorie qui pourra être mobilisée. Si une personne s'avère très ou peu typique des noir·e·s, elle sera plus ou moins facilement rangée dans cette catégorie. La situation ou son comportement contribuent également à orienter le choix de la catégorie. Dans une expérience de Macrae, Bodenhausen et Milne (1995), les participant·e·s visionnaient un court extrait vidéo montrant une Asiatique en train de manger des nouilles avec des baguettes dans une condition ou occupée à se remaquiller devant un miroir dans une autre. Dans le premier cas, la catégorie chinoise était mise en éveil tandis que c'est la catégorie femme qui était mobilisée dans le second cas. Cet exemple montre combien catégories et attributs fonctionnent souvent main dans la main.

Catégories, attributs et rock progressif

Bien entendu, les choses peuvent déraper. Une anecdote fournit une belle illustration à cet égard. Un jour, un animateur de TV unijambiste dit à Frank Zappa, un célèbre musicien rock des seventies : « Si j'en juge d'après vos cheveux longs, vous êtes une fille », Zappa répond du tac au tac : « Si j'en juge d'après votre jambe de bois, vous êtes une table. »

De façon remarquable, les caractéristiques propres à définir chacune des catégories, et qui correspondent donc à des stéréotypes, ne sont pas aussi évidentes ni indissociables de la catégorie qu'il y parait (Oakes, Haslam, & Turner, 1994). D'une part, la signification sociale des caractéristiques permet d'orienter la nature des catégories qui seront retenues, ce que ces auteurs appellent l'adéquation normative. Ainsi, si des femmes parlent du réchauffement climatique et que des hommes s'inquiètent des retombées que la prise en compte du développement durable pourrait avoir sur

l’économie, on sera tenté d’utiliser une catégorisation en termes politiques plutôt que sexuels. D’autre part, selon les autres catégories spécifiques mobilisées dans le contexte, des caractéristiques différentes pourront s’avérer pertinentes pour définir les différents groupes, ce qu’on qualifie d’adéquation comparative. Que l’on compare des Canadien·ne·s à des Brésilien·ne·s ou à des Allemand·e·s et des stéréotypes différents seront à l’ordre du jour. Dans le premier cas, les Canadiens apparaîtront comme des gens plutôt compétents, organisés et travailleurs tandis que leur jovialité, leur humour et leur sensibilité s’imposeront dans la seconde situation (Kervyn et al., 2010, voir aussi Doise, Deschamps, & Meyer 1978). C’est au point que certains aspects pourtant incohérents avec la catégorisation de prédilection passeront parfois complètement inaperçus. Les lèvres pincées des primates supérieurs ne sont pas du tout compatibles avec la description que l’on retrouve chez certains groupes ultra-racistes qui considèrent des personnes d’origine africaine plus proches de ces grands singes que ne le sont les personnes d’origine européenne. Même des facteurs contextuels en apparence anodins peuvent jouer un rôle. Schaller, Park et Mueller (2003) montrent ainsi que le trait « dangereux » est plus facilement évoqué à propos des hommes noirs américains lorsque les gens se retrouvent dans un environnement plus sombre. La plasticité dans la liste des attributs typiquement associés aux catégories en fonction du contexte est hélas un des aspects les plus occultés qui soit. Comme on le verra plus loin, cela découle du sentiment subjectif prévalent que les groupes sont affublés sans le moindre doute de certains caractères et pas d’autres. La réalité est bien plus nuancée et montre toute la flexibilité de la perception sociale.

On le voit, buts et schémas personnels forment le contexte du côté des observateur·rice·s tandis que les caractéristiques propres à la cible et les catégories concurrentes constituent la toile de fond environnementale. Ce sont là autant d’éléments qui conduisent à la mise en éveil, on dira l’activation, d’une catégorie particulière.

1.2. La mesure des stéréotypes

Mesurer les stéréotypes ne présente, en première analyse, aucune difficulté. Et c’est vrai que pour savoir ce que les gens pensent des toxicomanes, des Wallon·ne·s, ou des pompiers, on n’a pas le sentiment qu’il faille

développer des trésors d'imagination. Il suffit de demander et le flot de réactions permet de se faire une idée assez exacte de ce que les gens pensent. Pour d'autres groupes cibles, les handicapé·e·s pour ne prendre que cet exemple, il est bien moins certain que vous puissiez faire une confiance aveugle à vos interlocuteur·rice·s (Rohmer & Louvet, 2012, 2018).

La mesure des stéréotypes la plus connue est sans conteste celle qui consiste à recueillir les traits de personnalité que s'accordent à utiliser les un·e·s et les autres pour décrire un groupe. Leurs initiateurs, Katz et Braly (1933) ont procédé en deux temps. Ils ont d'abord réalisé une étude pilote en invitant leurs étudiant·e·s de l'université Princeton à classer par ordre de préférence dix groupes, parmi lesquels les Américain·e·s bien sûr, mais aussi les Allemand·e·s, les Italien·ne·s, les Noir·e·s, etc., et à fournir les divers traits qui leur venaient spontanément à l'esprit concernant ces groupes. Ils ont ensuite concocté une liste de 84 traits qu'ils ont proposée à 100 autres étudiant·e·s en leur demandant d'en sélectionner 5 par groupe. Les données révèlent que les Italien·ne·s sont vus comme impulsif·ve·s, artistiques et passionné·e·s, les Allemand·e·s ont quant à eux l'esprit scientifique, sont travailleur·euse·s et flegmatiques, tandis que les Noir·e·s (on n'hésitait pas à utiliser le label Nègres à l'époque) sont perçu·e·s comme superstitieux·euses, paresseux·euses et écervelé·e·s.

A priori, les chances qu'un trait figure au palmarès sont d'environ 6 % (100 * 5/84). Non seulement les données révèlent qu'on atteint souvent plus de 50 % voire 80 %, ce qui révèle que le consensus dépasse de loin le niveau du hasard, mais on trouve aussi une grande uniformité dans les choix des étudiant·e·s. Ainsi, il suffit de 5 traits pour atteindre la moitié des 500 réponses à propos des Allemand·e·s : scientifiques, industrieux·euses, flegmatiques, intelligent·e·s et méthodiques. La recherche de Katz et Braly sera reproduite à plusieurs reprises (Gilbert, 1951 ; Karlins, Coffman, & Walters, 1969, Devine & Elliott, 1995, Madon et al., 2001), ce qui permettra de voir que les stéréotypes ne sont pas aussi immuables qu'on peut le craindre parfois. Interroger les sujets juste après le second conflit mondial ou bien des années plus tard modifie sensiblement la liste des traits associés aux Japonais·es ou aux Allemand·e·s. Ces dernier·ère·s passent d'une image peu flatteuse en 1950 à un retour à ce que l'on pourrait considérer comme la normale en 1967. La nature des relations entre les

groupes affecte donc le consensus des stéréotypes. Mais des éléments plus généraux jouent également. Dans une réplication scrupuleuse par Bergsieker et collègues (2012), les réponses recueillies en 2000 et 2007 révèlent une évolution en matière de normes de non-discrimination : on constate une sélection nettement moindre de traits négatifs et, à l'inverse, un solide maintien des traits positifs. Ce pattern conduit les auteurs à parler de stéréotypes par omission, phénomène avec lequel nous sommes tous intuitivement familiers : on rechigne de plus en plus à dénigrer autrui. Mais soyons de bon compte ! Nous savons tous que ne rien dire de négatif n'empêche pas d'insinuer des choses désobligeantes à propos de quelqu'un ou d'un groupe. Qui rêve d'être qualifié de « gentil » ou de « brave » ? (Kervyn, Bergsieker, & Fiske, 2012).

Se contenter d'énoncer ou de choisir des traits dans une liste semble imposer des caractéristiques à l'ensemble des membres du groupe, ce que beaucoup de gens hésitent à faire. En outre, le calcul de scores individuels de stéréotypisation est problématique. Brigham (1971) solutionne les deux problèmes en demandant aux gens d'indiquer la proportion de membres d'un groupe qui présentent chacun des traits d'une liste. Une telle mesure permet aux sujets d'être explicites sur le fait que certains, voire beaucoup, mais pas nécessairement tous les membres d'un groupe ont telle ou telle caractéristique. Par ailleurs, les données révèlent que les stéréotypes de Katz et Braly (1933) sont avant tout le reflet du consensus entre les juges alors que Brigham (1971) sonde davantage l'homogénéité au sein du groupe visé.

Le fait de croire que 90 % des Hollandais·es sont économes est intéressant mais ne nous donne pas nécessairement à voir dans quelle mesure c'est une dimension emblématique de ce groupe. Après tout, si c'est le lot de tout le monde d'être économe, on ne sentira guère informé à propos des Hollandais·es. Une façon de s'assurer de la spécificité de la caractéristique consiste à se demander dans quelle proportion les gens en général sont économes. Si, dans l'ensemble, 50 % des personnes sont vues comme économes, alors il apparaît bien que les Hollandais·es (90 %) sont considéré·e·s comme manifestant là une facette qui les distingue d'autres groupes. Plus ce « rapport diagnostique » (McCauley & Stitt, 1978) s'écarte de 1, plus les cibles sont vues comme se démarquant de ce qu'on attend

dans la population moyenne… et plus l'aspect en question est susceptible d'être connoté négativement (Peabody, 1967).

Il est aujourd'hui de mauvais ton d'afficher ce qu'on jugera être des clichés sur telle ou telle catégorie de personnes, comme les personnes âgées ou les malvoyant·e·s (Crandal, Eshleman, & O'Brien, 2002). Du coup, la recherche s'est confrontée à un sérieux problème, à savoir la réserve marquée dont certain·e·s répondant·e·s font preuve quand il s'agit d'exprimer leurs conceptions à propos de groupes stigmatisés. Sur le plan méthodologique, on parle de désirabilité sociale. Parfois aussi, les gens affichent en toute sincérité des convictions tolérantes malgré le fait que des réticences profondes coexistent. Avec d'autres difficultés, comme la propension des répondant·e·s à abonder dans le sens des questions posées, cette préoccupation est à l'origine du développement de techniques particulières de recueil qui permettent de contourner les limites imposées par les mesures auto-rapportées.

Comme on le verra plus en détail quand nous aborderons les attitudes et les réactions affectives des gens face à certains objets, on peut se tourner vers des techniques faisant appel à des manifestations physiologiques. On peut ainsi faire appel à des mesures de conductivité électrique cutanée, le réflexe psycho-galvanique. Aussi séduisantes qu'elles paraissent, les mesures physiologiques ne sont pas forcément simples à exploiter (Cacioppo, Berndson, & Crites, 1996 ; Himmelfarb, 1993). Une démarche originale pour encourager les personnes à tomber le masque et à répondre en toute franchise consiste à les convaincre qu'on dispose des moyens de savoir si leurs réponses sont sincères. Sous le nom de *Bogus Pipeline* (la canalisation factice), Jones et Sigall (1971) ont confronté leurs sujets à un appareillage psycho-physiologique impressionnant et leur ont fait croire qu'ils pouvaient ainsi déterminer si les sujets leur disaient la vérité. L'important ici n'est pas que ce prétendu détecteur de mensonge fonctionne, mais bien que les répondant·e·s soient persuadé·e·s que c'est le cas et que le·la chercheur·euse peut dès lors repérer leurs éventuelles tentatives de dissimulation. Les données accumulées attestent l'efficacité du dispositif (Roese & Jamieson, 1993).

Ces approches présentent malgré tout un certain nombre d’inconvénients dont, notamment, la lourdeur des dispositifs techniques, la difficulté d’aller au-delà de réactions très grossières, ou la volonté de coopération des répondant·e·s. Le fait que les croyances au sujet de tel ou tel groupe sont mobilisées de façon très précoce offre des perspectives intéressantes pour sonder le contenu des croyances stéréotypées, même sur un plan individuel, en déjouant le contrôle de leurs detenteur·rice·s. Du coup, pour mieux appréhender les attributs que les gens associent à tel ou tel groupe tout en évitant les réticences des personnes interrogées, plusieurs méthodes de recueil faisant appel aux réponses automatiques ou spontanées ont vu le jour. Ainsi, dans une étude d’Eberhardt et collègues (Eberhardt et al., 2004), les participant·e·s étaient d’abord soumis·es à un test attentionnel. Une série de flashes apparaissaient à droite ou à gauche d’un point au centre de l’écran et il s’agissait d’indiquer de quel côté le flash s’était manifesté. Les flashes comprenaient trois images successives. Pour les participant·e·s dans une condition d’amorce, un masque de 100 ms composé de plusieurs visages floutés et mélangés était suivi du visage d’un Noir pendant 30 ms et puis présenté à nouveau pendant 100 ms. Dans une autre condition d’amorce, le visage présenté était celui d’un Blanc. Dans la condition contrôle sans amorce, l’amorce était remplacée par le masque initial. Au terme de 100 présentations de flashes, l’expérience offre de poursuivre par une autre étude basée sur une tâche de reconnaissance d’objets. Il s’agit de visionner 14 segments vidéos qui, en partant d’images floutées, dévoilent image après image — elles sont au nombre de 41 chaque fois — un objet qu’il faut identifier en stoppant la séquence en 10 s maximum (voir figure 3.3). Parmi ces objets, 4 sont liés à des activités criminelles (p. ex., un revolver).



Figure 3.3. Exemple de la succession d'images commençant par l'image totalement floutée (image 1), moins floutée (image 20) et pas du tout floutée (image 41).

On prend soin de relever le numéro de l'image à laquelle les participants se risquent à proposer une réponse. Comme le montre la figure 3.4, les conditions d'amorçage n'influencent pas le moment auquel les gens reconnaissant les objets neutres. Il en va tout autrement pour les objets comme les revolvers ou les couteaux qui sont identifiés bien plus tôt lorsque des visages noirs plutôt que blancs faisaient partie des amorces.

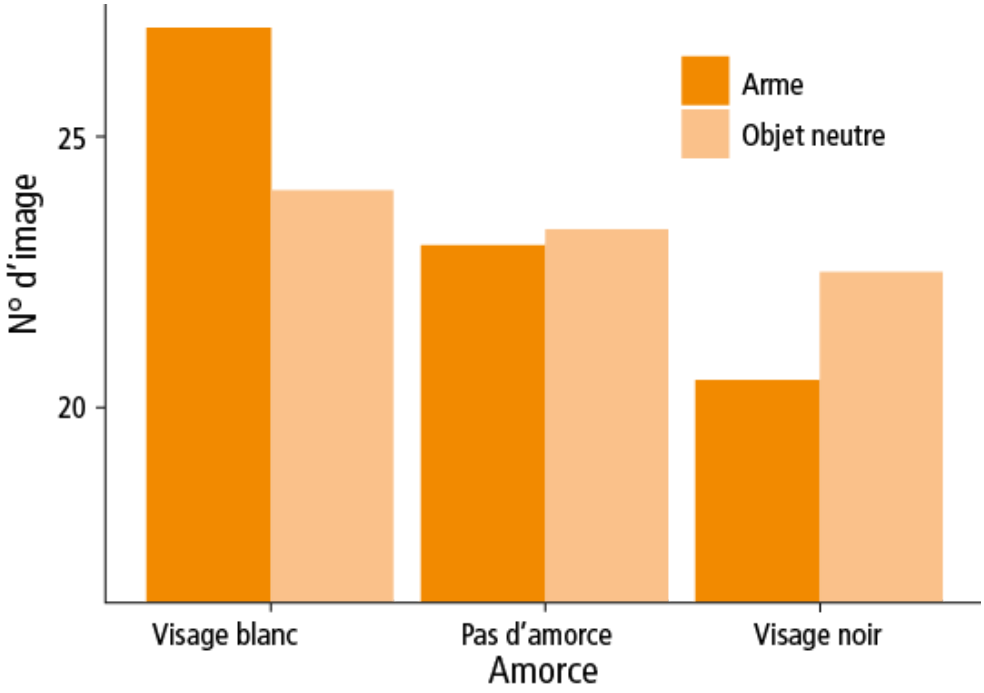


Figure 3.4. Numéro de l'image à laquelle l'objet est reconnu en fonction du visage présenté dans les flashes et du type d'objet (d'après Eberhardt et al., 2004)

Mais il est possible de tester bien plus qu'une association spécifique telle que celle entre les noirs et la criminalité. La technique de l'amorçage conceptuel offre l'avantage de couvrir un spectre sémantique bien plus étendu (Dovidio, Evans, & Tyler, 1986 ; Gaertner & McLaughlin, 1983 ; Perdue et al., 1990). Ainsi, des blanc·he·s identifient les traits positifs (p. ex., compétent, généreux, créatif) plus rapidement lorsqu'ils sont confrontés à un amorçage avec le mot « BLANC » qu'avec le mot « NOIR ».

Ces liens privilégiés entre attributs spécifiques et catégories sociales constituent bien ce qu'on appelle des stéréotypes et caractérisent les gens à

titre individuel sans que ces derniers ne soient toujours désireux ni même capables d'en faire état. De telles croyances forment le terreau qui oriente en aval les réactions affectives (Wittenbrink, Judd, & Park, 2001) et les conduites, en particulier celles qui n'empruntent pas des voies conscientes comme dans le cas du comportement non verbal (Dovidio, Kawakami, & Gaertner, 2002).

Ces techniques sondent les stéréotypes à l'insu des répondant·e·s. On peut aussi se dire que les liens sont à ce point ancrés dans l'esprit des gens qu'il n'est même pas nécessaire de ruser, car il leur sera de toute façon impossible de dissimuler la force des associations entre certains attributs et un groupe donné. C'est le pari que fait le test d'association implicite (TAI ; Greenwald et al., 2002 ; Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998 ; pour une revue récente, voir Kurdi et al., 2018). L'idée est de comparer la rapidité avec laquelle les répondant·e·s mettent en relation certains attributs avec des labels catégoriels. Dans une étude illustrative, Nosek, Banaji et Greenwald (2002) ont testé le lien entre les mathématiques ou les arts et l'appartenance sexuelle. Tant les participants que les participantes présentent un degré élevé d'association entre les mathématiques et le sexe masculin et entre les arts et le sexe féminin. Du coup, le sexe affecte très nettement la préférence des mathématiques ou des arts. Concrètement, les femmes appréciaient moins les premières et plus les seconds, l'inverse étant vrai pour les hommes. Qui plus est, cette tendance est encore plus marquée pour les répondant·e·s des deux sexes qui conçoivent une association fortement stéréotypée entre les deux.

Toutes ces méthodes de recueil mobilisent des traits que les scientifiques pensent être associés au groupe cible du point de vue de la population étudiée. Pour réduire l'intervention des *a priori* des chercheur·e·s sur la manière dont les gens se représentent un groupe, on peut demander à ces derniers de fournir leur représentation de façon graphique (Eberhardt et al., 2003). Juste retour des choses, direz-vous, s'agissant des images dans notre tête. Il s'agit alors de sonder la manière dont les gens se font une « image d'un membre » du groupe, un peu comme si on demandait de dessiner le visage des personnages d'un roman. Comment vous représentez-vous Daniel Sempere et l'amour de sa vie Beatriz Aguilar, deux des protagonistes de « L'ombre du vent », le best-seller international de Carlos

Ruiz Zafon (2006) ? S'agissant de Beatriz, vous la voyez grande, élancée, gracile, portant les cheveux châtains mi-longs, le plus souvent noués en chignon, le visage allongé et des yeux noisette. Serait-ce un étrange écho d'une personne qui a fait chavirer votre cœur ? Comment mieux cerner cette image qu'en vous demandant de la dessiner ? Mais on peut aussi faire fi de vos « dons » artistiques. Vous pourriez par exemple parcourir des dizaines voire des centaines de photos, un peu comme dans un casting, et chercher la perle rare qui incarne au mieux le physique que vous imaginez. Une stratégie assez proche exploite ce qu'on appelle la méthode des corrélations inversées (Dotsch et al., 2008 ; Dotsch & Todorov, 2012). La tâche confiée aux participant·e·s est aussi simple qu'elle donne des résultats surprenants.

Dans une première phase, les participant·e·s se voient présenter une succession impressionnante de paires d'images. Celles-ci sont basées sur une photographie de base, le plus souvent une image mélangeant plusieurs individus, ce qu'on appelle une image « morphée » (visage A sur la figure 3.5). Pour une des deux images de la paire, on ajoute à la photographie de base du bruit visuel, c'est-à-dire un masque de pixels noirs ou blancs déterminés au hasard, tandis que pour l'autre image, on utilise la même photographie de base dont on soustrait le même bruit visuel (visages B sur la figure 3.5). La tâche consiste à choisir parmi les deux images celle qui correspond le mieux à la représentation que les participant·e·s se font d'un membre du groupe cible, par exemple, d'un Marocain. L'exercice est répété plusieurs centaines de fois (jusqu'à 700 fois dans certaines études) avec à chaque fois la même photographie de base, mais un bruit visuel différent ajouté ou soustrait. Au terme de l'exercice, on compose une image correspondant à la moyenne de toutes les images sélectionnées par chaque participant·e. Dans une seconde phase, ces images moyennes sont évaluées par des juges sur une série de traits comme la criminalité (un trait stéréotypique) ou la sincérité (un trait contre-stéréotypique). Dans une de leurs études, Dotsch et al. (2008) avaient pris soin de mesurer aussi le degré de préjugés de leurs participant·e·s. Selon leur degré de préjugés, les participant·e·s de la première phase produisent des images moyennes qui sont jugées très différemment par les juges de la seconde phase (visages C sur la figure 3.5).

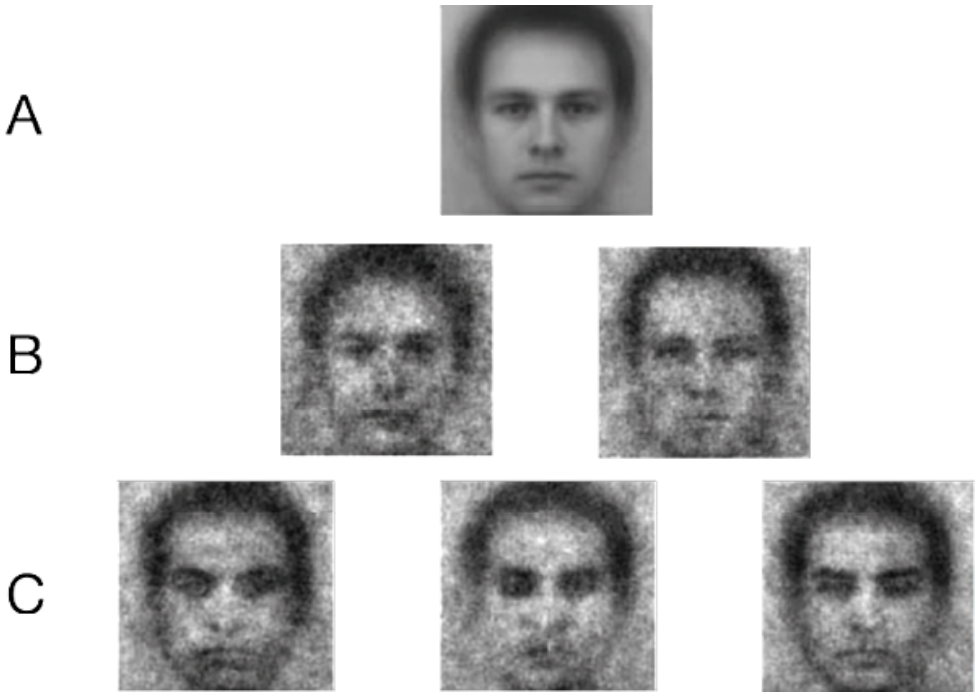


Figure 3.5. Images issues de l’expérience de Dotsch et al. (2008).

Illustrant la pertinence de cette technique, une étude (Gundersen & Kunst, 2019) révèle que les gens se représentent les hommes féministes comme étant davantage féminins et les femmes féministes comme ayant des traits plus masculins. Ces représentations se marquent surtout dans le chef des répondants masculins et des gens qui nourrissent une conception hostile à l’encontre des femmes.

1.3. De l’activation à l’application des stéréotypes

Les mesures implicites des stéréotypes impliquent des subterfuges ou des procédés de haute précision qui ne manquent pas d’impressionner. Mais si catégoriser les gens permet ensuite d’invoquer les stéréotypes et d’exploiter ces derniers pour juger les gens, les deux opérations ne se font pas forcément sans effort et ne sont pas non équivalentes. Ces étapes ont été au centre de nombreux travaux (Fiske, 2015 ; Gilbert & Hixon, 1991).

Comme on l’a vu, la première opération est l’activation de la catégorie et de son cortège d’informations stéréotypiques. Cette étape ne requiert que très peu de ressources cognitives (Devine, 1989), mais le coût n’est pas nul pour autant. Dans une expérience ingénieuse (Gilbert & Hixon, 1991), les

participant·e·s apprennent soit qu'on les a mis dans une condition expérimentale qui combine une tâche verbale et une tâche non verbale ou dans une condition contrôle qui implique uniquement une tâche verbale. L'expérimentateur explique ensuite que cette tâche consiste en un exercice de complétion de mots. On leur montre une vidéo dans laquelle une assistante présente des cartes, chacune pendant 15 secondes, sur lesquelles sont écrits des fragments de mots. Il s'agit juste de trouver autant de mots compatibles avant que la carte suivante ne soit montrée. Parmi les 19 cartes, 5 sont critiques dans le sens où des prétests ont révélé que ces fragments évoquent très facilement des traits stéréotypiquement associés aux asiatiques américain·e·s tout en permettant d'autres solutions tout aussi fréquentes en Anglais. Par exemple, une carte présentait les fragments POLI_E, ce qui permet de générer POLICE ou POLITE (« poli » en Anglais), ce dernier étant un trait typique des asiatiques américain·e·s.

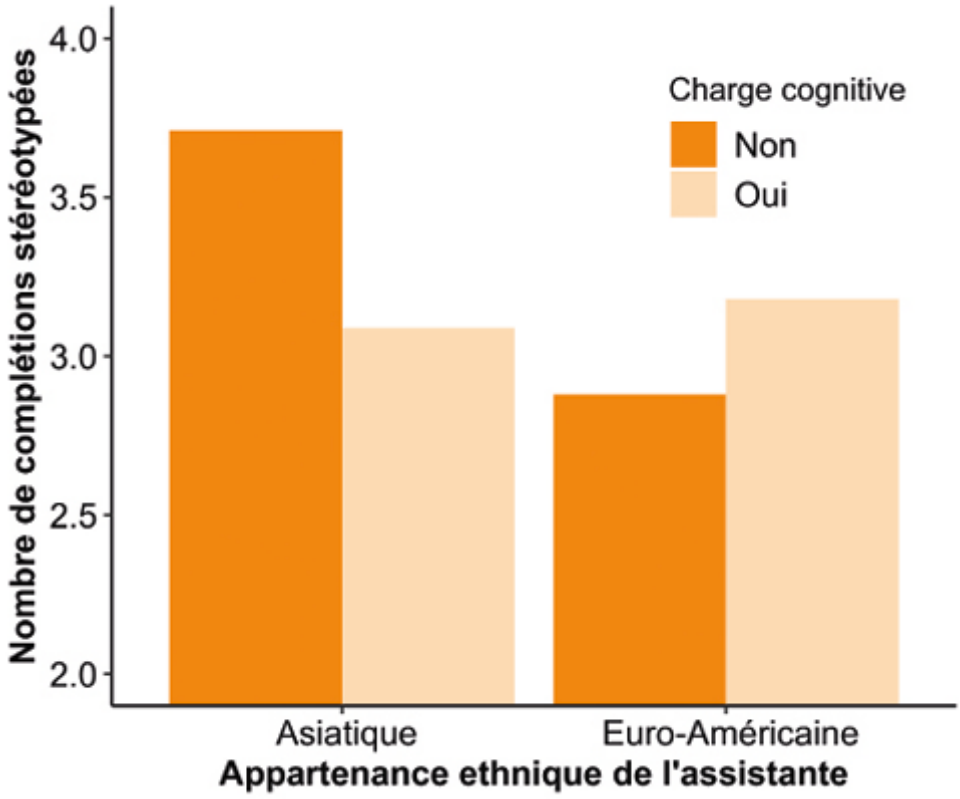


Figure 3.6. Nombre de complétions stéréotypées en fonction de l'appartenance ethnique de la cible et de l'absence ou de la présence de charge cognitive (d'après Gilbert & Hixon, 1981)

Tandis que c’est une assistante asiatique qui présente les cartes pour la moitié des participant·e·s, une assistante euro-américaine intervient sur la vidéo pour l’autre moitié. En outre, juste avant de voir les cartes, les participant·e·s de la condition expérimentale, mais pas celles et ceux de la condition contrôle, reçoivent l’instruction de retenir par cœur un nombre de 8 chiffres, ce qui permet de les charger sur le plan cognitif. Les résultats (figure 3.6) confirment l’hypothèse des chercheurs selon laquelle les gens ont besoin d’un minimum de ressources pour solliciter leurs connaissances stéréotypées.

Et c’est sans compter d’autres facteurs motivationnels et contextuels. Ainsi, il s’agit a minima de faire attention à notre environnement de manière à lui donner un sens social pour qu’une catégorie soit mobilisée. Par exemple, si vous devez simplement signaler le moment auquel une photographie vous a été présentée ou alors repérer la présence d’un point blanc sur cette dernière, vous risquez de ne pas activer de stéréotypes. Ce n’est que lorsque l’instruction vous intime de signaler la présence ou non d’une personne sur la photographie que les stéréotypes entrent dans la danse (Macrae et al., 1997). Vous voilà plus rapide pour décréter que des suites de lettres qu’on vous présente sont effectivement des mots si ces derniers se trouvent être des caractéristiques typiquement féminines. Autrement dit, l’activation des stéréotypes est non seulement dépendante des ressources, mais aussi des connaissances (Lepore & Brown, 1997), des objectifs, des différentes catégories en présence (Macrae, Bodenhausen, & Milne, 1995), et d’une série d’aspects contextuels. Ainsi, un Africain croisé en bande au coin d’une ruelle sombre ne va pas susciter les mêmes contenus stéréotypés que s’il avait été vu lors d’une cérémonie religieuse (Wittenbrink, Judd, & Park, 2001). On parle de l’activation comme étant conditionnellement automatique.

Une fois activé, le stéréotype est alors en mesure d’être appliqué. Mais là aussi, les ressources et les motivations jouent un rôle. La seconde phase de l’expérience de Gilbert et Hixon (1991) décrite plus tôt souligne d’ailleurs comment, s’il est mobilisé, un stéréotype sera exploité d’autant plus qu’on manque de ressources cognitives. En effet, après avoir complété des fragments de mots, les participant·e·s devaient écouter l’assistante décrire dans le menu détail une de ses journées et répondre à une série de questions

conçues pour sonder leurs stéréotypes. Encore une fois, en guise de surcharge cognitive, la moitié des participant·e·s devaient surveiller l'apparition à l'écran d'une séquence spécifique de lettres. Les données confirment que les personnes privées de ressources lors de la seule seconde phase sont celles qui recourent le plus aux stéréotypes.

Pour montrer d'une autre manière toute l'importance de nos ressources s'agissant de jugements stéréotypés, Bodenhausen (1990) s'est appuyé sur le fait qu'il y a des gens « du matin » et des gens « du soir ». Nous le savons, selon qu'on soit de l'un ou l'autre type, il est plus facile d'affronter les impératifs rencontrés dans notre vie quotidienne, comme le fait de faire attention au cours ou d'étudier ses examens, en matinée ou, au contraire, en soirée. Après s'être préalablement enquis du type auquel correspondaient les participant·e·s, ce chercheur les a réparti·e·s aléatoirement dans des sessions expérimentales organisées à 9h, 15h ou 20h. La tâche consistait à lire un dossier au sujet d'une personne accusée d'agression et répondant soit au nom de Roberto Garcia soit au nom de Robert Garner afin de trancher la question de sa culpabilité au vu des éléments mis à disposition.

Comme on peut le voir à la figure 3.7, lorsque les participant·e·s passaient l'expérience au pire moment, les stéréotypes très répandus aux États-Unis selon lesquels les individus d'origine hispanique sont agressifs s'immiscent dans les jugements. Prenez donc garde, si vous êtes du matin, à ne pas vous lancer dans des tâches d'évaluation d'autrui en fin d'après-midi. Ces résultats soulignent à merveille le rôle de béquille de nos a priori. Ils vont dans le sens d'autres travaux qui mettent en évidence le rôle de certaines émotions comme l'anxiété, la peur ou la colère (Mackie & Hamilton 1993) ou des positions de pouvoir (Goodwin, Gubin, Fiske, & Yzerbyt, 1990). Inversement, le fait d'avoir un stéréotype à sa disposition permet de libérer des capacités cognitives (Macrae, Milne, & Bodenhause, 1994) pour se pencher en priorité sur les incohérences éventuelles que l'on tendra alors à faire rentrer dans le rang (Sherman, Stroessner, Conrey, & Azam, 2005).

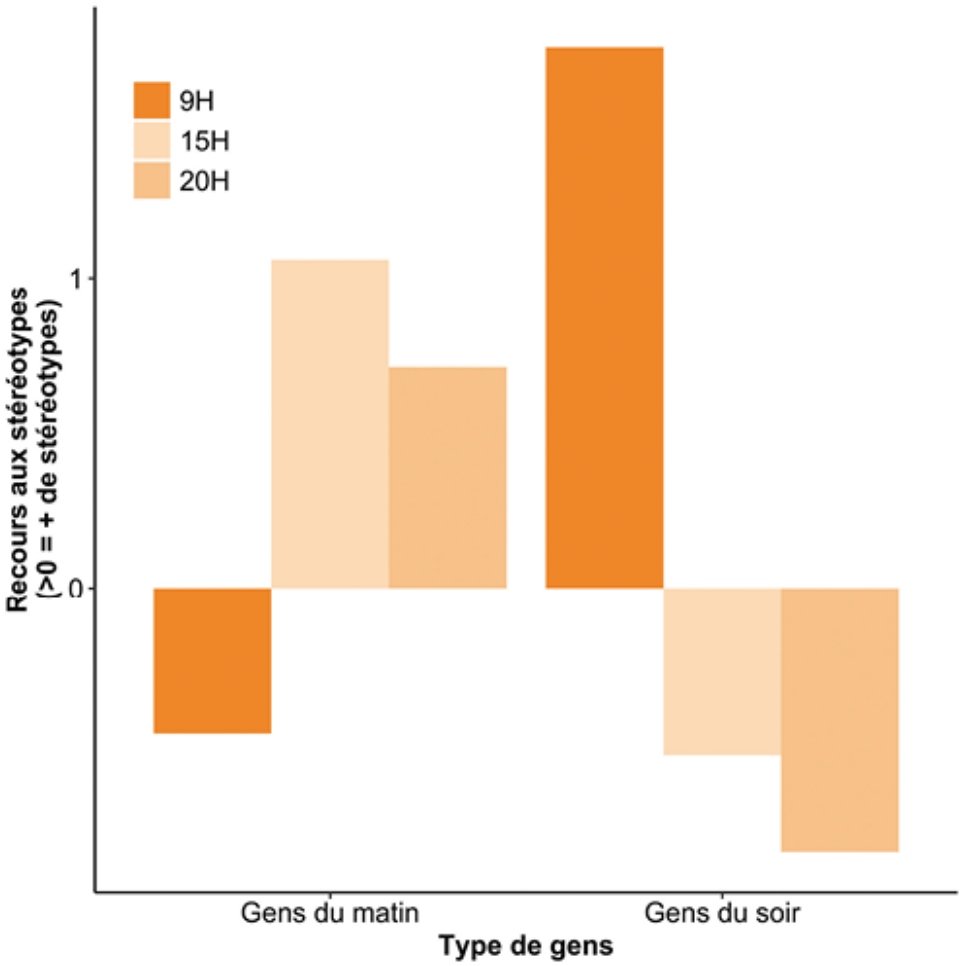


Figure 3.7. Recours aux stéréotypes en fonction du type de gens et de l'heure de passation (d'après Bodenhausen, 1990)

1.4. Les attributs des stéréotypes

Une méprise expliquée par les stéréotypes

Imaginez-vous dans un grand magasin pour quelques courses, car vous vous apprêtez à recevoir un couple d'ami·e·s. En dépit de vos efforts, le lait de coco dont vous avez besoin pour votre recette thaïe préférée demeure introuvable. Soudain, vous repérez une dame habillée d'un pull aux couleurs de l'enseigne. Elle semble vérifier les dates limites de consommation des produits dans le rayon. Sans hésiter, vous lui demandez où

trouver le lait de coco.

Dans l'exemple ci-dessus, le fait d'avoir pu compter sur quelques indices comme le pull ou le comportement de la personne vous a orienté·e. Vous savez à quoi vous attendre dans pareilles circonstances et vous avez donc accordé votre attention à ces attributs précis. Du coup, vous avez aussi totalement omis de vous intéresser à d'autres facettes de votre interlocutrice. Était-ce une personne sportive, aime-t-elle les séries américaines, a-t-elle une maison de campagne ? Tout cela n'a guère de pertinence dans le contexte. Reste que la dernière fois qu'il·elle a demandé l'emplacement d'un produit dans son grand magasin préféré, l'un·e d'entre nous a bien dû s'excuser d'avoir apostrophé quelqu'un dont le pull arborait par hasard le code couleur de l'enseigne, mais qui n'était qu'un client cherchant tout simplement le bloc de fromage le plus frais.

Parmi toutes les questions qui se posent au sujet des stéréotypes, il y en a une qui enflamme systématiquement les esprits : les stéréotypes sont-ils exacts ? Même si cette réalité peut déplaire, les stéréotypes sont bien moins faux qu'on le prétend souvent (Jussim, 2005 ; Kœnig & Eagly, 2014 ; Swim, 1994). De fait, lorsqu'on cherche à évaluer « objectivement » les traits qui caractérisent un groupe social, les différences observées entre un groupe cible et d'autres vont souvent dans le sens du stéréotype. Cela va au-delà de la notion de noyau de vérité, car, envisagée de cette façon, l'exactitude des stéréotypes est souvent impressionnante. Vous ne demanderez pas spontanément votre chemin à un bambin ou vous ne penserez pas à requérir l'aide d'une personne très âgée pour déplacer votre divan. Vous avez des attentes et celles-ci sont fondées. Dans le même temps, si on considère qu'un stéréotype est censé s'appliquer à tous les membres d'une catégorie alors il est forcément erroné. On n'imagine pas un instant que toutes les personnes âgées ont des cheveux blancs, que toutes les femmes sont douées pour les relations humaines, ou que les Asiatiques sont toujours des as des mathématiques. Les stéréotypes renseignent avant tout sur la probabilité de rencontrer une caractéristique au sein d'un groupe donné et il s'agit surtout d'indiquer que cette probabilité est plus forte que ce qu'on rencontrera dans un autre groupe (Leyens, Yzerbyt, & Schadron, 1996).

Cette façon d'aborder les stéréotypes côtoie une vision mettant en exergue le niveau moyen d'un aspect que l'on associe à un groupe donné. Une caractéristique est-elle absente ou présente dans un groupe donné et avec quelle intensité ? Cette approche domine les recherches actuelles et emprunte beaucoup aux échelles d'attitudes que l'on évoquera dans le ***chapitre 8***. Les répondant·e·s sélectionnent un point d'échelle sur les 7 (généralement) proposés allant d'un extrême à l'autre. Les Italien·ne·s pourraient ainsi être jugé·e·s « très » volubiles (=7) tandis que les Finlandais·es seraient vu·e·s comme ne l'étant « pas du tout » (=1). Bien entendu, les réponses pourraient être plus nuancées. Au-delà de la question du niveau moyen, on peut aussi s'interroger sur la variabilité du trait considéré au sein du groupe (Park & Judd, 1990). Pour prendre l'exemple des Allemand·e·s, on peut s'intéresser au pourcentage d'Allemand·e·s que l'on estime avoir de l'humour et au pourcentage d'Allemand·e·s qui nous paraissent en manquer. Si le premier chiffre est 10 % et le second 90 %, la différence nous incitera à conclure que l'absence d'humour est un trait décidément associé aux Allemand·e·s. On peut aussi présenter à des répondant·e·s une échelle en 8 points allant de pas du tout d'humour à énormément d'humour et leur demander de nous dire combien, parmi 100 Allemand·e·s, se retrouvent à chacun des points. Cela permet de calculer la moyenne, bien entendu, mais aussi ce qu'on appelle l'écart-type. Alors que la première mesure sonde à quel point les membres du groupe se conforment au stéréotype, la seconde renseigne sur la dispersion du trait au sein du groupe autour de sa tendance moyenne. Pour Park et Judd (1990), ces grandes familles de mesures sont toutes deux liées à la similitude entre les membres d'un groupe. Quelle que soit l'exactitude des stéréotypes au plan groupal, il est moins évident que les attentes se vérifient au niveau de chaque cible individuelle. Ceci s'explique par la grande variabilité des traits psychologiques dans tout groupe humain.

Pour la plupart des chercheurs et chercheuses, il suffit que la cible soit une catégorie sociale pour qu'on puisse parler d'un stéréotype. En outre, si plusieurs personnes endossent les mêmes croyances on sera sans aucun doute face à un stéréotype et on parlera volontiers de croyances normatives. De façon intéressante, dans la mesure où beaucoup de personnes hésitent à dévoiler leurs stéréotypes, les enquêtes invitent les répondant·e·s à indiquer

ce que sont, d'après eux, les croyances stéréotypées des gens en général à propos d'un groupe. N'est-il pas plus facile pour chacun·e d'entre nous de dire que les autres pensent que les femmes sont chaleureuses et douées pour les relations humaines et les hommes compétents et ambitieux plutôt que d'avouer que nous le pensons à titre personnel ? La distinction entre croyances individuelles d'une part et croyances sociales d'autre part met au jour une interrogation lancinante, d'autant plus brûlante que les mesures implicites semblent révéler que la plupart des gens nourrissent des visions stéréotypées : lorsqu'on dispose des temps de réaction recueillis lors d'un TAI, ces derniers permettent-ils véritablement de mettre le doigt sur des croyances personnelles ou s'agit-il avant tout de mettre en exergue des croyances culturelles? En outre, certaines données (Fiedler & Bluemke, 2005) laissent à penser que les indications émanant du TAI ne sont pas aussi imperméables aux influences passagères ou à la volonté de contrôle des participant·e·s que ce que prétendent ses concepteur·rices. Globalement, le TAI, et singulièrement les nombreux raffinements qu'il a inspirés, permet de cerner avec une précision satisfaisante les conceptions stéréotypées qui sévissent dans une population donnée (Zerhouni, Rougier, & Muller, 2016). Savoir si le score obtenu avec cet instrument autorise des conclusions quant aux « véritables » stéréotypes ou préjugés que possède tel ou tel individu semble plus discutable. A minima, il permet de fournir à tout un chacun une idée de la force des liens qui existent dans son esprit entre un groupe social et des attributs particuliers. Notons au passage que cette question ne se limite pas à ce que l'on recueille grâce à un TAI, mais porte sur toutes les tâches dites implicites ou spontanées.

Une chose est de dire ce que les membres de certains groupes font ou ne font pas, une autre est de préciser ce que ces mêmes membres sont censés faire ou ne pas faire. La première catégorie renvoie à ce qu'on appelle les stéréotypes descriptifs. La seconde catégorie correspond aux stéréotypes prescriptifs. Que les femmes manifestent un engouement plus marqué pour la mode que ce qu'on trouve chez les hommes est un stéréotype descriptif. Dans le même temps, une femme qui n'aime pas la mode ne va pas nécessairement choquer grand monde. En revanche, une femme qui, comme le faisait l'actrice Anémone, déclare n'avoir aucun attachement pour les enfants et considérer la maternité comme une véritable malédiction est

susceptible de s'attirer les foudres de ses interlocuteurs comme, d'ailleurs, de ses interlocutrices ! Les stéréotypes descriptifs évoquent ce que les membres d'un groupe sont de façon typique. Ils visent prioritairement la simplification de l'information et la fluidité des interactions. Leur violation suscite la surprise, mais guère plus. Un de nos collègues français n'aime pas le vin ni le fromage et ne se passionne pas pour la cuisine. Étonnant, mais rien de bien grave, direz-vous. Les stéréotypes prescriptifs renvoient à ce que les membres d'un groupe devraient faire idéalement. Ils servent avant tout un rôle de justification et rationalisent une hiérarchie sociale dans laquelle les différentes personnes occupent chacune un statut particulier du fait de leur appartenance groupale. Le fait de ne pas se conformer au stéréotype entraîne de la colère et de la désapprobation sociale au-delà de la surprise. Dans un film de Ruben Ostlund (2014) « Snow Therapy », une famille se retrouve à déjeuner sur une terrasse en bordure des pistes de ski quand une avalanche survient et se rapproche dangereusement. Pris de panique, le père de la famille s'encourt, abandonnant femme et enfants. Cette réaction contrevient totalement à l'image de courage censée caractériser les hommes et orienter leur conduite à l'égard de leur famille. On est bien là face à des stéréotypes prescriptifs. En fonction de son groupe d'appartenance, certaines attentes acquièrent une qualité d'injonction alors que d'autres réactions sont proscrites (Rudman & Glick, 2012).

Stéréotypes prescrits de manière absolue pour les femmes (ce qu'elles doivent être)	**Stéréotypes prescrits de manière non absolue pour les femmes (ce qu'elles ne doivent pas être)**
Chaleureuse et attentionnée Intérêt pour les enfants Loyale Sensible Amicale Propre Attentive à son apparence Patiente Polie De bonne humeur	Intelligente Mûre Haute estime de soi Armée de bon sens Dotée d'un sens de l'humour Soucieuse de l'avenir Armée de principes Efficace Rationnelle Personnalité forte
Stéréotypes prescrits de manière absolue pour les hommes (ce qu'ils doivent être)	**Stéréotypes prescrits de manière non absolue pour les hommes (ce qu'ils ne doivent pas être)**

Le sens des affaires	Heureux
Athlétique	Amical
Capable de leadership	Serviable
Débrouillard	Propre
Fiable	Chaleureux et attentionné
Ambitieux	Enthousiaste
Haute estime de soi	Optimiste
Assertif	De bonne humeur
Décidé	Coopératif
Personnalité forte	Intérêt pour les enfants

Tableau 3.1. Stéréotypes prescrits de manière absolue et de manière non-absolue (d'après Prentice & Carranza, 2002)

S'agissant des femmes et des hommes, Prentice et Carranza (2002) ont présenté des traits positifs et négatifs à des étudiant·e·s en leur demandant d'indiquer à quel point ces traits étaient désirables pour une personne en général, pour un homme, et, enfin, pour une femme. Sur base de ces indications, il est possible de dresser une liste des stéréotypes prescrits ou non, à savoir les caractéristiques que les femmes et les hommes doivent absolument ou ne doivent pas nécessairement avoir (voir tableau 3.1) ainsi que des stéréotypes proscrits ou non, autrement dit, les caractéristiques que les femmes et les hommes ne peuvent en aucun cas ou peuvent le cas échéant avoir (voir tableau 3.2). On comprend que les traits que les femmes doivent absolument posséder sont ceux qui sont considérés encore plus désirables chez une femme que chez une personne en général. À l'inverse, les traits que les hommes peuvent le cas échéant avoir sont ceux qui sont jugés indésirables chez une personne en général, mais quand même moins chez un homme. Ce qui frappe, et nous y reviendrons plus en détail dans la suite de ce chapitre, c'est que les prescriptions révèlent que les femmes sont *tenues de se montrer chaleureuses* et *ne doivent pas* manifester de compétence. L'inverse est vrai pour les hommes. Pour ce qui est des proscriptions, les femmes ne sont pas autorisées à se montrer assertives, mais peuvent se montrer émotives alors que les hommes seront sanctionnés s'ils se montrent émotifs, mais peuvent se révéler assertifs.

On ne peut que souligner la nature sociale des processus de production des stéréotypes. Même si les stéréotypes sont souvent « exacts » (du moins en moyenne), cela résulte en partie du fait qu'ils contribuent à la production de

la réalité qu'ils décrivent (Dixon, 2017). Ainsi, si les rapports de pouvoir qui existent entre les hommes et les femmes confinent les membres de ces deux groupes dans des professions particulières, des ingénieurs d'une part et des infirmières d'autre part, pour ne prendre que ces deux exemples, alors il apparaîtra que les croyances sur la nature masculine de la rationalité et féminine de l'attention à autrui sont fondées. Loin de devoir trancher entre une vision selon laquelle les stéréotypes découlent des errements d'un système de traitement d'information insatisfaisant (Allport, 1954) ou sont au contraire le produit d'une machine en parfait état de fonctionnement (Jussim, 2009), il convient de souligner que ce sont avant tout des révélateurs autant que des instruments au service des rapports intergroupes (Yzerbyt, 2016). Ces considérations nous amènent tout naturellement à la question de l'origine des stéréotypes.

Stéréotypes proscrits de manière absolue pour les femmes (ce qu'elles ne peuvent pas être)	**Stéréotypes proscrits de manière non absolue pour les femmes (ce qu'elles peuvent être)**
Rebelle Entêtée Contrôlante Sensible Cynique De morale légère Arrogante	Docile Émotive Impressionnable Puérile Timide Naïve Superstitieuse Faible Mélodramatique Crédule
Stéréotypes proscrits de manière absolue pour les hommes (ce qu'ils ne peuvent pas être)	**Stéréotypes proscrits de manière non absolue pour les hommes (ce qu'ils peuvent être)**
Emotif En recherche d'approbation Impressionnable Docile Superstitieux Puéril Timide Lunatique Mélodramatique Naïf	Rebelle Formel Contrôlant Entêté De morale légère Egoïste Jaloux Arrogant

Tableau 3.2. Stéréotypes proscrits de manière absolue et de manière non-absolue (d'après Prentice & Carranza, 2002)

2. L'origine des stéréotypes

2.1. L'observation directe et les influences indirectes

Il y a fort à parier que vous avez des stéréotypes concernant les autres filières d'études que la vôtre. Estimez-vous que les étudiant·e·s en droit font preuve d'arrogance, que les étudiant·e·s en économie et marketing ont de l'ambition, etc. ? Comment se forgent ces connaissances ? De façon peu surprenante, les rencontres que nous faisons au quotidien jouent un rôle évident dans la constitution de ce savoir. Par l'expérience personnelle, nous accumulons des informations à propos d'autrui et celles-ci contribuent à façonner nos stéréotypes. Cette idée est au cœur de plusieurs lignes de recherches qui s'intéressent à la façon dont les observateur·rice·s que nous sommes exploitent les informations qui se présentent à nous. Il s'avère que les êtres humains sont plutôt mal outillés pour enregistrer la myriade d'informations croisées au jour le jour et les stéréotypes découlent de ces limitations dans l'appréhension de l'information (Fiedler, 2004). Ainsi, de même que des comportements saillants d'une personne dominent l'impression qu'on peut s'en faire, des individus qui sortent du lot dans un groupe, par leur comportement ou leurs caractéristiques, teintent l'idée qu'on se fait du groupe dans sa totalité (Rothbart, Fulero, Jensen, Howard, & Birrel, 1978).

Pour Hamilton et Gifford (1976), nous aurions tendance à surestimer la cooccurrence des événements rares parce que ces derniers sont tous distinctifs. Par exemple, imaginons qu'on vous montre 90 % de triangles et 10 % de cercles et que pour chaque type de formes, il y ait 80 % d'entre elles qui soient vertes et 20 % rouges. Comme la fréquence des cercles est moindre, ils attirent l'attention. La même chose se produit pour les formes rouges. Il en résulte une surestimation du nombre de cercles rouges. Alors qu'il n'y avait aucun lien entre la couleur et la forme, on en vient à en percevoir un. Pour assoir leur argument, ces auteurs reprennent précisément

un paradigme dit de l'illusion de corrélation (Chapman & Chapman, 1967). Ils présentent à leurs participant·e·s 39 comportements décrivant des membres de deux groupes, 18 comportements positifs et 8 négatifs pour le groupe A et la moitié de ces nombres pour le groupe B. On le voit, les comportements négatifs sont moins nombreux. C'est le cas aussi pour les comportements émanant du groupe B. Comme les chercheurs s'y attendent les participant·e·s se forment une vision tronquée du groupe B. Ainsi, lorsqu'on leur re-présente chacun des comportements en demandant de l'attribuer au « bon » groupe, les participant·e·s associent plus volontiers les comportements négatifs au groupe B qu'au groupe A et c'est l'inverse qui se passe pour les comportements positifs. De même, dans l'absolu, ils·elles surestiment globalement le nombre de comportements négatifs dans le chef du groupe B. Si, comme on peut le constater dans la réalité, les conduites négatives sont moins fréquentes que les conduites positives et que l'on dispose de moins d'informations sur les autres groupes que sur le sien, rien d'étonnant, du coup, à ce que les stéréotypes soient des croyances contestables. Autrement dit, les délits perpétrés par des membres d'un groupe qui reste minoritaire courent certainement le risque d'être surestimés.

À côté de cette interprétation en termes de distinctivité des informations rares, certain·e·s auteur·e·s invoquent un phénomène de régression vers la moyenne (Fiedler, 1991) : les informations moins nombreuses dans la cellule minoritaire n'autoriseraient pas un traitement aussi scrupuleux, aussi précis, que celles dans les autres cellules. On aurait dès lors tendance à surestimer leur présence (nos jugements se « rapprochant » de la moyenne générale des différentes cellules). On retrouve ici le raisonnement statistique selon lequel des échantillons de petite taille sont des sources moins fiables que des observations plus nombreuses (Fiedler & Walther, 2004). Du coup, des erreurs d'appréciation s'immiscent et favorisent la création de stéréotypes désobligeants. Dans la droite ligne de ces perspectives informationnelles, il semble bien que la différenciation cognitive s'allie à la fréquence relative des informations négatives et positives pour contribuer à la création de stéréotypes négatifs au sujet des exogroupes et spécialement des minorités (Alves, Koch, & Unkelbach, 2018). L'idée est simple : dans la mesure où les gens se familiarisent avec

ces deux types de groupes seulement après avoir accumulé des connaissances au sujet de leur endogroupe, leur attention se dirigera de façon privilégiée vers les informations qui distinguent les deux entités. Comme les traits négatifs sont à la fois plus diversifiés et moins fréquents que les positifs (Augustine, Mehl, & Larsen, 2011), ils sont moins susceptibles d'être redondants d'un groupe à l'autre. Du coup, ce sont bien les aspects négatifs qui orientent majoritairement l'image que l'on se fait des groupes auxquels on n'appartient pas, de quoi alimenter un biais pro-endogroupe et, dans certains cas, des conflits intergroupes. Dans ce type d'approche, remarquons que l'on considère que la réalité est première : on suppose que les groupes concernés « ont » des traits ou comportements positifs ou négatifs et on essaye de mettre en évidence les conséquences cognitives de cet état de fait sur la formation des stéréotypes.

D'autres explications font appel à des facteurs motivationnels et sociaux (Berndsen, McGarty, van der Pligt, & Spears, 2001 ; McGarty, Haslam, Turner, & Oakes, 1993 ; Yzerbyt & Corneille, 2005). De toute évidence, les informations que l'on exploite pour caractériser les groupes peuvent dépendre de certains enjeux identitaires et stratégiques. Le seul fait d'être un·e observateur·rice ou un·e membre des groupes n'est pas sans influencer le résultat. Plusieurs facteurs semblent donc se liguer pour mettre à mal la qualité de nos observations directes et favoriser l'émergence de stéréotypes. D'autant que nous ne rencontrons pas les informations au sujet des groupes dans un vide social, armé·e·s que nous sommes de connaissances préalables. Le fait est que nous faisons preuve d'attention sélective. Nous relevons d'autant plus volontiers une information que celle-ci est conforme à nos a priori. Et si les faits viennent à contester ce que nous savons, nous nous lançons dans l'interprétation sélective des faits et faisons rentrer les éléments récalcitrants dans le rang quitte à faire preuve d'originalité (Kunda & Oleson, 1995) et à y consacrer des ressources mentales supplémentaires (Coull, Yzerbyt, Castano, Paladino, & Leemans, 2001). Mieux encore, nous parvenons à alimenter nos stéréotypes par le biais de la génération sélective des faits (Klein & Snyder, 2003 ; Snyder et al., 1977 ; Word, Zanna, & Cooper, 1974). Le ***chapitre 2*** nous a permis d'examiner plus en détail ces phénomènes de confirmation d'hypothèse et de prédiction créatrice, ce qu'on appelle communément l'effet Pygmalion.

Un autre facteur important dans la formation des stéréotypes réside dans les diverses sources indirectes : tout ce que les individus apprennent au cours de leur socialisation et notamment via la famille et les pairs. Il ne fait pas l'ombre d'un doute que ce que des parents peuvent asséner, année après année, à leurs enfants au sujet de telle ou telle catégorie d'individus risque de les influencer. Le même raisonnement prévaut en ce qui concerne les gens que l'on côtoie ou les groupes auxquels on appartient. Ces derniers peuvent façonner de manière très conséquente les conceptions que l'on se forge à propos de tel ou tel groupe cible. Ainsi, Pettigrew (1958) a montré que des jeunes hommes originaires du sud des États-Unis devenaient moins racistes à l'encontre des Noirs américains dès lors qu'ils avaient rejoint l'armée, un environnement dans lequel sévissaient des opinions davantage progressistes en matière de droits civiques des Noirs. Mieux, des croyances et des comportements en apparence contradictoires peuvent émerger chez les mêmes personnes selon les milieux fréquentés et cela, en fonction des normes en vigueur au plan local. Dans une étude devenue un classique, Minard (1952) observe que des ouvriers noirs et blancs travaillant dans les mines de charbon de Virginie Occidentale manifestaient des attitudes et des conduites radicalement différentes en fonction de l'endroit. Dans la mine, l'intégration était de mise avec des croyances bien plus flatteuses, des attitudes plus tolérantes et un nombre limité de conflits. En revanche, les choses se révélaient moins paisibles une fois que les travailleurs rejoignaient leurs quartiers très peu mélangés sur le plan racial. Tout indique donc que les positions des gens fluctuent plus qu'on ne l'imagine souvent et, ce, au gré des environnements dans lesquels ils évoluent.

Cet impact du contexte n’est pas surprenant. Comme nous aurons l’occasion de le souligner dans plusieurs des chapitres qui suivent, l’environnement social exerce une influence déterminante sur notre comportement et pourquoi en irait-il autrement pour nos stéréotypes ? Pour Stangor, Sechrist et Jost (2001), les informations que l’on peut glaner quant aux opinions d’autrui au sujet des groupes sociaux jouent de fait un rôle de premier plan à cet égard. Dans une de leurs expériences, ces chercheur·e·s ont une première fois sondé leurs participant·e·s blanc·he·s sur la prévalence de 19 traits stéréotypiques concernant la population noire. Il·elle·s les ont ensuite fait revenir au laboratoire une semaine plus tard et les ont informés qu’il·elle·s pouvaient être intéressé·e·s de savoir ce que les autres étudiant·e·s du campus universitaire pensaient des Noir·e·s américain·e·s et de leur donner à chacun un feedback totalement personnalisé. Dans une condition de consensus favorable, les prétendues réponses des autres étudiant·e·s révèlent des proportions entre 18 et 22 % plus importantes dans le cas des traits positifs et 18 et 22 % moins importantes dans le cas des traits négatifs. Dans l’autre condition, de consensus défavorable, ce sont les traits négatifs qui donnent lieu à des proportions plus importantes alors que les traits positifs sont associés à des pourcentages moins impressionnants. Tout le monde est alors invité à indiquer une nouvelle fois ce qui, à leur avis, est la proportion exacte pour chacun des 19 traits. Comme le montre la figure 3.8, le feedback exerce un impact indéniable sur les perceptions stéréotypées des participant·e·s. Ainsi, lorsque le consensus du groupe est prétendument plus favorable, les stéréotypes positifs passent de 50 % à 56 % (Haslam, Oakes, McGarty, Turner, Reynolds, & Eggins, 1996). Comme le révèlent d’autres études des mêmes auteurs, ces effets sont plus marqués lorsque la source du consensus est un endogroupe plutôt qu’un exogroupe. Ils se manifestent tant pour des opinions recueillies en privé que pour des réponses publiques. Qui plus est, le consensus confère une certaine résistance face aux tentatives ultérieures de changement. Bref, ce que l’on croit que pensent des gens qu’on considère proches de nous à propos de tel ou tel groupe joue donc un rôle prépondérant dans nos propres convictions. Cette idée, que l’on retrouvera dans les chapitres suivants, permet d’envisager avec un certain optimisme la question du changement des stéréotypes.

On s’en doute, les médias constituent eux aussi un facteur d’influence, extrêmement puissant, dans l’apprentissage des stéréotypes, qu’il s’agisse des canaux traditionnels comme les journaux, les films ou les séries télévisées, ou des moyens de s’informer plus récents comme les réseaux sociaux, ces confrontations au quotidien avec des productions « culturelles » contribuent à nourrir les représentations au sujet des groupes. S’agissant des perceptions pour le moins orientées des deux sexes, les publicités constituent une source quasi inépuisable de ce genre de phénomène (voir encadré).

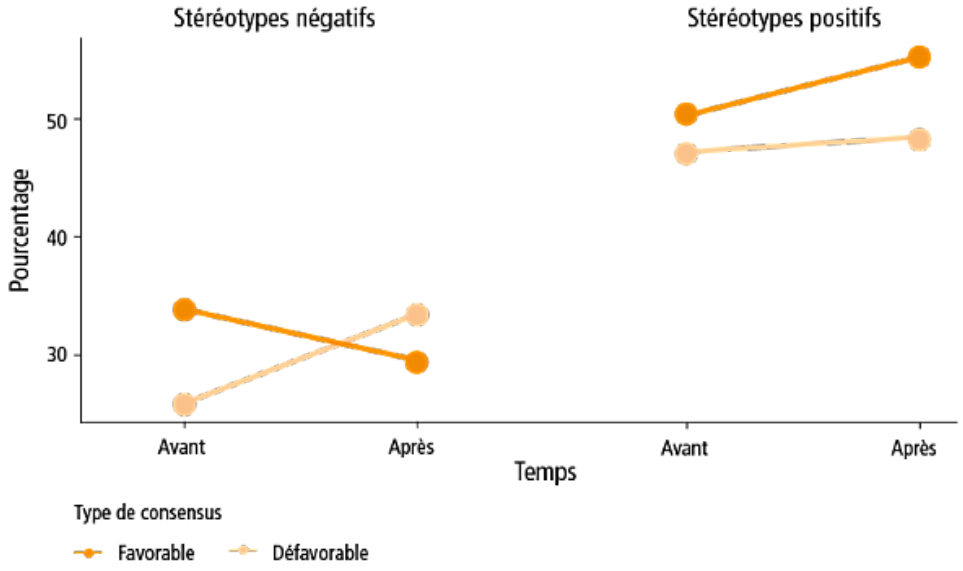


Figure 3.8 Pourcentage d’accord avant et après l’information concernant les opinions des autres étudiant·e·s en fonction du type de consensus (d’après Stangor et al., 2001)

D’autres exemples abondent en la matière et sont d’autant plus préoccupants qu’ils sont associés à la transmission d’un savoir frappé du sceau officiel de l’école ou d’une source d’information dite sérieuse. Que n’a-t-on décrié les stéréotypes qui fourmillent dans les manuels scolaires. On sait par exemple que les représentations des métiers y sont étonnamment peu équilibrées en matière de genre. Mais c’est en réalité tout notre mode de vie qui est dépeint en termes genrés. Qui s’occupe des courses, qui fait le jardinage ? La presse audiovisuelle n’est pas en reste. Elle décrit des événements, rapporte des faits divers, et imprime sa marque en nommant les gens et les choses d’une façon qui n’est pas neutre, loin s’en faut. Et comme on peut s’en douter, le fait que les médias associent des

caractéristiques précises à certains groupes peut entraîner une série de conséquences fâcheuses. C'est ce qu'illustre une étude conduite au Canada par Esses, Medianu et Lawson (2013) où on s'intéressait à l'impact de certaines informations diffusées dans les journaux sur la réaction des lecteurs à propos des réfugié·e·s et des demandeur·euse·s d'asile. Les participant·e·s devaient lire un article de presse sur un acteur célèbre en Amérique du Nord. En bas de la page était insérée une caricature représentant des réfugié·e·s portant des valises. Dans une condition, les valises arboraient des autocollants avec des noms de maladies graves comme le SIDA ou le SARS. Rien de tel sur les autocollants dans la condition contrôle. Les réactions recueillies dans la condition expérimentale sont sans appel dans la mesure où elles dépeignent bien plus fortement les refugié·e·s comme des vecteurs de maladies infectieuses. Du coup, les réfugié·e·s sont aussi perçu·e·s comme un groupe ennemi, comme des barbares, et se voient déshumanisé·e·s. En bout de piste, ces différents effets rendent compte de postures plus intolérantes en matière d'immigration.

Psycho sociale en questions

La pop culture nourrit-elle les stéréotypes ?



On ne compte plus les campagnes publicitaires dans lesquelles on trouve des représentations stéréotypées. Une autre illustration étonnante de l'impact des produits culturels sur les croyances stéréotypées se retrouve dans les bandes dessinées. Les grands classiques n'échappent pas à la critique. Qu'il s'agisse d'Astérix et Obélix ou d'autres héros comme Lucky Luke, les Schtroumpfs ou plus récemment les mangas dont

Une publicité du Forem belge (équivalent du Pôle Emploi français) qui a suscité la controverse.

raffole une plus jeune génération de lecteur·rice·s, leurs aventures regorgent de stéréotypes. Pour ce qui est de Tintin, le phénomène est d'autant plus intéressant qu'on a vu des versions évoluer au fil des années. C'est le cas de l'album l'Étoile mystérieuse, dont la parution remonte à 1941, pendant l'occupation du pays par l'Allemagne nazie. Dans cette histoire, une expédition se lance à la recherche de la météorite tombée en mer et à laquelle prend part Tintin ainsi que de nombreux ressortissants issus de pays occupés. Des financiers juifs américains tentent de faire échouer ce projet. À leur tête, le méchant de l'histoire se nomme Blumenstein et est dépeint à l'aide de traits typiquement associés aux juifs. Par la suite, la référence à ce conflit entre l'Allemagne et les États-Unis disparaitra et le chef des opposants s'appellera Bohlwinkel, un nom dont la consonance bruxelloise ne fait guère de doute (en bruxellois, ce terme signifie magasin de bonbon !).



Une gigantesque publicité pour Sex and the City, affichée à New York en 2004 (© torbakhopper).

Les stéréotypes véhiculés à propos des femmes et des hommes dans les séries télévisées ont fait l'objet de nombreux travaux, singulièrement en sciences de la communication (Sepulchre, 2014). Bref, le bain culturel a donc un poids déterminant sur la façon de voir les membres de certains groupes sociaux. Par leur emprise, ces mêmes vecteurs sont aussi susceptibles de contribuer à questionner la société et de forger de nouvelles conceptions. Pour rester dans la sphère des séries télévisées, qu'il suffise ici d'évoquer la célèbre série Sex and the City, qui a bouleversé l'image des femmes dans la fleur de l'âge. D'autres séries comme Transparent viennent mettre en cause les images traditionnelles liées aux hommes et aux femmes.

Mais au-delà des effets directs liés aux contenus, des éléments bien plus subtils contribuent à façonner nos représentations des groupes sociaux. Ainsi, le phénomène du face-isme renvoie à l'idée que l'espace relatif assigné au corps et au visage d'une personne dans les images en dit long sur les aspects qui la définissent. Archer et ses collègues (1983) ont pu montrer que le visage des hommes occupait une surface plus importante que celui des femmes tant dans une série de périodiques aux États-Unis, que dans quelque 13 publications à travers 11 pays différents, ainsi que dans les œuvres artistiques sur une période de 6 siècles… et ce même dans des autoportraits. Les auteurs ont aussi conduit une étude au cours de laquelle ils ont invité des femmes et des hommes à dessiner un homme ou femme. Encore une fois, la différence de surface est nette, avec plus de place accordée au visage des hommes qu'à celui des femmes. Qui plus est, les visages masculins sont dessinés de manière plus détaillée.

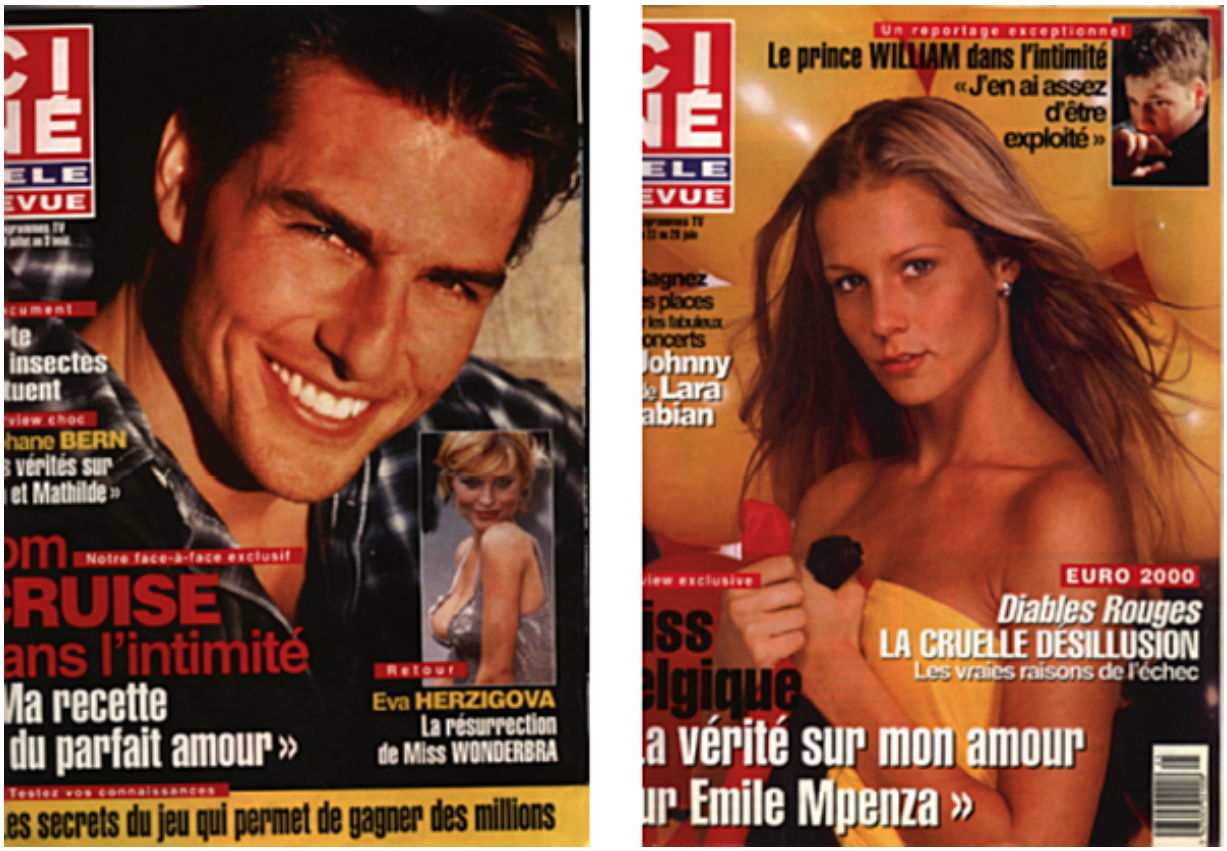


Illustration du Face-isme avec un beau chiasme entre la proportion relative du visage pour l'homme et la femme dans les deux couvertures.

Mais quelles sont les conséquences de cette différence liée au genre ? Plusieurs travaux indiquent qu'une plus grande surface dédiée au visage va de pair avec une attribution plus généreuse d'intelligence, de compétence, de dominance, d'activité mentale, et même de moralité (Archer et al., 1983 ; Loughnan et al., 2010 ; Schwarz et Kurz, 1989 ; Zuckerman & Kieffer, 1994). Il est intéressant de constater que ce même phénomène semble à l'œuvre dans les médias sociaux comme Facebook, MySpace ou d'autres (Cooley & Reichart Smith, 2013). Apparemment, si les hommes choisissent effectivement de montrer des images d'eux-mêmes dans lesquelles une plus large surface est accordée à leur visage, ce serait avant tout une conséquence de leur plus grande estime de soi (Sczezny & Kaufmann, 2018).

On le voit, les gens acquièrent des convictions et se forgent des opinions tranchées sur toute une série de groupes, certains dont ils ont fait l'expérience directe et d'autres qu'ils ont tout simplement appris à connaître à travers les programmes scolaires, les produits culturels en tous genres et plus que toute autre chose via les pairs. Le plus frappant est qu'au-delà du contenu même des stéréotypes qui sévissent à propos des groupes, nous sommes aussi très bien au fait de ce qui est considéré comme admissible ou non comme jugements stéréotypés. Une étude de Crandall, Eshleman et O'Brien (2002) illustre à merveille l'emprise des normes groupales sur les préjugés (mais une analyse très similaire pourrait s'appliquer aux stéréotypes). Ces chercheur·e·s ont sélectionné 105 groupes dont les femmes, les Irakiens, les violeurs, les politiciens... Ils ont demandé de les classer en trois catégories : ceux pour qui il est acceptable d'exprimer des préjugés, ceux pour qui ce ne l'est pas du tout et ceux pour qui il est moyennement accepté de le faire. Avec les mêmes groupes, les chercheur·e·s ont demandé à d'autres sujets s'ils aimaient ou pas ces groupes (mesure de préjugés). Le niveau de préjugé était indissociable de l'aspect normatif. La corrélation est proche de 0,96 ce qui est rare en psychologie. Les préjugés sont donc ceux qu'il est acceptable d'exprimer !

3. Le poids des rôles, le choc des structures

Que nous entrions en contact avec les membres d'un groupe de façon directe ou indirecte, il ne fait aucun doute que ce que les personnes concernées posent comme comportement oriente les impressions que nous formons du groupe dans son ensemble. Par exemple, les policier·ère·s régulent la circulation, veillent à l'ordre public, contrôlent les identités, dressent des procès-verbaux, interviennent pour contrer des casseurs. Et ces conduites sont bien différentes de celles que l'on voit réalisées dans le chef des médecins, des libraires, ou encore des comptables. Bref, l'exercice de la profession de policier·ère oriente l'image que nous nous faisons des polici·ère·s. Résultat des courses : le rôle social assigné à tel ou tel groupe tend à façonner les stéréotypes.

Dans l'Europe médiévale, les activités financières étaient considérées comme viles et non dignes d'un·e bon·ne chrétien·ne. Le commerce de l'argent était relégué aux juifs, à qui on interdisait par ailleurs de posséder des terres, seul véritable indicateur de richesse et de statut à l'époque. Du coup, la profession de banquier était associée à ce groupe et on a peu à peu considéré les juifs comme très doués et naturellement astucieux et économes. Plusieurs autres groupes ont hérité des mêmes occupations selon les lieux et les époques comme les Chinois en Indonésie ou les Coréens aux États-Unis. À chaque fois, le même profil psychologique émerge. Tous ces groupes occupent une niche particulière et c'est ce rôle particulier qui semble déteindre sur leur personnalité plutôt que l'inverse.

Dans le droit fil de cette idée, la théorie des rôles sociaux proposée par Eagly (1987, Eagly & Wood, 1999 ; Wood & Eagly, 2002) s'attache à décrypter les raisons qui peuvent rendre compte des stéréotypes sexuels. On le sait, les hommes et les femmes sont dépeint·e·s de façon réellement différente. Rien n'est plus aisé que de citer les caractéristiques que l'on associe plus aux femmes ou plus aux hommes, qu'il s'agisse d'aspect physique, de traits de caractère, de rôles, de compétences cognitives, etc. Et ces convictions sont culturellement très ancrées. C'est ce que confirme une étude de Banaji et Hardin (1996) dans laquelle les participant·e·s devaient

décider quel était le genre des pronoms personnels présentés à l'écran. Avant chaque pronom, un stimulus apparaissait de façon très furtive, 200 ms. Il s'agissait soit d'un métier majoritairement masculin (« engineer »), soit d'un métier majoritairement féminin (« nurse »), soit d'un métier neutre (« reporter »), soit enfin d'un non-mot (« ZZZZZZ »). Les associations privilégiées entre métiers et genres se manifestent par le temps supplémentaire pris pour donner la bonne réponse en cas de divergence (voir figure 3.9).

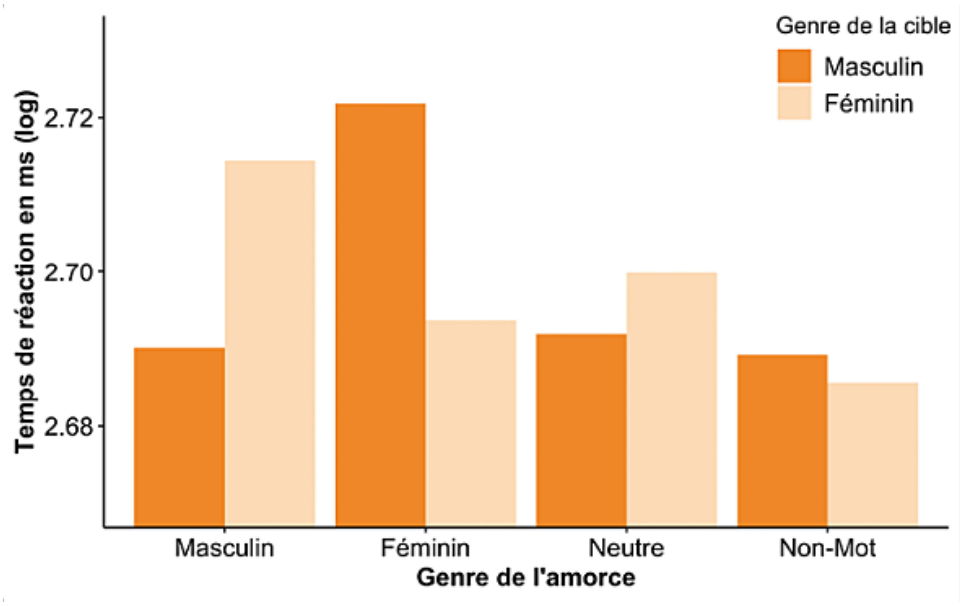


Figure 3.9 Temps de réaction en fonction du genre de l'amorce et du genre du pronom cible (d'après Banaji & Hardin, 1996)

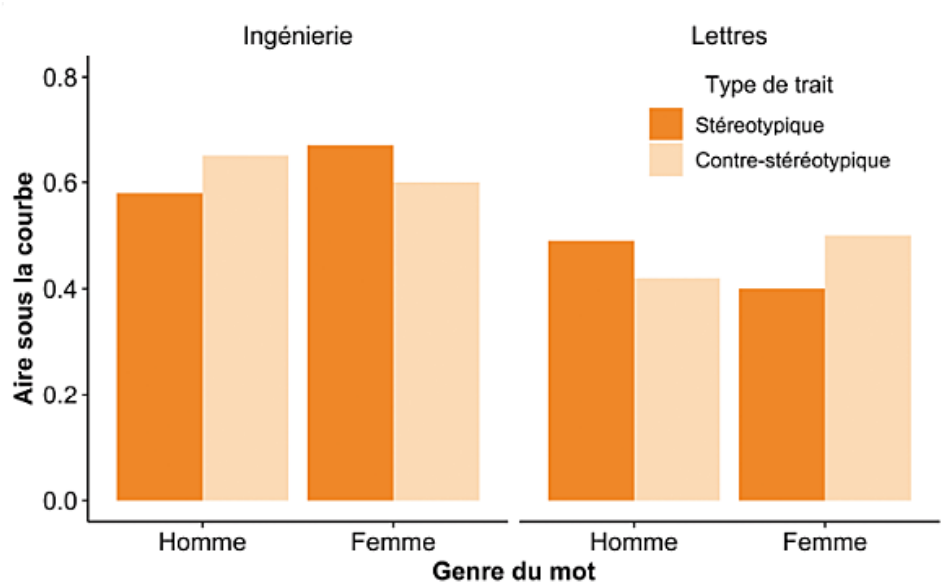


Figure 3.10 Aire sous la courbe en fonction du sexe des participante·s et du type d'association (stéréotypique ou contre-stéréotypique) selon la filière (d'après Smeding et al., 2016)

Toutefois, tout espoir n'est pas perdu. Dans des études de Smeding, Quinton, Lauer, Barca et Pezzulo (2016), on demandait à des étudiant·e·s qui suivaient soient des filières typiquement féminines (« lettres »), soit masculines (« ingénieur ») d'effectuer des TAIs portant sur l'association sexe (homme/femme) et discipline (Mathématiques/Lettres). On constate que les participant·e·s qui suivent des filières « typiques » pour leur sexe effectuent plus rapidement des associations stéréotypiques. Ceci se traduit par un mouvement moins hésitant de la souris pour répondre aux associations stéréotypiques qu'aux associations contre-stéréotypiques et donc par une aire plus réduite sous la trajectoire de la souris, la variable d'intérêt dans cette étude (mais des résultats similaires s'observent en termes de temps de réaction). Pour celles et ceux dont le sexe est minoritaire dans leur filière, le pattern est inversé (voir figure 3.10). Il semblerait donc que les associations entre stéréotypes et genre soient intimement liées à la congruence avec le soi : une femme qui aime les mathématiques serait peu encline à associer cette discipline au sexe masculin.

Les stéréotypes ont-ils des frontières ?

La régularité des stéréotypes concernant les femmes et les hommes est proprement époustouflante. Cette dernière a été brillamment mise en évidence dans une étude de Williams et Best (1990) réalisée dans quelque 25 nations dans le monde entier. Ces chercheur·e·s ont exploité une liste de 300 traits initialement sélectionnés pour étudier la personnalité des gens. Pour chacun des traits, les personnes interrogées devaient indiquer si le trait en question est plus fréquemment associé aux hommes qu'aux femmes, plus fréquemment associé aux femmes qu'aux hommes, ou associé autant aux hommes qu'aux femmes. Malgré certaines limites inhérentes à l'étude comme notamment le fait qu'il n'est pas toujours aisé de traduire des traits dans certaines langues ou que le format de réponse ne permet pas des réponses plus affinées sur les différents traits, l'étude livre des résultats aussi uniques qu'intéressants. Le tableau 3.3 reprend les différents traits qui ont été jugés plus associés à un sexe qu'à l'autre dans au moins 20 des 25 nations de l'étude.

Traits masculins	Traits féminins
Aventurier	Sentimentale
Dominant	Soumise
Energique	Superstitieuse
Indépendant	Affectueuse
Fort	Rêveuse
Agressif	Sensible
Autocrate	Attirante
Audacieux	Dépendante
Entreprenant	Émotionnelle
Robuste	Peureuse
Sérieux	Au cœur tendre
Actif	Faible
Courageux	Sexy
Progressiste	Curieuse
Rude	Douce

Sévère Impassible Sage	Modérée Charmante Bavarde

Tableau 3.3. Stéréotypes de genre dans 25 nations (d'après Williams & Best, 1990)

Les traits collectés par Williams et Best (1990) renvoient une image somme toute familière et traditionnelle des femmes et des hommes. Une telle régularité ne peut manquer de nous interpeller. Ces descriptions sont marquées par le sceau de ce que, dès 1966, Bakan a appelé l'agentisme (agentic) et la communion (communal) pour appréhender ces univers différenciés que sont la motivation à la promotion du soi (compétition, ambition, leadership, etc.) et la motivation à la promotion d'autrui (solidarité, sensibilité, moralité, etc.). La correspondance entre les deux genres et ces deux dimensions, que Bakan considère d'ailleurs comme orthogonales, est flagrante. Tout en exploitant cette distinction, la théorie des rôles sociaux s'inscrit proprement en faux contre une vision biologisante du genre tout en palliant l'incapacité d'une approche strictement culturaliste à rendre compte des régularités manifestes observées à travers l'histoire et les cultures. Pour Eagly (1987), ce sont les fonctions et les professions exercées par les hommes et les femmes qui orientent les stéréotypes de genre. Certes, les femmes sont globalement vues comme étant dotées de caractéristiques féminines et les hommes de qualités masculines, mais, à ses yeux, c'est parce que les gens observent certains rôles systématiquement assumés par des hommes, des rôles qui requièrent de l'assertivité, de la rationalité, des capacités décisionnelles, etc., et d'autres endossés de façon récurrente par des femmes, et pour lesquels on attend de la chaleur, une attention à autrui, de la compassion.

Une étude d'Eagly et Steffen (1984) illustre parfaitement le raisonnement. Les chercheuses ont fourni aux participant·e·s une description d'une personne de sexe masculin ou féminin

présentée comme travaillant à temps plein, comme s'occupant des enfants et du foyer, ou sans aucune information supplémentaire. Comme on peut le voir sur la figure 3.11, les résultats de cette condition contrôle reproduisent les stéréotypes traditionnels : lorsqu'on ignore la profession de la cible, on la conçoit comme plus « communale » (c'est-à-dire chaleureuse, sociable, sincère, etc.) et moins « agentique » (c'est-à-dire compétitive, dominante, agressive, etc.) lorsqu'il s'agit d'une femme que d'un homme. En revanche, lorsque les personnes exercent une activité, que ce soit en dehors ou au sein du foyer, c'est bien cette information qui oriente les impressions. En somme, la théorie des rôles sociaux offre un cadre explicatif parcimonieux pour rendre compte des attentes que l'on adresse aux hommes et aux femmes.

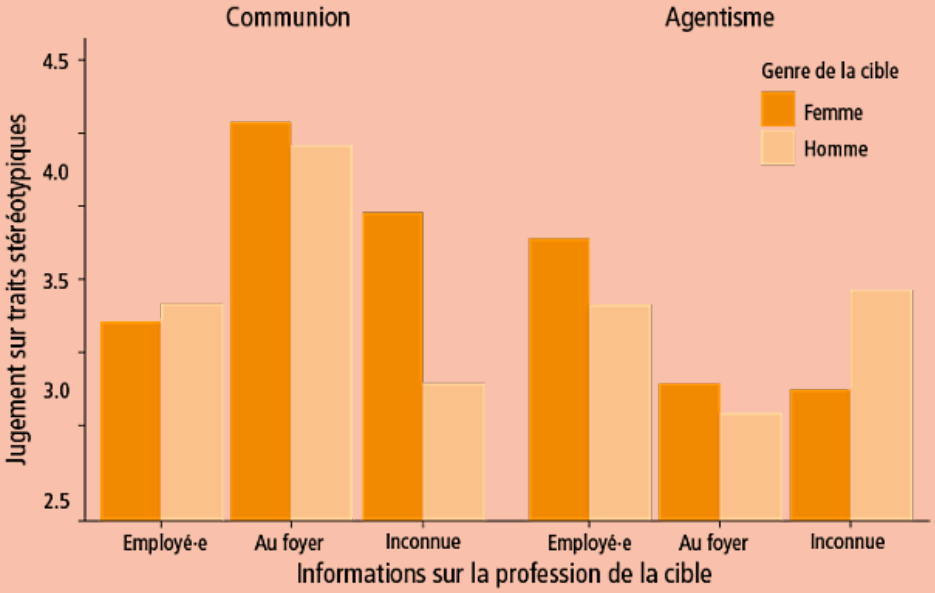


Figure 3.11 Jugements sur les traits stéréotypiques de communion et d'agentisme en fonction
des informations sur la profession de la cible et du genre de la cible (d'après Eagly & Steffen, 1984)

On conçoit aisément qu'au-delà de la question des stéréotypes de genre, les positions qu'occupent les groupes au sein de la société et les relations qu'entretiennent ces derniers contribuent à façonner les stéréotypes à leur

propos. Cette idée est au cœur du modèle du contenu des stéréotypes (MCS) de Fiske et de ses collègues (1999, 2002, 2015, 2018). Selon le MCS, deux questions essentielles préoccupent les gens dans leurs interactions avec autrui. D'une part, il s'agit de savoir ce que les autres personnes veulent. S'agit-il plutôt de coopérer ou de nous mettre des bâtons dans les roues ? Autrement dit, pense-t-on que les intentions des autres sont bienveillantes ou, au contraire, hostiles ? Cette interrogation incite les gens à examiner les divergences ou les convergences tant sur les plans matériels que symboliques (Kervyn, Fiske, & Yzerbyt, 2015). La réponse à ces questionnements donne lieu à une évaluation de ce que Fiske appelle la chaleur. Dans le même temps, on souhaite aussi jauger les moyens dont disposent ces personnes pour mettre en œuvre leurs intentions. Selon qu'elles disposent de ressources importantes, que ce soit en termes de pouvoir, de statut, ou de richesse, les divers projets qu'elles nourrissent peuvent orienter le cours des choses et nous influencer de manière assez évidente. Ces considérations déterminent l'appréciation de ce que Fiske qualifie de compétence.

Chaleur et compétence sont à entendre ici comme des labels génériques, des construits psychologiques qui recouvrent une panoplie de caractéristiques spécifiques liées par une même thématique. Pour la chaleur, et nous l'évoquions en parlant des stéréotypes descriptifs et prescriptifs, il faut entendre des traits tels que sociable, sensible, honnête ou encore digne de confiance, parmi d'autres. En ce qui concerne la compétence, on songe à des traits comme capable, efficace, ambitieux, sûr de soi et ainsi de suite. On le voit ces aspects de compétence et de chaleur rappellent très directement les notions d'agentisme et de communion. Des liens évidents existent avec des typologies abordées au chapitre précédent au moment de parler de la formation d'impression (Cambon, 2006). Pour rappel, Beauvois (1995 ; Dubois & Beauvois, 2001) distingue la désirabilité sociale et l'utilité sociale. De son côté, Peeters (1992, 2002) parle plutôt de traits profitables pour autrui et de traits profitables pour soi. S'il existe certes des nuances entre toutes ces paires de labels, les ressemblances l'emportent au point que nous pouvons parler de manière générale d'une dimension verticale (agentisme, compétence) et d'une dimension horizontale (communion, chaleur, désirabilité, profitable pour autrui) (Abele, Ellemers,

Fiske, Koch, & Yzerbyt, 2019). Chacune de ces dimensions se décline alors en deux sous-dimensions avec la capacité et l'assertivité d'une part et la sociabilité et la moralité d'autre part (Abele et al., 2016 ; Carrier, Rohmer, & Louvet, 2014).

Le MCS propose de combiner ces deux dimensions de chaleur et de compétence sous forme d'un espace bi-dimensionnel dans lequel les gens placeraient les différents groupes qui les entourent ainsi que leur propre groupe. Les groupes se voient ainsi caractérisés par un niveau plutôt élevé ou plutôt bas de compétence et un niveau plutôt élevé ou plutôt bas de chaleur. Un atout majeur du MCS est de mettre à mal une conception simpliste des stéréotypes qui voudraient que l'on ait seulement une dimension allant du négatif au positif. Même si certains groupes sont affublés de toutes les qualités, en particulier l'endogroupe, ou se voient au contraire contester tant la compétence que la chaleur, un nombre appréciable de groupes mêlent des caractéristiques positives et négatives (Fiske et al., 2002). Par exemple, les banquier·ère·s seraient dénué·e·s de chaleur même s'il·elle·s sont vu·e·s comme compétent·e·s. À l'inverse, les personnes âgées sont perçues comme chaleureuses, mais leur compétence est assurément mise en doute. Comme nous le verrons au ***chapitre 13***, le MCS a débouché sur d'autres approches qui soulignent l'impact des connaissances stéréotypées sur les réactions affectives et les conduites des gens face aux groupes qu'ils rencontrent (Cuddy et al., 2007, 2008).

De tels stéréotypes ambivalents sont loin d'être rares. Yzerbyt et ses collègues (2005, 2008; Judd et al., 2005) estiment même que la plupart des situations qui mettent en présence les groupes sociaux conduisent à une vision de ce type. Dans une de leurs études, des étudiant·e·s français·es et belges francophones ont été invité·e·s à évaluer les Français·es et les Belges sur différents traits de chaleur et de compétence. De façon intéressante (voir figure 3.12) et même si les scores dépassaient tous le point-milieu de l'échelle, les deux groupes étaient d'accord pour considérer les Français·es plus compétent·e·s que les Belges et les Belges plus chaleureux·euses que les Français·es. Qui plus est, les données étaient corroborées par des observateur·rice·s extérieur·e·s, en l'occurrence des répondant·e·s suisses.

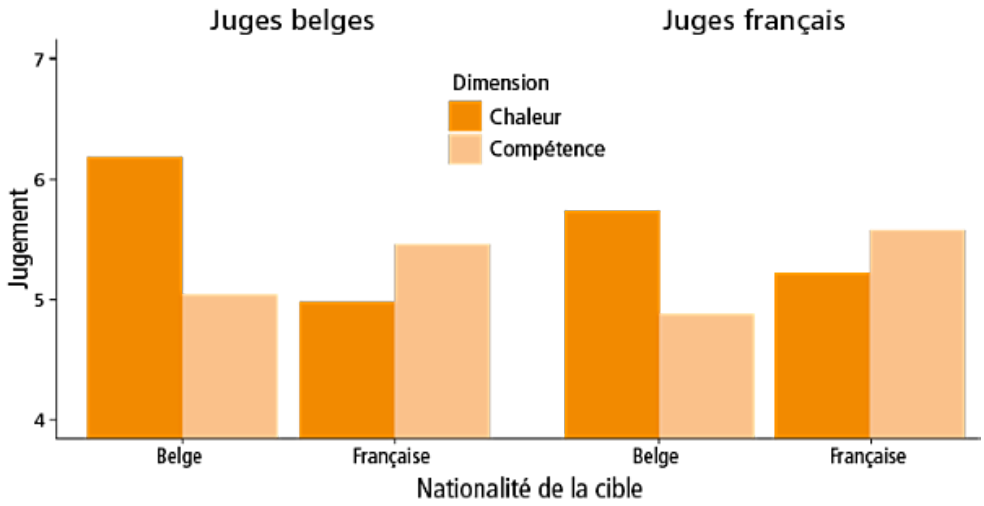


Figure 3.12 Jugement en fonction de la nationalité de la cible et de la dimension par les juges belges et français (d'après Yzerbyt et al., 2005)

Ce phénomène de compensation dimensionnelle comme l'appelle Yzerbyt (2018) fait en sorte qu'un groupe plus valorisé qu'un autre sur la dimension de compétence risque aussi d'être vu comme moins bien positionné que cet autre groupe sur la dimension de chaleur. Dans une démonstration expérimentale de cette tendance compensatoire, Judd, James-Hawkins, Yzerbyt et Kashima (2005) ont invité leurs participant·e·s à lire une série de comportements censés décrire les membres de deux groupes fictifs, les Verts et les Bleus. Les différents comportements, au nombre de 32, avaient été prétestés pour représenter des niveaux élevés ou bas sur les dimensions de compétence ou de chaleur. Dans une première expérience, la majeure partie des comportements ne laissait aucun doute quant au fait qu'un des deux groupes, disons les Verts, était plus compétent que l'autre groupe, ici les Bleus. En effet, 6 des comportements associés aux Verts reflétaient une forte compétence tandis que 2 traduisaient l'inverse. Des 8 autres comportements associés aux Verts, 2 indiquaient une forte chaleur et 2 une faible chaleur tandis que 4 comportements non pertinents complétaient la description. Pour les Bleus, les proportions de comportements compétents et non compétents étaient inversées. Les jugements ultérieurs des groupes sur les deux dimensions sont sans appel. Malgré le parfait équilibre inscrit dans le matériel initial, le groupe des Verts est perçu comme moins chaleureux que le groupe des Bleus. Dans une seconde étude, c'est la chaleur qui est initialement répartie de façon déséquilibrée entre les deux

groupes. Comme prévu, les jugements confirment l'émergence d'une compensation, mais sur la compétence cette fois.

Le message semble ici qu'il est préférable de vivre dans un monde où chacun peut se glorifier d'une manière qui ne gêne pas outre mesure l'autre : personne n'est parfait. Une exception notoire se produit lorsque les groupes se retrouvent en situation de conflit auquel cas leurs membres se drapent volontiers dans un sentiment de supériorité sur une large palette de dimensions pour ne pas dire toutes (Cambon, Yzerbyt, & Yakimova, 2015). Hormis ces situations, le phénomène de compensation dans les perceptions intergroupes est très robuste (Kervyn et al., 2010 ; Yzerbyt, 2018). Alors que les groupes moins élevés dans la hiérarchie sociale tiennent à ce qu'on leur reconnaisse plus de chaleur, ce qui leur permet de redorer leur blason, les groupes de haut statut se montrent quant à eux grands seigneurs et concèdent un déficit de chaleur d'autant plus volontiers qu'est entérinée leur supériorité sur la compétence (Cambon & Yzerbyt, 2018 ; Yzerbyt & Cambon, 2017). Au final, et pour autant que ceux qui tiennent le haut du pavé sur la compétence tolèrent l'idée qu'ils souffrent d'un manque de chaleur, une paix relative est en mesure de régner dans les ménages. Comme on le verra au ***chapitre 13***, c'est une situation que certains modèles du contact intergroupes exploitent précisément comme un moyen d'apaiser les conflits entre les groupes.

3.1. La justification des stéréotypes

Les stéréotypes sont des outils cognitifs de toute première importance, car ils confèrent du sens à l'environnement social en mettant en exergue les différences entre des groupes. Tout ceci permet d'informer et, du coup, d'orienter au mieux les interactions entre les personnes membres de ces différents groupes. On retrouve là la mission descriptive des stéréotypes. Mais, on l'a vu avec les stéréotypes prescriptifs, ces structures mentales jouent également un rôle crucial dans la justification de l'ordre social (Tajfel, 1981). Les connaissances stéréotypées présentent donc cette particularité de rationaliser les rapports sociaux. Cette fonction est d'autant plus susceptible d'être à l'œuvre que l'on traite les groupes comme des entités significatives et que l'on essentialise les comportements des membres du groupe (Yzerbyt, Rogier, & Fiske, 1998).

Hoffman et Hurst (1990) abordent ces deux points de front dans une expérience ingénieuse. Les participant·e·s reçoivent des informations à propos d'une série d'individus appartenant à deux groupes censés habiter une lointaine planète. Au total, il est question de 15 Ackmiens et 15 Orynthiens. Pour chacun de ces individus, on fournit le prénom, l'occupation ainsi qu'un trait masculin, un trait féminin et un trait neutre. Une première manipulation consiste en ce qu'un des deux groupes compte une majorité de travailleurs (80 %), les autres s'occupant de l'éducation des enfants et du foyer (20 %) alors que ces proportions sont inversées pour l'autre groupe. Concrètement, une fiche précisera, par exemple, que « Damorian, un Orynthien, travaille en ville, est individualiste, chaleureux et créatif ». Une seconde manipulation concerne le fait qu'on présente ces deux groupes comme des espèces distinctes (la condition biologique) ou comme des cultures différentes (la condition non biologique). Enfin, une dernière manipulation fait en sorte que, pour la moitié des participant·e·s, des instructions supplémentaires insistent sur la nécessité de trouver une explication qui permette de comprendre le lien entre l'appartenance groupale et les occupations. Après avoir lu l'ensemble des informations, les participant·e·s sont invité·e·s à évaluer les deux groupes sur une série de traits agentiques et communaux.

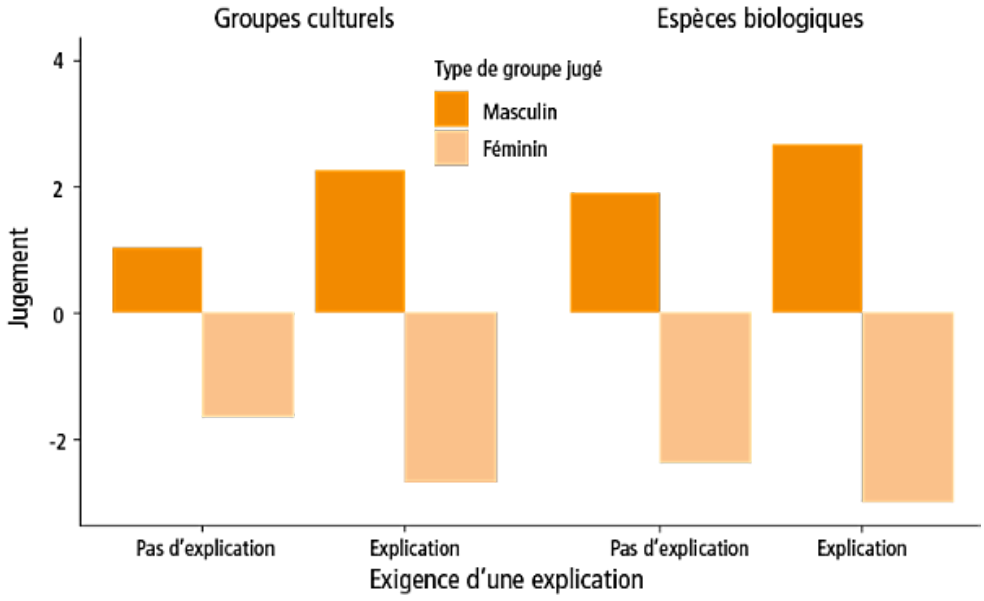


Figure 3.13 Jugement de masculinité en fonction de l'exigence d'une explication, du type de groupe jugé (masculin pour le groupe majoritairement travailleur et féminin pour le groupe majoritairement au foyer) et de la nature des deux groupes (d'après Hoffman & Hurst, 1990)

Les résultats sont éloquents à plus d'un titre (voir figure 3.13). La catégorie composée de façon majoritaire de travailleurs apparaît de fait plus agentique et masculine que celle comprenant surtout des personnes chargées de l'éducation des enfants. La différence entre les deux scores se marque d'autant plus que les deux groupes sont réputés être des espèces plutôt que des cultures différentes. Enfin, plus on se met en devoir de trouver une explication face à ce que l'on observe et plus les stéréotypes s'affirment. D'autres travaux, de Conway, Pizzamiglio et Mount (1996) confirment que des différences de statut peuvent engendrer le même type de différenciation dans les perceptions. Cette fois, le fait que les Bwisi ont des habits plus prestigieux, une place plus importante dans les cérémonies religieuses et un accès privilégié à certaines nourritures que les Mwangai leur confère davantage de traits agentiques que communaux, l'inverse étant vrai pour les Mwangai.

L'idée d'invoquer la biologie plutôt que la culture fait écho à de nombreux travaux qui soulignent la propension des gens à percevoir les groupes sociaux comme s'il s'agissait de catégories naturelles. Rothbart et Taylor (1992) comparent ainsi ce que nous pensons des Allemands, des handicapés ou des médecins à ce que nous portons comme regard sur les oiseaux, les araignées ou les dinosaures alors même que les catégories sociales sont le plus souvent des constructions sociales et, après tout, des regroupements de simple convenance qui s'apparentent davantage à ce qu'on observe pour classer des objets tels que des voitures, des vêtements ou des outils. Au lieu de cela, nous avons tendance à appréhender les membres d'une catégorie comme s'ils partageaient une même essence (Martin & Parker, 1995 ; Rothbart & Taylor, 1992 ; Williams & Eberhard, 2008).

À bien des égards, les recherches sur ce qu'on appelle l'essentialisme (Haslam, Rostchild, & Ernst, 2000 ; Prentice et Miller, 2007 ; Yzerbyt, Rocher, & Schadron, 1997) mettent en lumière une manière extrême de considérer les choses en arguant que le comportement des membres de certains groupes n'est autre que le reflet de leur nature profonde, une nature tellement enracinée qu'elle acquiert à nos yeux un statut proche du matériel génétique même si ce comportement est le produit de l'Histoire, d'habitudes ou de traditions. Des travaux montrent ainsi que des orientations confessionnelles distinctes occupent les différentes disciplines

universitaires aux États-Unis (Steinberg, 1974). On trouve majoritairement des catholiques en sciences humaines, des protestant·e·s dans les sciences appliquées, et des juif·ve·s au sein des sciences médicales et comportementales. Si cette étude était réalisée aujourd'hui, sans doute serait-on tenté d'associer les orientations philosophiques d'origine asiatique à l'exercice des disciplines liées à l'informatique et aux nouvelles technologies. Pour Steinberg (1974), les faits parlent d'eux-mêmes. S'inscrivant dans une longue tradition propre à la sociologie et aux travaux sur l'orientation professionnelle, il estime que les valeurs culturelles propres à chaque obédience religieuse rendent compte des choix de carrière. Cette explication d'allure résolument essentialiste perd de son crédit lorsqu'on prend en compte une série de facteurs à la fois aléatoires et indépendants comme notamment le fait que des disciplines scientifiques se sont développées, et ont donc créé des opportunités professionnelles, au moment où certaines vagues d'immigration atteignaient l'enseignement supérieur en Amérique du Nord (Friedman, 1983). Selon Boudon (1990), mettre ainsi en exergue la seule explication culturelle, un aspect profondément enraciné dans les options religieuses, traduit bien le pouvoir d'attraction énorme des explications essentialistes. Comment pourrait-on en effet oser rendre compte de phénomènes aussi importants par des facteurs en apparence futiles ?

Le recours à de telles essences pour expliquer les conduites de catégories entières de gens fait furieusement penser au biais de correspondance ***[chapitre 2]***. Ici aussi, on mobilise une explication inhérente univoque, la nature du groupe, en lieu et place de facteurs circonstanciels complexes et variés. Le travail explicatif suscité chez une partie des participant·e·s de Hoffman et Hurst (1990) vient d'ailleurs exacerber les choses et fait là aussi penser à l'attribution causale. Dans le même ordre d'idées, quoi de plus tentant que de lier, par exemple, la répartition genrée dans les professions à la nature fondamentalement différente des deux sexes. Le genre n'est-il pas une dimension prioritaire dans la façon dont les gens organisent les métiers dans leur tête (Gottfredson, 1981) ? Certes, on néglige des dizaines d'autres facteurs qui contribuent tous à produire une inégalité dans la proportion d'hommes et de femmes rencontrée dans les divers secteurs économiques comme le nettoyage, les soins de santé, d'une part, ou la construction et

l’informatique, d’autre part. Mais, lorsque les apparences, ce qu’on pourrait appeler le phénotype, présentent un tel degré de régularité, on sera forcément tenté de s’en remettre à cette seule explication profonde, qu’on qualifiera volontiers de génotype. Au passage, catégorisation oblige, on fera l’impasse sur toutes les nuances entre les deux sexes traditionnels alors que des variations multiples existent autour des sacro-saints XX et XY, une réalité qui commence malgré tout à se frayer un chemin dans les esprits.



Nuée d’étourneaux (© Unachicalinda).

L’impact de cette uniformité entre les membres d’un groupe n’a pas manqué de fasciner les chercheur·e·s (Yzerbyt, Judd, & Corneille, 2004). Dès lors qu’un groupe apparaît comme une entité unique, comme lorsqu’on observe un banc de poissons esquiver les manœuvres du requin ou qu’on admire une nuée d’oiseaux avant leur départ pour le voyage migratoire, on se prend à appliquer les recettes perceptives et attributionnelles comme s’il s’agissait d’une seule et même personne. L’entitativité fait en sorte que les grands principes qui prévalent lors de la formation d’impression face à une personne s’appliquent au groupe (Hamilton & Sherman, 1996 ; Yzerbyt, Corneille, & Estrada, 2001). De fait un sentiment de plus grande efficacité, de plus grande menace, surgit souvent face à un groupe qui se présente comme une entité. Il suffit de penser à ce qu’on ressent face à une rangée de policier·ère·s lors de manifestations ou face à un groupe de militaires lors de défilés. À l’inverse, lorsqu’il est question de son propre groupe, cela peut conduire à une sensation de force et de réconfort. Rien de tel pour enflammer les supporters de football et leur donner l’espoir d’une victoire sans encombre que de se voir tous habillé·e·s et grimé·e·s de façon identique et d’entonner ensemble un chant de soutien à leur équipe préférée.

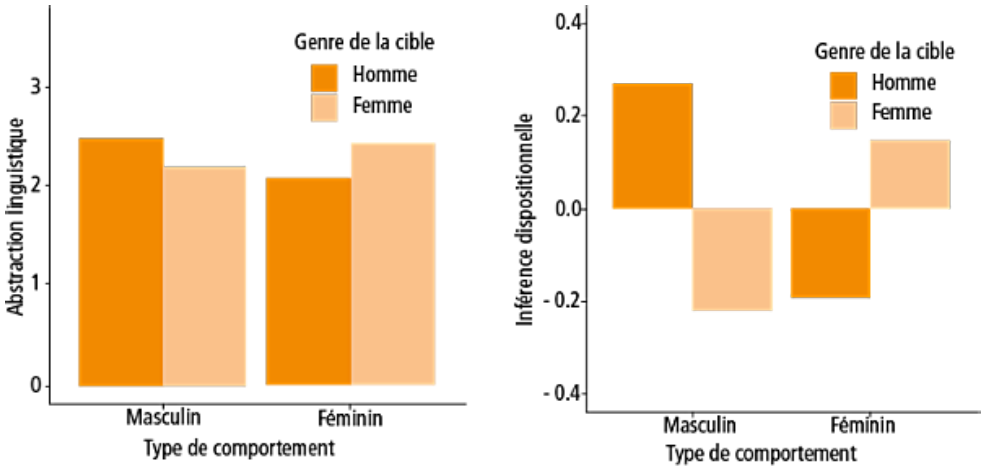


Figure 3.14. Niveau d'abstraction linguistique et inférence dispositionnelle en fonction du type de comportement et du genre de la cible (d'après Wiglboldus et al., 2000)

L'erreur fondamentale d'attribution joue encore un autre rôle dans les perceptions intergroupes (Deschamps, 1983). De fait, parlant d'erreur ultime d'attribution, Pettigrew (1979) remarque que les membres d'un groupe sont tentés de rendre compte des comportements d'un autre groupe en termes dispositionnels. C'est particulièrement le cas pour les comportements négatifs de l'autre groupe. À l'inverse, les comportements positifs de cet exogroupe seront plus volontiers expliqués en termes situationnels de manière à distendre le lien entre les facettes positives et l'autre groupe. Bien sûr, la logique tend à s'inverser pour son propre groupe (Hewstone & Ward, 1985). Cette stratégie pernicieuse vient même se loger dans le langage que les gens mobilisent pour décrire les actions des un·e·s et des autres. S'appuyant sur le modèle des catégories linguistiques de Semin et Fiedler (1991), Maass et al. (1989) montrent que les formes linguistiques comme les adjectifs, propices à des caractérisations dispositionnelles, sont préférées aux verbes d'action, dont la portée dispositionnelle est bien moindre, pour décrire les conduites négatives d'un autre groupe et les comportements positifs de son groupe propre. Il·Elle·s sont mesquin·e·s et nous sommes généreux·euses. Mais il·elle·s ont posé un geste d'apaisement alors que nous avions réagi impulsivement.

Plus globalement, les informations qui vont dans le sens des stéréotypes sont communiquées avec un niveau d'abstraction plus élevé que les éléments qui contreviennent aux images groupales établies. Dans une étude de Wigboldus, Semin, et Spears (2000), les participant·e·s devaient écrire

quatre descriptions à savoir d'un homme se comportant de manière stéréotypiquement masculine, d'un homme posant un comportement stéréotypiquement féminin, d'une femme posant une conduite stéréotypiquement masculine, et d'une femme agissant de façon stéréotypiquement féminine. Les descriptions étaient ensuite passées d'un·e participant·e à l'autre et évaluées pour le degré d'abstraction du langage utilisé, mais aussi pour la mesure dans laquelle le comportement évoqué était dû aux dispositions de la personne plutôt qu'à la situation. Comme on peut le voir sur la figure 3.14, le niveau d'abstraction est plus élevé quand les conduites décrites sont en phase avec les stéréotypes ce qui, du coup, entraîne une attribution dispositionnelle plus marquée.

3.2. Le quadrant maudit : déshumanisation et objectification

Les toxicomanes, les SDF, les demandeur·euse·s d'asile, voilà bien des groupes associés à des stéréotypes désobligeants. Dans le jargon du MCS, on dira que ces groupes se situent dans le quadrant caractérisé par une compétence faible et une chaleur faible. C'est ce que nous appellerons le quadrant maudit. Plusieurs recherches confirment que ce quadrant est associé à des perceptions radicales. Dans une expérience intrigante, Cikara et ses collègues (2010) ont eu recours à un paradigme dit du trolley. Il s'agit pour les participant·e·s d'imaginer une situation fictive dans laquelle il faut résoudre un dilemme : il·elle·s sont sur un pont qui enjambe la voie ferrée, à côté d'un autre individu. Un train arrive d'un côté du pont et, un peu plus loin, de l'autre côté, 5 hommes sur la voie. Prenant conscience que le train verra les hommes trop tard si rien ne se passe, l'idée qui surgit est de pousser son voisin sur la voie pour que le train entame une procédure de freinage et, au final, épargne les 5 individus. Sans autres précisions, la toute grande majorité des gens rechigne à pousser son voisin même si, s'agissant de sauver la vie de 5 êtres humains au détriment d'une seule vie, c'est bien l'option « utilitariste » la plus indiquée. L'expérience consiste à varier les groupes d'appartenance du voisin et des 5 personnes. Un des résultats montre que les participant·e·s jugent le sacrifice de leur voisin moins acceptable si les personnes à sauver font partie d'un groupe que l'on situe généralement dans le quadrant maudit. Autrement dit, on se préoccupe

d’autant moins de tenter de sauver ces gens qu’ils sont SDF, migrants ou schizophrènes plutôt que banquiers, étudiants, ou personnes âgées !

Tout se passe donc comme si on contestait la nature humaine des groupes peuplant ce quadrant. Une expérience de Harris et Fiske (2007) illustre de façon étonnante ce type de réaction. On y montrait des photos de divers groupes tout en mesurant l’activité corticale. Contrairement à ce qui se passe pour tous les autres groupes sociaux, les cibles appartenant au quadrant maudit ne déclenchent pas de réponse dans le cortex médian préfrontal, pourtant typiquement sollicité lorsque les gens se retrouvent face à un·e interlocuteur·rice dont il s’agit de connaître les intentions. Bref, la zone du cerveau dédiée à la cognition sociale reste désespérément inerte, preuve s’il en est d’une déshumanisation. Une telle réaction se produit plus fréquemment qu’on veut bien l’imaginer, avec des conséquences qui sont tout sauf anodines.

S’appuyant sur la propension des gens à assigner une essence aux catégories sociales (Rothbart & Taylor, 1992 ; Yzerbyt et al., 1997), Leyens et ses collaborateurs (2001, 2003, 2007) estiment que les êtres humains se distinguent par trois traits à savoir l’intelligence, le langage et les émotions sophistiquées. Selon ces auteurs, nous n’accordons vraiment une essence humaine qu’aux seuls membres de notre endogroupe. Pour les exogroupes, nous aurions tendance à les infra-humaniser. Ce biais est plus sournois qu’il y parait. Ainsi, plusieurs recherches attestent que les gens se montrent réticents à considérer que les membres d’autres groupes ressentent des émotions qualifiées de secondaires, jugées spécifiquement humaines, comme la joie ou la honte (Demoulin et al., 2004 ; Paladino, et al., 2002 ; Viki et al., 2006). Ce phénomène de déshumanisation permet de rendre compte de certaines conduites extrêmes en matière de violence et d’agression.

Déshumaniser les autres groupes les réduit au rang d’animaux. Que n’a-t-on vu des spectacles désolants de supporters de football hurlant des cris de singes lorsque des joueurs d’origine africaine se présentent sur la pelouse. Et on songe aussi aux images détestables de propagande nazie dans lesquelles on prétendait avertir la population allemande quant aux mœurs juives tout en leur montrant des images de rats. L’histoire des

explorateur·rice·s et de la colonisation met en exergue la manière dont nombre de peuples ont été réduits au statut de sauvages. Dans la foulée de la conquête de l'Amérique du Sud par les Espagnols et les Portugais, le fameux procès de Valladolid, s'il a consacré le fait que les Indien·ne·s d'Amérique du Sud étaient doté·e·s d'une âme, a aussi donné un coup d'élan sans précédent au commerce d'esclaves venu·es d'Afrique, eux·elles qui se voyaient de toutes les manières contester leur humanité. À côté de la déshumanisation animale il existe aussi une déshumanisation de type mécanique (Haslam, 2006). Cette posture consiste à appréhender autrui non plus comme mu par des besoins biologiques primaires, mais à le traiter comme s'il s'agissait d'une machine. Au fond, si les humains se distinguent du monde animal par l'intelligence, la civilisation et le raffinement, ils se différencient des machines et des objets par l'émotivité, la vitalité et la chaleur. Il n'est pas rare de voir des groupes ennemis présentés de la sorte.

Live long and prosper

Dans la série Star Trek, des adversaires parmi les plus redoutables de la Fédération des Planètes sont les Borg, une espèce mi-homme, mi-machine, dont les membres sont des représentant·es d'autres planètes qui ont été capturés et « assimilés » pour leur enlever leur « humanité » et ne faire qu'un avec une intelligence artificielle conquérante et sans cœur. Mais il ne faut pas aller dans l'espace pour rencontrer ces représentations d'autres groupes sous forme de robots ou de machines aussi redoutables sur le plan des algorithmes qu'elles sont dépourvues d'âme et de chaleur.



▶ *Les Borg sont une des races d'aliens de Star Trek (© Jeff Hitchcock).*

Une autre forme de déshumanisation concerne le regard que la société, et les hommes en particulier, porte sur les femmes. On parle alors d'objectification sexuelle pour désigner le fait de percevoir une femme comme un « corps », ou un ensemble de parties de corps au détriment de ses caractéristiques psychologiques, de sa personnalité et, plus globalement, de son humanité. En 2018, une telle aventure survint ainsi à Aurore Bergé, alors chef de groupe du parti au pouvoir, qui venait présenter son projet sur l'audiovisuel en France à la télévision. Elle s'est fait apostropher par un des journalistes participant à l'émission en raison de sa tenue, jugée trop légère et cela a ensuite suscité un débat dont internet a le secret. La députée était ainsi réduite à son apparence physique sans que ses idées puissent être discutées ou présentées.



Charlie Chaplin dans Les temps modernes

Bernard et al. (2012) ont montré que le fait de présenter des femmes de façon sexualisée (dénudées par exemple) faisait en sorte de les percevoir littéralement comme on perçoit des objets. Les êtres humains, que ce soient les visages ou les corps dans leur entièreté, sont perçus de façon configurale ce qui veut dire qu'on les perçoit comme un ensemble/une totalité : changer ne serait-ce qu'une partie d'un corps ou d'un visage modifie profondément notre perception de la personne concernée. Ceci n'est pas le cas pour les objets. Une façon de mettre cela en évidence s'appuie sur l'effet *d'inversion.* Si on vous présente l'image d'une personne que vous avez déjà rencontrée précédemment la tête en bas, vous aurez plus de difficulté à la reconnaître que si on vous la présente dans le bon sens. Le renversement a tout bonnement perturbé la configuration des relations entre les parties du corps (ou du visage) de cette personne. Il n'en va pas de même en ce qui concerne la perception de la plupart des objets. En effet, on reconnaît aussi facilement une tasse si on nous la présente à l'envers qu'à l'endroit. Bernard et ses collègues ont exploité ce phénomène en choisissant de présenter des images d'hommes ou de femmes sexualisées. Il s'agissait de personnes correspondant aux canons de beauté en petite tenue. Les données révèlent que l'effet d'inversion ne s'observe que pour les hommes et suggèrent que les femmes

sexualisées sont littéralement traitées comme des objets. D'autres travaux montrent que l'objectification exerce des conséquences négatives sur la façon dont sont traitées les femmes. Par exemple, on a moins tendance à blâmer un violeur si sa victime est objectifiée sexuellement (Bernard et al., 2015), on aura moins tendance à aider une femme victime de violences conjugales si elle est sexualisée (Pacili et al., 2017), on trouvera le harcèlement sexuel plus acceptable à l'égard d'une femme objectifiée (Bernard, Legrand, & Klein, 2018), etc. Pour contrecarrer l'objectification, il suffit souvent de mettre en évidence la singularité de la personne. Par exemple, dans une expérience de Bernard et al. (2015), il suffisait de présenter les femmes sexualisées comme des étudiantes en médecine posant pour un calendrier sexy à visée caritative pour que l'effet d'inversion apparaisse. D'autres travaux (Gruenfeld, Inesi, Magee, & Galinsky, 2008) laissent entendre que le pouvoir est un des principaux facteurs d'objectification d'autrui. De fait, avoir du pouvoir sur autrui nous mène plus aisément à voir l'autre comme un *instrument* nous permettant d'accomplir nos objectifs (sexuels ou non).

Un courant de recherche en plein essor se penche sur la question de l'objectification au travail. Andrighetto, Baldissari et Volpato (2017) ont ainsi montré qu'une même personne décrite comme un travailleur d'usine est davantage perçue comme un « instrument » et moins comme un être humain à part entière que si elle est présentée comme un « artisan ». Ceci s'explique notamment par le caractère répétitif et fragmenté du travail à la chaîne au sein d'une usine. L'ouvrier·ère d'usine apparaît comme un maillon interchangeable, ce qui le rapproche d'un objet « remplaçable », alors qu'on envisage un·e artisan comme détenteur·rice d'une subjectivité et d'un savoir-faire particulier.

4. Le changement des stéréotypes

Une des idées les plus répandues concernant les stéréotypes est qu'ils sont frappés d'une dose extrême d'inertie. C'est à la fois vrai et faux. Ce qu'on pense des Flamand·e·s ou des Wallon·ne·s est tellement ancré dans la

société belge que personne n'imagine un instant que les choses aient pu être différentes. Il est indéniable que les stéréotypes n'évoluent généralement pas très vite. Du coup, ils donnent le sentiment d'être immuables. Les Irlandais·es ou les Polonais·es sont de grand·e·s consommateur·rice·s d'alcool et donnent le sentiment de l'avoir toujours été, les grand·e·s patron·ne·s sont arrogant·e·s et n'ont que faire des misères du monde. Pourtant, il est possible de passer d'une vision à une autre. Dans les années 30, les Allemand·e·s étaient vu·e·s de manière très positive aux États-Unis. Les perceptions ont radicalement changé au cours de la décennie qui a suivi pour revenir ensuite à leur niveau d'avant-guerre.

Si on peut expliquer le changement, on peut aussi expliquer la stabilité, sachant que l'inverse n'est pas vrai. Comment cela ? Deux grandes catégories de facteurs peuvent rendre compte de la versatilité des visions stéréotypées. D'une part, et dans le droit fil du Modèle du Contenu des Stéréotypes, on imagine bien que les rapports de pouvoir et l'interdépendance entre les groupes, autrement dit leurs positions respectives dans la hiérarchie sociale et le caractère coopératif ou compétitif de leur relation, viennent contraindre les perceptions que l'on peut se forger à propos des groupes. Ainsi quand les Nazis ont commencé à attaquer les navires de ravitaillement américains et que les Japonais ont surpris les États-Unis en bombardant la base de Pearl Harbor, il ne fait aucun doute que leur image allait être altérée. Et c'est effectivement ce qui s'est produit. N'a-t-on pas assisté à des internements de masse des Américain·e·s d'origine japonaise dans ce qu'il faut bien appeler des camps de concentration ? Les stéréotypes des Allemand·e·s ont fait un plongeon faramineux sur le plan de leur chaleur, mais pas forcément en termes de compétence. Une fois la capitulation signée et des initiatives de reconstruction entreprises, les a priori ont regagné leurs belles couleurs d'avant-guerre, tant il est vrai que la population américaine était composée en proportion appréciable de descendant·e·s de migrant·e·s allemand·e·s.

Bien entendu, les conflits de cette nature sont plutôt rares et on ne bouscule pas aussi aisément que cela les positionnements relatifs des divers groupes qui composent la société. Sur un plus long terme, il est toutefois possible d'observer des glissements importants. Au XIX^{e} siècle et jusqu'aux années 60, les Flamand·e·s pâtissaient d'une image désastreuse en Belgique,

vu qu'il·elle·s étaient perçu·e·s comme étant incultes, sales et peu fiables. La fermeture des mines et le déclin de l'industrie sidérurgique, les deux véritables moteurs de la richesse du sud du pays, ont été contemporains d'une explosion du tissu des petites et moyennes entreprises en Flandre, lui permettant de renouer avec un passé glorieux remontant au Moyen Âge. Peu à peu le pouvoir économique s'est déplacé, suivi aujourd'hui d'un passage de témoin incontestable sur le plan politique et social. Il est loin le temps où plus d'un million et demi de Flamand·e·s migraient en Wallonie et à l'étranger pour trouver du travail ou plus prosaïquement manger à leur faim. Du coup, les Flamand·e·s sont aujourd'hui vu·e·s comme les dominant·e·s, compétent·e·s et ambitieux·euses, et dictent leur loi à des Wallon·ne·s perçu·e·s comme joviaux·ales, mais aussi comme des assisté·e·s sociaux et des fainéant·e·s (Klein et al., 2012).

Fort heureusement, il ne faut pas nécessairement attendre les aléas de l'histoire pour modifier les croyances. On peut tabler sur le fait que les a priori peuvent changer en comptant sur les mêmes sources que celles qui contribuent à forger les savoirs sur les différents groupes. La difficulté majeure réside toutefois dans le fait que les gens ne sont pas des girouettes. Autrement dit, les connaissances sur les groupes qui nous entourent sont profondément enracinées et dans nos cerveaux et dans la réalité. Ce n'est pas parce que nous rencontrons une femme qui occupe un poste professionnel traditionnellement dévolu aux hommes que cela nécessite que l'on bouleverse ses convictions.

De façon générale, le monde est relativement lent à changer et les habitudes ont la peau dure. Toute l'organisation de la société, au-delà des individus qui la composent, s'appuie sur des inerties organisationnelles et institutionnelles. La culture est profondément marquée par des différences entre les groupes et une fameuse dose d'inertie est de mise. Mais il en va de même au plan individuel, dans le chef des personnes. Après avoir construit un système de compréhension du monde cohérent et organisé et pour avoir pu en apprécier les bienfaits dans la toute grande majorité des situations, il serait plus que hasardeux de se départir de ses stéréotypes à la moindre infirmation.

Comme nous l’avons vu, les stéréotypes nous permettent de donner du sens aux groupes sociaux qui nous entourent et d’expliquer, voire de justifier leur position dans l’espace social. Tout cela leur confère une dimension éminemment politique : les stéréotypes peuvent être employés stratégiquement pour transformer la réalité — et non pas seulement la décrire. Pour mettre à l’épreuve cette idée, Sindic et al. (2018) ont demandé à des participant·e·s portugais·es de faire part de leur vision des immigré·e·s après les avoir « menacé·e·s » de deux façons différentes : soit en suggérant que les immigré·e·s menaçaient la sécurité sociale, soit en suggérant qu’il·elle·s menaçaient les emplois des Portugais·es. On constate que, dans le premier cas, les immigré·e·s sont décrit·e·s comme moins travailleur·euse·s que dans le second (voir figure 3.15). Toutefois, cela ne se produit que si on offrait aux participant·e·s une possibilité de mobiliser d’autres citoyen·ne·s portugais·es qui n’avaient guère d’opinion à propos de l’immigration.

En d’autres termes, décrire les immigré·e·s comme peu travailleur·euse·s permet de mobiliser l’audience en faveur de la limitation de l’immigration — si celle-ci est vue comme une entrave à la sécurité sociale (« les immigré·e·s profitent du système »). En revanche, décrire les immigré·e·s comme travailleur·euse·s permet d’accomplir exactement le même objectif si les immigré·e·s sont décrit·e·s comme une menace pesant sur le marché du travail (« les immigré·e·s nous prennent notre boulot »). Du reste, cette configuration de résultats ne s’observait que chez les participant·e·s qui souhaitaient limiter l’immigration.

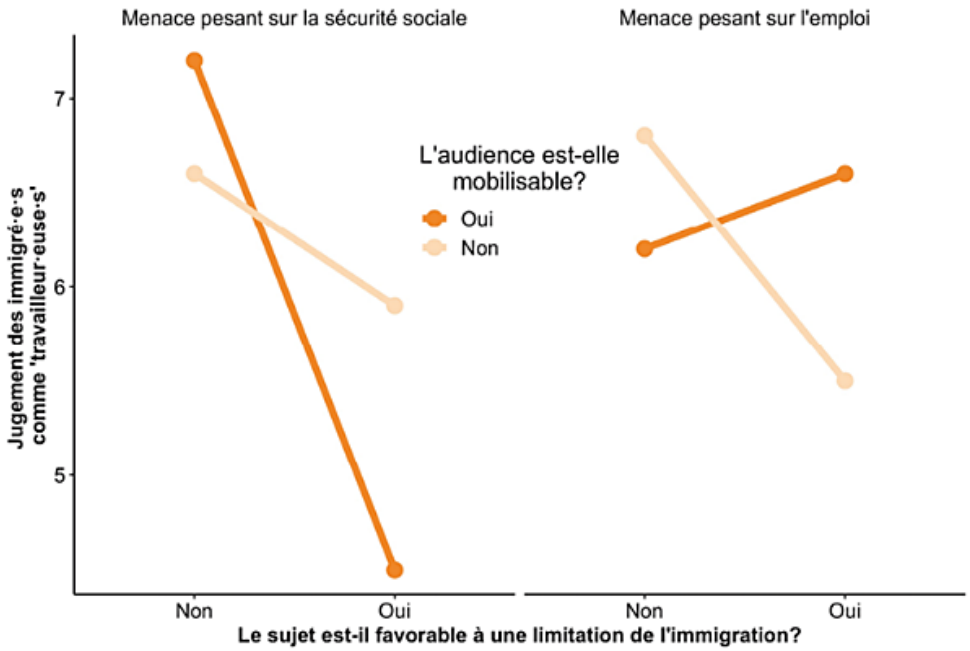


Figure 3.15. Jugement des immigré·es comme travailleur·euse·s en fonction de la position favorable ou non du sujet face à l'immigration et le caractère mobilisable de l'audience selon le type de menace (d'après Sindic et al., 2018)

5. Conclusions

La rencontre d'autres groupes constitue un des aspects les plus incontournables de notre existence. Parce que nous avons besoin des autres et sommes constamment confronté·e·s à eux·elles, nous devons conférer du sens à cet univers social. Il faut organiser les informations pour savoir à quoi s'en tenir. De ce fait, la catégorisation du monde social constitue un passage inévitable, car elle permet de mobiliser à très bon compte des connaissances riches et utiles pour guider notre action. Voilà pourquoi les stéréotypes font partie de notre quotidien. Mais ces derniers soulèvent des questions d'importance : comment les définir et de quelle façon les mesurer ? Dans la foulée, de quelle manière nos a priori entrent-ils précisément en piste et leur impact est-il inéluctable ? Et puis, d'où nous viennent les contenus stéréotypiques, comment s'organisent ces derniers, renseignent-ils de manière correcte sur le monde, quelles fonctions précises servent-ils et, enfin, est-il possible de les changer et comment s'y prendre ? De toute

évidence, nous ne pourrions pas nous passer des stéréotypes mais mieux connaître leurs antécédents et leurs conséquences éclaire sur la manière dont toutes et tous nous nous représentons les gens, mais aussi les groupes auxquels ils appartiennent. Au chapitre suivant, nous allons creuser plus encore la question générale de la cognition sociale en nous penchant sur la façon dont se construit notre identité en tant que personne et en tant que membre d’un groupe.

L’essentiel

Résumé

Dans ce chapitre, nous nous sommes penchée·s particulièrement sur la question des stéréotypes : sans cesse confronté·e·s au monde qui nous entoure, aux autres et aux groupes qu’ils constituent, nous éprouvons le besoin de catégoriser tout cela afin de guider notre action. Cependant, ces stéréotypes ne sont pas sans poser question : comment les quantifier, d’où viennent-ils, comment sont-ils mobilisés, peuvent-ils être modifiés sont autant de questions auxquelles la psychologie sociale fournit une série de réponses. Celles-ci indiquent la manière dont nous nous représentons les gens, de même que les groupes sociaux.

Questions pour s’auto-évaluer

1. Décrivez l’expérience de Tajfel et Wilkes (1963) et indiquez en quoi elle constitue une pierre angulaire de la recherche sur les stéréotypes.

2. Comment mesure-t-on les stéréotypes ? Fournissez un exemple de mesure explicite et un autre de mesure implicite.

3. Au-delà de la catégorisation, quelles sont les grandes étapes qui caractérisent le jugement stéréotypé ? Quelles variables entrent en ligne de compte à chacune de ces étapes et quels sont leurs effets spécifiques ?

4. Qu'entend-on par les stéréotypes descriptifs et les stéréotypes prescriptifs ? Donnez des exemples pour ce qui concerne les femmes et les hommes.

5. Comment les stéréotypes s'acquièrent-ils ? Donnez des exemples illustratifs pour chacun des modes d'acquisition des stéréotypes.

6. Le poids des rôles est important en matière de stéréotypes. Donnez quelques exemples, pour une catégorie autre que celle basée sur le sexe, qui illustrent cet impact.

7. Que peut vouloir dire de ne pas traiter une personne comme un être humain? Quels sont les types de déshumanisation et comment peut-on les évaluer? Pour chaque type, proposez un exemple historique ou d'actualité.

Lectures pour aller plus loin

En Français

Légal, J.-B., & Delouvée, S. (2015). *Stéréotypes, préjugés et discrimination.* Paris: Dunod.

Sanchez-Mazas, M., & Licata, L. (2005). *L'autre: regards psychosociaux*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

Lorenzi-Cioldi, F. (1988). *Représentation des groupes dominants et des groupes dominés*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

Whitley, B., & Kite, M. (2013). *Psychologie des préjugés et de la discrimination*. De Boeck Superieur.

Yzerbyt, V. Y., & Schadron, G. (1996). *Connaître et juger autrui: Une introduction à la cognition sociale*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

En Anglais

Eagly, A. H., & Wood, W. (1999). The origins of sex differences in human behavior: Evolved dispositions versus social roles. *American Psychologist*, *54*(6), 408.

Ellemers, N. (2018). Gender stereotypes. *Annual Review of Psychology*, *69*, 275-298.

Fiske, S. T., Cuddy, A. J., Glick, P., & Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology, 82*, 878-902.

Gervais, S. J. (2013). *Objectification and (de)humanization.* Nebraska Symposium on motivation (Vol. 60). New York : Springer.

Hamilton, D. L., & Sherman, S. J. (1996). Perceiving persons and groups. *Psychological Review*, *103*, 336-355.

Haslam, N., & Loughnan, S. (2014). Dehumanization and infrahumanization. *Annual Review of Psychology*, *65*, 399-423.

Yzerbyt, V. Y. (2016). Intergroup stereotyping. *Current Opinion in Psychology, 11*, 90-95.

Pour illustrer

Les effets de la catégorisation par Nicole Dubois.

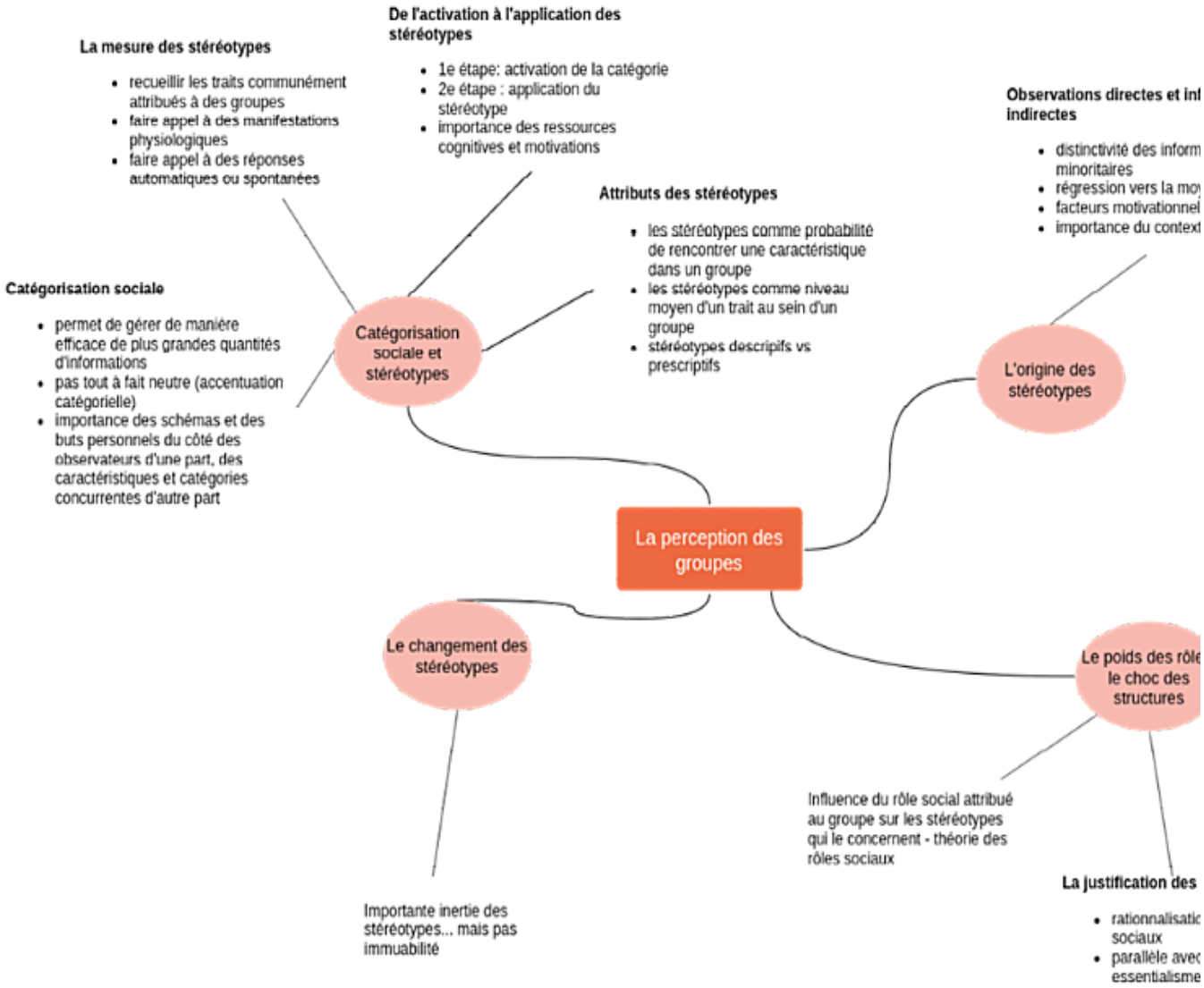
Â quoi servent les stéréotypes ?

Tous les étrangers se ressemblent.

Le dilemme du policier.

Pourquoi les Américains nous paraissent-ils idiots ?




La perception des groupes
Catégorisation sociale et stéréotypes
La mesure des stéréotypes
recueillir les traits communément attribués à des groupes
faire appel à des manifestations physiologiques
faire appel à des réponses automatiques ou spontanées
De l'activation à l'application des stéréotypes
1e étape: activation de la catégorie
2e étape : application du stéréotype
importance des ressources cognitives et motivations
Attributs des stéréotypes
les stéréotypes comme probabilité de rencontrer une caractéristique dans un groupe
les stéréotypes comme niveau moyen d'un trait au sein d'un groupe
stéréotypes descripifs vs prescriptifs
Catégorisation sociale
permet de gérer de manière efficace de plus grandes quantités d'informations
pas tout à fait neutre (accentuation catégorielle)
importance des schémas et des buts personnels du côté des observateurs d'une part, des caractéristiques et catégories concurrentes d'autre part
L'origine des stéréotypes
Observations directes et inf
indirectes
distinctivité des inform
minoritaires
régression vers la moy
facteurs motivationnel
importance du context
Le changement des stéréotypes
Importante inertie des stéréotypes... mais pas immuabilité
Le poids des rôle
le choc des structures
Influence du rôle social attribué au groupe sur les stéréotypes qui le concernent - théorie des rôles sociaux
La justification des
rationnalisatio
sociaux
parallèle avec
essentialisme



► © Claude Truong-Ngoc

CHAPITRE

4

Le soi et l’identité

Dans ce chapitre, nous nous intéressons au soi, l’ensemble des éléments psychologiques, mais aussi physiques, qui confèrent une continuité à une personne. Ce soi est en même temps un objet (lorsqu’on parle d’ « image de soi » ou d’ « estime de soi ») et un sujet ou un agent qui nous guide dans notre environnement social (lorsqu’on parle par exemple de « surveillance de soi »). Comment la perception de soi influence-t-elle le comportement ? D’où provient cette perception ? Comment module-t-on la présentation du soi face aux autres ? Est-on de bons juges de l’impression qu’on donne de soi ? Comment l’appartenance à un groupe est-elle intégrée dans le soi ? Telles sont les

questions que nous aborderons dans ce chapitre.

Qui suis-je ? La réponse à cette question est le « soi ». Le soi est l'entité psychologique qui confère une *unité* à l'individu. Le fait est qu'il y a dix ans, vous vous considériez comme la même personne qui est toujours là aujourd'hui, et cela en dépit du fait que vous avez accumulé de nombreuses expériences depuis lors. Le simple fait de parler au passé de soi-même présuppose cette unité, même si on peut avoir changé au fil du temps qui passe. Ce vaisseau qui nous transporte au cours de l'existence peut être envisagé de différentes façons.

En premier lieu, le soi nous dirige. C'est le soi en tant qu'*agent*, en tant que sujet, on parle du « je » : lorsque nous prenons une décision, qu'elle soit triviale ou majeure, c'est le soi qui imprime cette direction. Il le fait en devant tenir compte des pressions de l'environnement en rapport avec les motivations qui animent l'individu. C'est à travers le soi que nous enregistrons chacune de nos expériences. Ce soi est immergé dans le tumulte de l'existence. Mais le soi, c'est aussi un contenu, un ensemble de caractéristiques qui organise notre rapport au monde. Le soi comporte une mémoire de nos expériences qui, accumulées, lui confèrent un contenu. C'est le soi rétrospectif.

Il n'y a pas une correspondance nécessaire entre l'expérience de soi et la mémoire de soi, ce qu'on appelle la mémoire autobiographique. Le vécu de la perception de la douleur constitue une bonne illustration de ce point. Ainsi, des chercheur·e·s ont étudié des sujets qui vivaient une expérience physiquement douloureuse (une colonoscopie) et leur ont demandé d'estimer le niveau de douleur ressenti tout au long de la procédure en manipulant un pointeur. Ceci permet de disposer d'une estimation de la douleur au moment où elle est ressentie. À la fin de la procédure, on leur a demandé d'évaluer globalement le niveau de douleur ressenti. On a reposé cette question un mois plus tard. De quoi va dépendre ce jugement rétrospectif ? La figure 4.1 montre la corrélation entre trois indices et le jugement subjectif de la douleur ressentie lors de cette procédure soit immédiatement, soit 1 mois après la colonoscopie. Contrairement à ce qu'on pourrait croire, ce n'est pas la durée de l'expérience qui compte (la corrélation avec les jugements est quasiment nulle), ni même le niveau moyen de douleur enregistré au cours celle-ci. C'est d'une part son issue (est-ce que ça a fait mal jusqu'à la fin ?) et le

niveau de douleur maximal, le pic, atteint durant l'ensemble de cette période (Redelmeier & Kahneman, 1996).

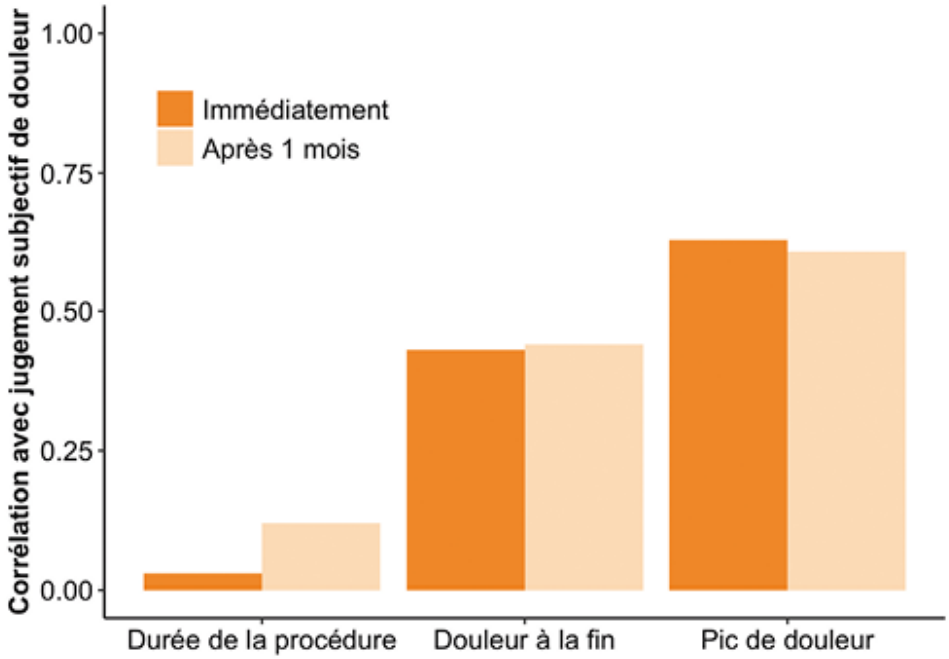


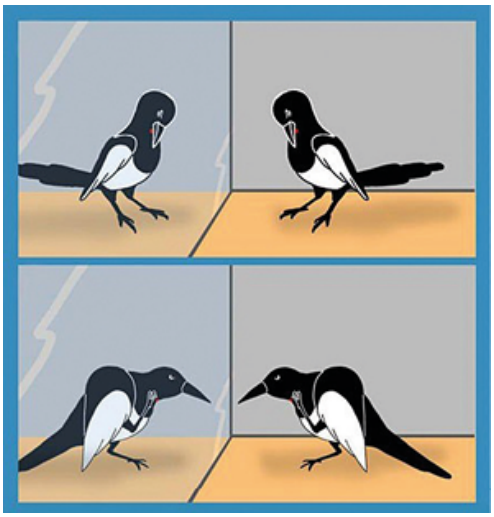
Figure 4.1. Corrélation entre chaque type d'indicateur et le jugement subjectif de douleur mesuré immédiatement ou un mois après la procédure (d'après Redelmeier & Kahneman, 1996)

Après coup, une procédure durant 10 minutes peut donc être perçue comme plus horrible si elle s'est terminée sur une douleur importante qu'une procédure qui a duré 25 minutes même si les 10 premières minutes étaient strictement identiques. Il suffit que la procédure de 25 minutes prenne fin sur une douleur moins intense que celle de 10 minutes. Le soi qui évalue la douleur en temps réel n'a donc pas la même perception que celui qui évalue la douleur a posteriori. Ce n'est pas sans conséquence : les gens qui trouvent la procédure douloureuse sont moins susceptibles de faire un suivi ultérieur (Redelmeier, Katz, & Kahneman, 2003) et mettent donc leur santé en danger !

De même, on retiendra peut-être d'une belle amitié de 20 ans qui s'est mal terminée par six mois de discorde un souvenir plus négatif qu'une amitié plus courte mais dont la conclusion était moins funeste. Le soi présent et le soi rétrospectif semblent donc parfois se contredire. On peut y voir une fonction pragmatique. Les expériences qu'il est utile d'emmagasiner pour

se préparer à des événements menaçants, comme des déconvenues dans nos amitiés ou des douleurs qui ne s'estompent pas, ne sont pas nécessairement celles qu'on a vécues le plus longuement ou le plus intensément. Cet exemple illustre la différence entre le soi qui agit - le soi agent - et le soi qui se souvient.

Le soi se regarde et se forme une image de lui-même. On attribue à cette image le nom de concept de soi. C'est le soi en tant qu'objet. On peut également conférer une valeur à ce soi. On évoque alors l'estime de soi. Une des caractéristiques importantes du soi réside précisément dans ce caractère *réflexif*, dans cette capacité à se penser lui-même. Partagée par (à peu près) tous les humains âgés de plus deux ans, elle se matérialise face au miroir (un chat, par exemple, identifierait son reflet comme étant un autre individu).



Pie faisant face à un miroir (© http://www.animalcognition.org/2015/04/15/list-of-animals-that-have-passed-the-mirror-test/) Les pies bavardes (pica pica) sont un des rares non mammifères capables de passer le test du miroir (Prior, Schwarz, & Güntürkün, 2008). Si on place un autocollant coloré sur leurs plumes, elles cherchent à l'enlever. Cela ne se produit pas si c'est un autocollant transparent.

Le soi est par ailleurs éminemment associé *à nos relations sociales*. Sans cesse, on est confronté·e confronté·e au regard d'autrui sur sa propre personne. L'image qu'autrui renvoie de nous conditionne notre vie sociale et il faut donc sans cesse évaluer, négocier, réviser cette image pour pouvoir s'orienter dans le labyrinthe des relations sociales. C'est une des contraintes majeures qui pèse sur les membres de groupes stigmatisés dans leur tentative de se distinguer des stéréotypes négatifs qui les affectent. Autrui nous permet d'ailleurs de nous définir par l'intermédiaire du processus de comparaison sociale. Par exemple, on ne pourra se considérer comme « bon pianiste » que par rapport à d'autres qui le seraient moins. Du reste, et c'est là une autre caractéristique du soi, il nous confère une identité. Cette identité nous relie aux autres, qui partagent les mêmes caractéristiques. Mais, elle correspond également à ce qui nous distingue des autres. C'est à

travers ce processus de comparaison sociale que les individus peuvent chacun développer une identité spécifique qui combinera des traits communs et différents par rapport à des personnes de référence.

Enfin, la façon dont nous nous définissons correspond en grande partie à des insertions sociales qui dépendent au premier chef de la nature de notre environnement. Si, par exemple, on se définit comme « étudiant·e » ou comme « amateur·rice de bière », c'est parce que ces catégories sociales ont un sens dans l'univers social particulier qui nous englobe. Certaines de ces caractéristiques sont en partie tributaires du regard d'autrui. Ainsi, Rachel Dolezal est une citoyenne américaine qui a défendu les droits des Afro-Américain·e·s pendant plusieurs années. Elle a toujours affirmé être elle-même afro-américaine. Toutefois, en 2015, alors qu'elle avait 38 ans, ses parents ont révélé qu'elle était d'origine européenne, arborant des photos d'elles enfant, et blonde. Accusée de mensonge, elle a dû démissionner de ses fonctions au sein d'organisations de défense des Afro-Américain·e·s. Même si elle-même se définissait comme noire, ce concept de soi ne pouvait coexister avec la réalité biologique que lui renvoyaient ses parents et qui correspond à la vision socialement partagée aux États-Unis de ce qu'est une race. Ainsi donc, si toute personne qui déclare « se soumettre au prophète » peut se déclarer musulmane, il n'en va pas de même des appartenances raciales.

En résumé, s'il est difficile de donner une définition exhaustive du soi, nous pouvons en souligner cinq caractéristiques essentielles : sa qualité *d'agent*, le fait qu'il soit *unitaire*, *réflexif*, qu'il nous confère une *identité* et qu'il soit éminemment *social*.

1. La connaissance du soi

Nous avons tous un ensemble de croyances sur ce que nous sommes. On peut se voir comme introverti·e, féministe, chaleureux·se, honnête et critique. Ces différents éléments de notre connaissance de nous-même, que Markus (1977) appelle les « schémas de soi » ne forment pas nécessairement un tout cohérent. On peut par exemple se considérer comme

très extraverti·e lorsqu'on chante sa chanson préférée lors d'une soirée Karaoké mais comme profondément introverti·e lorsqu'on se retrouve dans un ascenseur seul·e aux côtés d'une vague connaissance de travail. On ne s'apercevra de cette incohérence que si les deux éléments nous viennent simultanément à l'esprit. Cette malléabilité de notre vision de nous-même explique que de nombreux individus prennent pour argent comptant le portrait que dresse d'eux tout·e prétendu·e spécialiste de la psyché humaine, qu'il ou elle soit astrologue ou psychanalyste… même si ce portrait a été créé aléatoirement par un·e expérimentateur·rice malicieux·se. C'est ce qu'on appelle l'effet Barnum (Meehl, 1956) du nom de la technique qu'utilisait l'homme de spectacle américain Phineas Barnum (1801-1891) pour amadouer les foules.

Prédisons votre avenir

L'horoscope se base en grande partie sur l'effet Barnum. On peut aisément rattacher les vagues prédictions proposées à des expériences vécues.



Lorsqu'on essaye de se former une vision de soi, profite-t-on d'un accès privilégié à notre histoire personnelle, à nos sentiments ou attitudes intimes ? S'il en était ainsi, le soi serait peut-être moins malléable. Après tout, on peut supposer que notre personnalité est une entité relativement stable (du moins si on en croit les spécialistes de ce domaine). Selon Karniol (2003), nous ne procédons pas du tout de cette façon pour développer une image de nous-même. Selon cette chercheuse, chacun·e d'entre nous forme une vision générale de la façon dont fonctionne un être humain (ce qu'elle appelle la représentation prototypique). De telles connaissances pourraient être « les gens aiment danser quand il y a de la musique », « les gens mangent le matin, le midi et le soir », « la plupart des gens sont honnêtes »… Nous développons également des représentations singulières qui

décrivent la façon dont fonctionnent des individus ou des groupes spécifiques (« Je n'aime pas danser quand il y a de la musique », « Je mange assez peu le matin »…). Karniol propose que nous utilisons en premier lieu l'information prototypique pour évaluer une personne (que ce soit autrui ou nous-même) et que, si nous nous attendons à ce que la personne jugée diffère de cette représentation générale sur certains traits, nous « corrigeons » ce jugement en tenant compte des informations singulières. À l'appui de cette théorie, Karniol note qu'au cours de leur développement, les enfants utilisent d'abord des représentations générales à propos des individus avant de se différencier de ces représentations en utilisant notamment le « je ».

De la connaissance de soi à la projection sociale

Selon Markus, les « schémas de soi » correspondent précisément à des dimensions sur lesquelles nous nous percevons comme différents de celles et ceux qui nous entourent. Une petite fille qui se définit comme « garçon » sera ainsi dotée d'un **schéma de genre** (un schéma de soi associé au genre) masculin. Le seul musulman dans une classe composée uniquement d'élèves de confession catholique se définira sans doute davantage selon un schéma de soi associé à la religion que celui dont les camarades sont exclusivement musulmans. En revanche, les traits que nous partageons avec nos semblables n'interviendraient pas dans notre définition de nous-même. Si dans mon entourage, tout le monde regarde la télévision, le fait d'aimer regarder la télévision ne sera pas « schématique » pour moi. Markus suggère que l'on est alors « **a-schématique** » sur ce trait.

Le fait qu'une dimension relève de notre schéma de soi influence la façon dont on traite l'information qui nous concerne. Par exemple, dans une étude de Markus et de ses collègues (1982), des sujets étaient sélectionnés selon

qu'ils se définissaient comme très masculins, très féminins ou autant l'un que l'autre. On leur présentait ensuite des adjectifs correspondants de façon stéréotypique aux femmes (par ex., « tendre »), ou aux hommes (par exemple, « analytique »). Il y avait également des mots neutres sans lien particulier avec le genre. Les sujets devaient exprimer le plus vite possible en appuyant sur une touche « moi » si ce trait les décrivait et sur une touche « pas moi » s'il ne les décrivait pas. Les auteurs constatent que les sujets « masculins » répondent plus vite « moi » aux mots masculins que féminins. L'inverse se produit pour les sujets féminins. En revanche, les androgynes ne répondent pas plus vite à un type de mots qu'à l'autre (voir figure 4.2). Selon Markus et ses collaborateurs, le schéma de genre (qu'il soit féminin, masculin ou androgyne) comprend un ensemble de connaissances liées au genre et reliées entre elles. Parmi ces connaissances, on trouve des traits stéréotypés. L'existence de schémas rend ces connaissances facilement accessibles et explique le temps de réaction plus court lorsqu'il faut les catégoriser. Lorsque la tâche active un schéma de genre qui ne correspond pas à la façon dont le sujet se définit, ces connaissances ne sont pas aussi aisément mobilisées, ce qui explique le délai plus long.

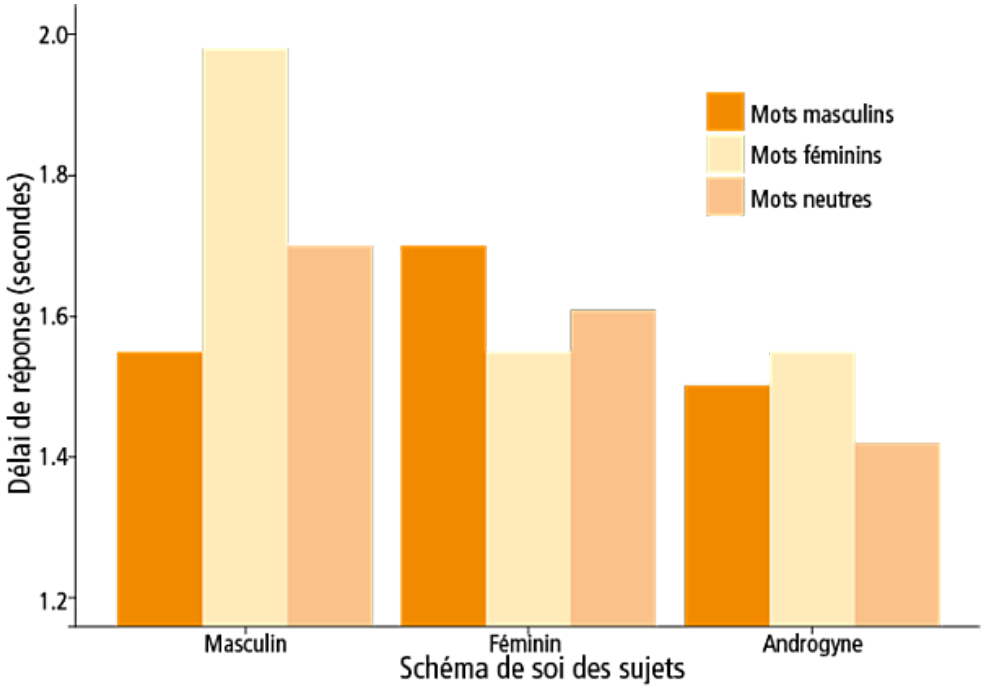


Figure 4.2. Latence de réponse en fonction du schéma de genre et du genre des mots (d'après Markus et al., 1982)

2. Gérer l’image de soi

Si les jugements que nous faisons à propos de soi sont malléables, c’est aussi parce qu’ils répondent à des motivations spécifiques. La plus évidente est de maintenir une estime de soi positive. Ceci nous conduira à associer le soi à des éléments positifs. Pour tester cette hypothèse, Sendén, Lindhölm et Sikström (2014) ont analysé plus de 800 000 dépêches de l’agence de presse Reuter grâce à un programme informatique d’analyse textuelle. Elles ont examiné l’usage des pronoms et, conformément à leur hypothèse, constaté que les pronoms « je » ou « nous » sont utilisés dans le contexte d’un vocabulaire à tonalité affective plus positive que les pronoms personnels se référant à autrui.

Pour préserver l’image de soi, on peut être tenté·e d’interpréter les informations qui nous concernent de façon complaisante, ce qui correspond à un biais de confirmation *[chapitre 2]*. Les individus ont tendance à interpréter leurs succès par des facteurs internes et leurs échecs par des facteurs externes. Une illustration de ce phénomène provient d’une étude de Baumeister et Ilko (1995). On demandait aux participant·e·s de cette étude, des étudiant·e·s de faire part d’une de leurs plus grandes réussites par écrit. Une moitié était placée dans la condition « privée », et devait exécuter cette tâche de façon totalement anonyme alors que l’autre moitié (condition « publique ») devait mentionner leur nom sur le document et s’attendait à lire le texte rédigé au cours d’une discussion ultérieure avec d’autres. On constate que, dans la condition publique, la majorité fait référence, dans les textes, à d’autres personnes qui leur ont directement fourni une aide dans leur entreprise. Dans la condition privée, en revanche, ce pourcentage diminue drastiquement (revoir figure 4.3). Pour les auteurs, ce pattern suggère que la référence à ces autres personnes sert principalement à conférer une image de soi comme modeste — il est socialement désirable de reconnaître l’aide d’autrui. En privé, toutefois, les masques tombent et seules subsistent la complaisance et la satisfaction narcissique de pouvoir s’attribuer la réussite. Cette tendance à expliquer ses réussites par des facteurs internes serait particulièrement forte lorsque l’image de soi est menacée (Campbell & Sedikides, 1999). Remarquons que ce biais d’auto-

complaisance ne touche pas uniquement les attributions. Ainsi, il influence également la mémoire : nous avons davantage tendance à nous souvenir d'informations rejaillissant favorablement sur notre image de soi que d'événements neutres ou défavorables, un phénomène qualifié de « négligence mnésique » par Sedikides. Les informations défavorables au soi seraient traitées de manière plus superficielle.

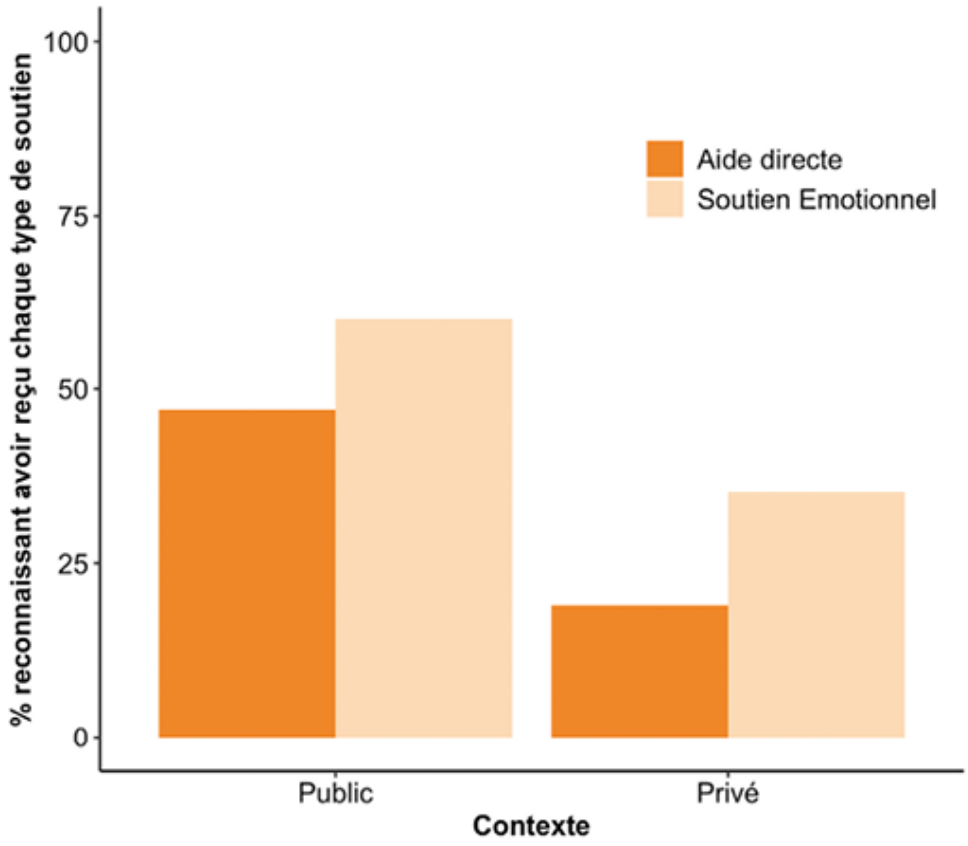


Figure 4.3. Pourcentage de personnes déclarant avoir reçu du soutien en fonction du contexte et du type d'aide (d'après Baumeister & Ilko, 1995).

Ceci étant, bien que de nombreuses études aient tenté de mettre en évidence un biais d'auto-complaisance dans l'explication des succès et échecs, l'effet est loin d'être général. Et lorsqu'on l'obtient, une ambiguïté subsiste quant à son interprétation. Certes, il peut être tentant d'y voir la manifestation d'une volonté de se valoriser. Toutefois, selon Miller et Ross (1975), des jugements ou des souvenirs qui semblent, à première vue, focalisés sur les éléments les plus flatteurs pour le soi ne s'expliquent pas toujours par une volonté de préserver ou d'augmenter son estime de soi : une explication

purement cognitive est souvent envisageable. Ainsi, expliquer des réussites par des facteurs dispositionnels exige *a minima* de constater que nos réussites varient avec des caractéristiques internes. Par exemple, nous devons réaliser que nous obtenons de meilleures notes lorsque nous faisons des efforts que lorsque nous n'en faisons pas. Or, s'il est bien une compétence qui échappe à nombre d'entre nous, c'est la capacité à estimer de telles covariations (cf. l'illusion de corrélation dans le ***chapitre 3***). Nous sommes beaucoup plus sensibles aux cas où notre comportement a été associé à une réussite qu'aux cas où notre comportement n'a pas été lié avec une réussite. Si, par exemple, vous devez expliquer la réussite d'un examen qui vous a demandé beaucoup de travail, vous vous souviendrez sans doute très bien de vos longues nuits d'étude préalable. En revanche, si vous avez peu travaillé pour un examen, il est plus difficile de se souvenir de l'*absence d'effort* que l'on aurait consacré à celui-ci. Ce « non-événement » n'est guère saillant.



▶ Greta Garbo dans le rôle d'Anna Karenine

On peut également expliquer la négligence mnésique par des facteurs purement cognitifs liés à la représentation de l'information en mémoire. Selon l'hypothèse de la densité (Unkelbach et al., 2008), les informations positives sont beaucoup plus similaires et proches les unes des autres que les informations négatives. Imaginez une vie où tout va bien. Vous avez du travail, une famille, vous gagnez assez d'argent, tout le monde est en bonne santé. Certes, il y a d'autres façons d'avoir une vie heureuse mais, il y a sans doute beaucoup plus de façons différentes d'avoir une existence malheureuse : une maladie, le chômage, la perte d'un proche, la survenue d'un procès…. Selon cette hypothèse, lorsque nous pensons à des éléments positifs, nous pensons très aisément à d'autres éléments positifs parce que ceux-ci sont fortement associés en mémoire : ils sont regroupés de façon

plus « dense » dans notre système cognitif. Si je pense, par exemple, à mon emploi épanouissant, cela me fait penser aisément à mes enfants en bonne santé. En revanche, lorsqu'on pense à des éléments négatifs, ceux-ci ne nous font pas nécessairement penser à d'autres éléments négatifs : si je pense à l'accident de voiture que j'ai subi adolescent, cela ne me fera pas nécessairement penser à mon échec en première année à l'université. Les informations négatives sont moins associées en mémoire. Il en résulte que je me souviendrai plus aisément des éléments positifs que négatifs : chaque élément positif me faisant penser à un autre, ce qui n'est pas le cas des éléments négatifs. Une phrase bien connue de l'écrivain russe Léon Tolstoï illustre ce biais : « Les familles heureuses sont toutes pareilles, les familles malheureuses sont toutes différentes. »

Notre image de nous-même n'est pas uniquement le fait de nos réussites personnelles. Cialdini et collègues (1976) ont montré que nous pouvons également bénéficier des succès d'autres personnes dont nous nous sentons proches ou auxquelles nous nous identifions, et les faire nôtres. C'est souvent le cas dès lors que la réussite d'autrui rejaillit positivement sur une catégorie sociale à laquelle nous nous identifions fortement. Nous reviendrons plus en détail sur ce point notamment dans le ***chapitre 13*** consacré aux relations intergroupes. Pour l'heure, ce sont sans doute les parents, souvent les premiers à se pâmer devant les exploits de leur progéniture, qui constituent la plus belle illustration de ce phénomène.

Vu que notre image de nous-même peut être vulnérable à des échecs, les individus sont susceptibles de développer des stratégies pour se prémunir d'un tel danger. On peut par exemple éviter des situations menaçantes ou trouver des excuses pour rendre compte de ses échecs. Une stratégie plus élaborée consiste à se créer au préalable des obstacles de façon à ce que sa propre performance, si elle s'avère décevante, puisse trouver une explication *non menaçante* pour l'estime de soi. Avant un examen difficile, pourquoi ne pas aller se coucher à 3H du matin ? Si on échoue, on pourra incriminer l'absence de sommeil plutôt que notre manque d'étude ou d'intelligence. On qualifie cette stratégie d'***auto-handicap*** (Jones & Berglas, 1978). Si ce type de démarche produit le résultat escompté, elle n'en exerce pas moins des effets pervers. Ainsi, on a pu constater que les « auto-handicapeurs » se préparaient moins efficacement à des épreuves

importantes. En attribuant par avance leur échec à des circonstances externes, ils sont moins motivés à se remettre en cause et à faire tous les efforts nécessaires pour réussir.

Il va de soi que se forger des illusions sur soi-même peut aussi exercer des effets positifs : c'est réconfortant et surtout motivant. Par exemple, si une personne est passionnée de danse, surestimer ses compétences pourra la mener à s'investir totalement dans cette activité et à y trouver un plaisir particulier dans l'espoir, peut-être, de percer sur le plan professionnel. À long terme, de telles illusions peuvent toutefois amener les individus à de cruelles désillusions. Dans une étude de Robins et Beer (2001), les étudiant·e·s qui ont le plus tendance à faire preuve d'un biais de complaisance au début de leurs études universitaires sont également ceux·celles dont le bien-être souffrait le plus à mesure qu'il·elle·s progressaient dans le parcours universitaire. Tout est sans doute une question de mesure : si une dose légère d'auto-complaisance peut avoir des effets positifs sur la motivation et l'engagement dans une activité, une vision de soi-même très éloignée de la réalité peut s'avérer fortement préjudiciable lorsque la réalité met le soi à nu.

2.1. La présentation de soi



▶ Les personnages de la Commedia dell'arte font écho à une des manières d'aborder la présentation de soi (aquarelle anonyme de 1827, Smithsonian Design Museum)

Lorsqu'on consulte la liste d'informations qui défilent sur un réseau social en ligne comme Facebook, il est légitime de se demander ce qu'elles révèlent sur celles et ceux qui les diffusent. Que nous communique le collègue qui diffuse sa dernière publication à propos de lui-même ? L'amie d'enfance qui expose une photo de coucher de soleil prise lors de ses vacances en Indonésie ? La connaissance qui nous invite à manifester notre opposition à un homme politique qui vient d'être intronisé président de son pays ? Le neveu qui diffuse une photo de la pizza qu'il vient de cuisiner ? La présentation de soi se réfère à l'ensemble des comportements visant à

influencer la vision qu'autrui aura de nos traits ou dispositions. De ce point de vue, les médias sociaux, qui permettent à chacun·e de diffuser des informations sur soi-même à des audiences plus ou moins bien définies sont des outils de présentation de soi. Ce comportement a été envisagé de différentes façons par les chercheur·euse·s.

Une première façon de l'aborder consiste à voir notre vie comme une pièce de théâtre dans laquelle nous sommes amené·e·s à incarner différents rôles. La présentation de soi consisterait simplement à présenter à autrui l'image de soi qui correspond à notre « rôle » du moment. Notre existence se déroule donc sur une série de scènes successives. Nous sommes les acteur·rice·s de cette pièce. Ceci permettrait aux interactions entre individus, rouages essentiels du fonctionnement de la société, de se dérouler de la façon la plus harmonieuse possible. C'est la vision articulée par le sociologue américain Erving Goffman (1973) dans son célèbre ouvrage *La Mise en Scène de la Vie Quotidienne*.

Une seconde perspective, défendue par Jones et Pittman (1982), consiste à envisager la présentation de soi comme un comportement purement stratégique. Il s'agit de « se faire bien voir » en fonction des objectifs du moment. L'audience est alors envisagée comme un partenaire susceptible de nous aider à rencontrer certains objectifs. Du coup, l'image qu'elle développera de nous apparaît comme une façon d'obtenir sa collaboration. En ce sens, l'auto-présentation correspond à une forme d'exercice du pouvoir sur autrui. Pour reprendre l'exemple précédent, peut-être que notre neveu célibataire arbore sa pizza pour montrer à des prétendant·e·s potentiel·le·s aux papilles affûtées que ses compétences au four (et par extension au fourneau) en font un excellent parti. Dans cette perspective, il est généralement bénéfique de plaire, de se faire bien voir. Dans certaines circonstances, une image défavorable sur des traits spécifiques peut tout autant concourir à la réalisation de nos objectifs. Ainsi, feindre l'incompétence ou le peu d'assiduité au travail peuvent constituer de bonnes recettes si l'on souhaite éviter d'être sollicité·e pour des tâches supplémentaires au travail.

Selon une troisième perspective, le soi se construit à travers les interactions sociales. Les retours que nos audiences nous offrent sur notre

comportement nous permettent de consolider notre image de nous-même. Dans cette perspective, la fonction de la présentation de soi est de « tester » des images de nous-même sur l'audience afin d'échafauder notre définition de nous-même. Ainsi, si notre neveu n'est pas sûr de ses talents culinaires, les « likes » de son audience virtuelle face à la photo de sa création permettent peut-être de consolider une image de lui-même comme pizzaïolo en puissance.

C'est à ce stade qu'intervient un débat théorique concernant le *type d'image* auxquels aspirent les individus qui se mettent en scène. Sans surprise, nous cherchons à développer *une image favorable de soi*. Le retour d'autrui, s'il est positif, contribue à combler notre inépuisable soif de narcissisme. Mais si les preuves de la volonté de développer une image positive de soi abondent, d'autres motivations peuvent concurrencer celle-ci. L'une d'entre elles réside dans la volonté de développer *une image valide de soi*.

2.2. L'auto-vérification

L'image que nous avons de nous-même guide notre existence. La conception qu'a un individu de ses talents et de ses faiblesses, de ses préférences et de ses aversions est susceptible d'orienter ses choix, qu'ils soient importants (comme le fait d'avoir ou non des enfants) ou secondaires (comme d'essayer ou non le tartare de saumon au vinaigre de framboise). Dans la mesure où notre existence est en grande partie dépendante de cette vision de nous-même, nous aspirons également à être le plus confiant possible par rapport à celle-ci. Mais comment acquérir une telle certitude ? La meilleure voie pour y parvenir consiste à vivre des expériences permettant de confirmer cette image de nous-même. C'est ce que William Swann qualifie d'auto-vérification (vérification du soi). Si on se perçoit comme bon·ne cuisinier·ère, rien de tel que les papilles réjouies de nos convives pour nous en convaincre ! Toutefois, notre vision de nous-même n'est pas faite que de caractéristiques positives. À l'exception de quelques narcissiques endurci·e·s, tout le monde se reconnaît quelques défauts et admet son incompétence dans certains domaines. On peut aussi chercher de la certitude par rapport à ces aspects. Après tout, bien s'orienter dans l'existence demande de connaître ses forces autant que ses faiblesses. « Le pire des défauts est de les ignorer », disait l'écrivain romain Publius Syrus.

Swann, de la Ronde et Hixon (1994) ont mis au point une étude ingénieuse pour tester cette idée. Ils ont recruté des couples mariés et leur ont demandé de s'évaluer personnellement ainsi que d'évaluer leur partenaire sur cinq traits (intelligence, compétences sociales, attirance physique, compétences physiques, compétences artistiques). Enfin, ils devaient évaluer leur investissement dans la relation. Swann et ses collaborateurs pouvaient ainsi examiner dans quelle mesure la perception qu'un membre A du couple avait de lui était vérifiée par la vision que son·sa partenaire en avait. Swann et ses collaborateurs constatent que plus c'est le cas, plus A était investi dans la relation. Rien d'étonnant nous direz-vous ? Vous serez peut-être plus surpris d'apprendre que ceci était vrai même lorsque A avait une conception de soi *défavorable* sur ces traits. Lorsqu'on se sent peu intelligent·e, on est moins investi·e dans la relation si son ou sa partenaire nous voit comme Einstein ou Marie Curie que s'il ou elle a une image plus réaliste de notre envergure intellectuelle. En d'autres termes, la motivation à la validité prend le pas sur les penchants narcissiques.

Nous avons vu dans le ***chapitre 2*** que la personnalité pouvait être abordée comme une réalité profonde dont le comportement serait une manifestation. S'il en est ainsi, on peut se demander si les audiences de comportements relevant de la présentation de soi parviennent à déceler la véritable personnalité d'un individu. Une étude de Back et collègues (2010) menée sur des profils Facebook d'utilisateur·rice·s américain·e·s et allemand·e·s répond en partie à cette question. Dans cette étude, les participant·e·s devaient évaluer la personnalité des utilisateur·rice·s. Les auteurs avaient par ailleurs évalué la personnalité de ces dernier·ère·s à l'aide d'un inventaire de personnalité et de questions posées à leurs proches. On avait également évalué leur « soi idéal » en leur demandant comment il·elle·s aimeraient idéalement se positionner sur différents traits de personnalité basés sur le modèle du Big 5 (qui suggère que la personnalité s'organise selon cinq grandes dimensions). Les auteurs constatent que l'évaluation des observateur·rice·s est liée à quatre des cinq dimensions de la personnalité « réelle » des utilisateur·rice·s. En revanche, il n'y a aucun lien spécifique avec leur idéal de soi. Ces résultats suggèrent que les utilisateur·rice·s de Facebook transmettent des informations permettant d'inférer leur véritable personnalité et non pas seulement une image idéalisée d'eux-mêmes. Cette

vision est donc davantage compatible avec l'hypothèse selon laquelle ces comportements servent à vérifier leur image d'eux-mêmes qu'avec l'idée selon laquelle cette plateforme leur sert uniquement à se mettre en valeur.

Psycho sociale en questions

L'illusion de transparence



Ceci étant, d'autres travaux montrent que cette clairvoyance de l'audience est parfois surestimée. Ainsi, Gilovich et ses collègues (1998) qualifient-ils d'illusion de transparence le fait que nous avons parfois tendance à croire que nos émotions sont plus détectables qu'elles ne le sont réellement. Cette illusion habite l'acteur·rice persuadé·e que son trac se lit sur son visage ou le convive dégoûté par le plat d'escargots qu'il se sent obligé d'ingurgiter pour plaire à ses hôtes (seront-ils dupes ?). Peut-on parler d'incohérence entre ces travaux et les précédents ? Non si l'on considère que la détection des émotions repose sur des indices beaucoup moins riches et limités que l'observation ad libitum des « fils » Facebook dont étaient chargé·e·s les observateur·rice·s recruté·e·s par Back et ses collègues (2010). Par ailleurs, les acteur·rice·s pénétré·e·s de l'illusion de transparence cherchent généralement à dissimuler ces émotions (même s'il·elle·s pensent ne pas y parvenir), contrairement sans doute aux utilisateur·rice·s de réseaux sociaux qui, au contraire, se dévoilent souvent. Cela ne facilite pas la tâche de leurs observateur·rice·s d'autant plus que ceux·celles-ci, contrairement aux participant·e·s de Back et collaborateurs ne sont pas nécessairement motivé·e·s à identifier les états internes de l'acteur·rice.

3. L’auto-régulation

Tribunal de La Plaine des palmistes (la Réunion), septembre 2016 : Gaël B., 25 ans, inculpé pour avoir eu des relations sexuelles avec une adolescente de 13 ans affirme que « c’était plus fort que lui ». Il n’aurait pas pu s’empêcher de céder au désir qui l’animait face à la jeune fille. L’avocate générale n’est guère émue par cet argument. « C’est vous l’adulte et elle l’enfant », lui rétorque-t-elle.

Gaël aurait donc été incapable de tenir tête à des pulsions incompatibles avec une norme sociale largement partagée en France et qui, en l’occurrence, a force de loi. L’une des fonctions du soi consiste précisément à guider notre comportement de façon à nous conformer à certains états valorisés (être honnête, mince, sobre, fidèle à ses valeurs…), ce qu’on appelle des *standards*. On qualifie d’auto-régulation l’ensemble des processus impliqués dans cette gestion du comportement mais aussi la palette des cognitions et des émotions qui peuvent le précéder ou l’accompagner.

Les compétences d’auto-régulation sont particulièrement sollicitées dans nos sociétés de consommation. Dans les environnements urbains, nous sommes sans cesse stimulé·e·s par des messages publicitaires. Selon une estimation, nous sommes en moyennes confrontés à 1 200 à 2 200 publicités par jour. Ceci sans compter les produits qui nous aguichent dans les vitrines des commerces. Internet est également une source de distraction constante : comment travailler de façon efficace lorsque notre boîte de courrier électronique, ou notre page « Facebook » nous annonce l’arrivée de nouveaux messages toutes les cinq minutes ?

Certain·e·s chercheur·se·s soulignent la fonction collective de l’auto-régulation. Comme l’illustre l’exemple de Gaël B., le bien-être de l’individu ou ce qui lui procure du plaisir ne correspond pas toujours à l’intérêt ou au bien-être de la collectivité. On voit aisément pourquoi des héroïnomanes, des joueur·euse·s compulsifs, des kleptomanes ou des automobilistes ivres



constituent des dangers par rapport au bien-être de collectivités dont il·elle·s font partie. D'autres standards correspondent à des normes sociales qui peuvent sembler plus arbitraires : être fidèle à un·e seul·e partenaire sexuel·le, se conformer à l'image de minceur, s'abstenir de prononcer des « gros mots ». On peut toutefois supposer que, comme toute norme sociale, celles-ci contribuent à la cohésion sociale en permettant des relations plus harmonieuses entre les membres du groupe concerné. L'auto-régulation peut donc être vue comme une forme de contrôle social intériorisé et un puissant outil de reproduction de l'ordre social. Son importance pour le fonctionnement de la société ne doit donc pas être sous-estimée. Ainsi, un déficit à ce niveau serait la cause la plus fréquente des comportements à caractère criminel (Baumeister, Schmeichel, & Vohs, 2007).

La confrontation à des stimuli à caractère hédonique (sources de plaisir) active des régions cérébrales liées à la gratification (les noyaux acumbens). Celles-ci confèrent un sentiment de bien-être immédiat via l'activation des récepteurs d'un neurotransmetteur appelé la dopamine. Ce sont, par exemple, ces mêmes régions qui sont activées lorsque nous rions. Chez des personnes qui recherchent certains stimuli ou en sont dépendantes, ces régions sont particulièrement actives en réponse à la présence ou à l'évocation de ces stimuli. Par exemple, chez des personnes obèses, des stimuli liés à la nourriture (que ce soient des aliments réels ou des images d'aliments) suscitent, en moyenne, une activation plus importante de ces régions que chez des personnes de poids moyen. Cela rend la régulation de ces réponses particulièrement difficile et peut expliquer pourquoi un « simple petit écart » peut donner lieu à une « rechute » totale : l'unique cigarette se transformera vite en paquet comme le petit bout de gâteau en gâteau complet (Heatherton, 2011). Ceci explique pourquoi des campagnes de santé publique centrées sur l'auto-régulation des comportements individuels s'avèrent souvent désastreuses. Des mesures structurelles consistant à rendre les substances incriminées moins visibles (par exemple en limitant les publicités pour les produits sucrés ou le tabac…) et donc à

éviter l'activation du système de gratification sont souvent bien plus efficaces.

Même si ces régions cérébrales sont activées, il importe toutefois de se départir du sentiment que l'individu est habité par des « pulsions irrésistibles » qui seraient imperméables à toutes formes de régulation. Le passage de l'activation de ces régions au comportement est régulé par une autre région du cerveau, le cortex préfrontal médian, qui peut inhiber la réponse dominante. Si on menace un fumeur chronique de mort immédiate s'il fume une cigarette, il s'en abstiendra. Cette évidence montre bien que l'impulsion n'est pas *irrésistible* et qu'une forme de contrôle est possible. Ce contrôle passe en partie par la signification que nous accordons à nos réactions face aux stimuli. Le fumeur menacé de mort se rend bien compte qu'il est en mesure de résister à la « clope » lorsqu'il y a un intérêt immédiat à s'en abstenir. Ainsi, dans certaines études (cf. Bartholomow & Heinz, 2006, Bègue & Subra, 2008), on constate que le simple fait de croire que l'on a consommé de l'alcool (alors qu'il n'en était rien) conduit les sujets à faire preuve de moins d'inhibition. Contrairement à l'hypothèse d'un déterminisme physiologique, c'est *l'interprétation* qui joue un rôle déterminant : savoir qu'on a consommé de l'alcool facilite des réponses stéréotypiquement associées à ce comportement.

L'effet des tentations semble particulièrement dévastateur lorsque l'on ne s'est pas préparé à leur présence. A contrario, les individus peuvent formuler une intention de résister à de telles tentations dans des contextes « tentants » en spécifiant concrètement comment ils y parviendront. Par exemple, « si je vais au restaurant, je vais choisir une salade sans même regarder la carte, je ne prendrai pas de dessert ; etc. ». Cette stratégie *d'implémentation d'intention* est souvent efficace, ce qui milite à nouveau contre l'hypothèse de la « pulsion irrésistible ».

3.1. L'hypothèse de l'épuisement de l'ego

Vous êtes passionné·e de football. La phase finale de la coupe du monde est diffusée à longueur de journée en pleine session d'examen. Malgré cela, vous avez étudié pendant deux jours sans arrêt, vous concentrant intensément sur votre cours de statistiques en réussissant à vous abstenir

d’allumer votre poste de télévision ou de consulter les sites Internet qui diffusent les matches en direct. Après l’examen, une amie vous propose d’aller boire un verre. Vous êtes soucieux·euse de votre santé, et savez que vous avez un autre examen deux jours plus tard et qu’il serait prudent de limiter votre consommation d’alcool. Et pourtant, vous n’arrivez pas à résister au plaisir de siroter plusieurs bières en joyeuse compagnie. Vous rentrez très tard et devez faire face à une « gueule de bois » d’anthologie le lendemain matin. Auriez-vous été plus stoïque si vous n’aviez pas dû vous contrôler pendant les deux jours précédents ? Baumeister et Heatherton (1996) répondraient sans doute par l’affirmative. Selon ces auteurs, l’auto-régulation, qu’elle porte sur des comportements, des pensées ou des émotions consomme de l’énergie, une denrée dont le « stock » est limité. Les capacités d’auto-régulation mobiliseraient l’équivalent d’un « muscle » cognitif dont la force s’épuiserait à mesure qu’il est utilisé. Il en résulte une prédiction simple : si nous avons dû contrôler nos envies dans le cadre d’une première tâche, nous serons moins en mesure de nous contrôler pour faire face à une tâche ultérieure même si elle n’a aucun rapport direct avec la précédente… si ce n’est de faire appel à nos capacités d’auto-régulation. Ce phénomène est qualifié d’épuisement de l’ego.

À l’appui de cette hypothèse, Baumeister et al. (1998) ont élaboré une série d’expériences qui s’apparentent à une forme légère de torture ! Dans une de ces expériences, on présentait deux bols aux participant·e·s : l’un contenant de délicieux cookies et bonbons au chocolat et l’autre des radis. Il s’agissait de prendre 5 minutes pour goûter l’un (et uniquement l’un) des deux plats qui, selon la condition, pouvait être celui de légumes ou celui de délices au chocolat. On peut supposer que, pour la plupart des gens, goûter des radis en présence d’appétissantes sucreries demande des efforts d’auto-régulation beaucoup plus importants que l’inverse. Dans une troisième condition (contrôle), aucune nourriture n’était présentée. La suite de l’expérience consistait à résoudre une énigme exigeant de tracer une figure géométrique sans soulever son stylo. Il se trouve toutefois que cette énigme était insoluble ! La variable d’intérêt est le temps que les participant·e·s consacrent à cette tâche avant d’abandonner. On constate que les personnes de la condition « radis » interrompent la tâche plus rapidement et font moins de tentatives que celles qui ont pu se laisser aller en consommant du

chocolat ou qui n'avaient guère de nourriture à disposition (voir Figure 4.4). Ayant moins d'énergie en réserve pour s'auto-réguler, ces personnes auraient plus aisément été tentées d'abandonner.

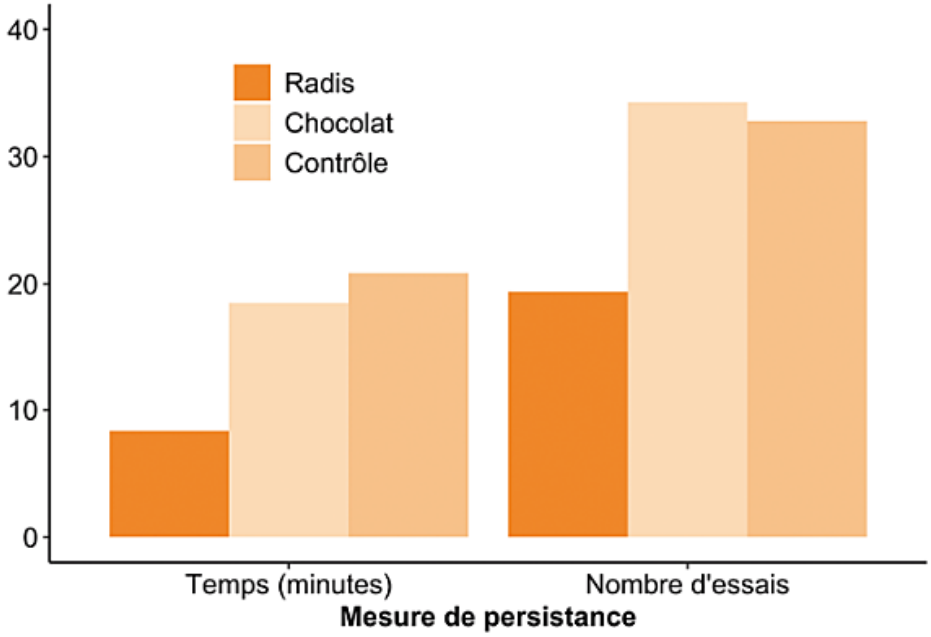


Figure 4.4. Temps et nombre d'essais en fonction de la condition d'auto-régulation (d'après Baumeister et al., 1998)

Des études ultérieures suggèrent que l'exercice physique augmente cette « réserve d'énergie » et que le repos permet de la rétablir lorsqu'elle est épuisée, conformément à l'expression « mes batteries sont rechargées ». Gaillot et ses collègues (2007) ont d'ailleurs mis en évidence que l'énergie n'était pas seulement une métaphore. Une consommation de glucose, qui est une des principales sources d'énergie de l'organisme, avant d'entamer une tâche nécessitant de l'auto-régulation, permettrait de limiter l'épuisement de l'ego.

L'hypothèse de l'épuisement de l'ego a été remise en cause en 2016, lorsque 23 laboratoires distincts ont cherché à tester cette hypothèse en reproduisant rigoureusement le même protocole qu'une étude précédente qui avait mis en évidence un tel effet (Hagger et al., 2016). Illustrant les problèmes de réplication qui touchent la psychologie sociale (voir ***chapitre 1***), les auteur·es de cette étude ont constaté qu'aucune équipe n'a pu enregistrer une diminution significative des capacités d'auto-régulation

suite à une première tâche sollicitant de telles compétences. Il est difficile sur base de cette tentative de départager deux explications possibles à l'échec de cette tentative de réplication. Selon la première, l'hypothèse de l'épuisement de l'ego est non fondée et les résultats précédents ne reflètent qu'un biais de publication (c'est-à-dire seuls des résultats allant dans le sens de l'hypothèse sont publiés alors que des études non concluantes n'ont pas été publiées). Selon la seconde, l'étude choisie est peu représentative du phénomène. Il s'agissait en effet d'une étude pouvant aisément se prêter à une passation par ordinateur, ce qui permettait une uniformisation des conditions de passation pour tous les laboratoires concernés par la tentative de réplication. Dans la mesure où son niveau d'implication est moindre que dans les études précédemment citées, cette étude serait moins propice à la mise en évidence d'un effet d'épuisement de soi (Baumeister & Vohs, 2016).

À la fin des années 60, Carolyn Weisz, une petite fille de 4 ans, a été invitée à participer à une étude menée par le psychologue Walter Mischel (1974) dans une crèche californienne. On a demandé à Carolyn de s'asseoir et de choisir une friandise parmi différentes possibilités (marshmallows, biscuits, etc.). Elle a choisi les marshmallows. Un expérimentateur lui a alors fait une proposition : soit je peux te donner un marshmallow immédiatement, soit, si tu veux bien attendre quelques minutes, je t'en donne deux. Il lui signala que, si elle faisait sonner une cloche sur son bureau alors qu'il était parti, il reviendrait et elle pourrait le manger mais qu'elle n'aurait pas le second. Une fois ces instructions données, l'expérimentateur quittait la pièce. Carolyn a tenu bon à faire sonner la cloche et a attendu. Quant à son frère, lui aussi inscrit dans l'expérience, il n'a pas tenu bon et a fait tinter la cloche. En fait, la plupart des enfants ont encore moins de patience. Ils mangent directement le marshmallow et ne font même pas tinter la cloche. Vingt années plus tard, Walter Mischel a recontacté les enfants devenus adultes et leur a soumis un questionnaire afin d'évaluer différents aspects de leur existence : leurs scores à des tests d'entrée à l'université (courants aux États-Unis), leur capacité à faire face à des situations difficiles, leur capacité à s'entendre avec d'autres personnes… Que constate-t-il ? Les enfants qui, à 4 ans, ne parvenaient pas à attendre 15 minutes obtiennent des scores moins élevés à l'entrée de l'université, ont plus de difficultés à faire

face au stress, sont moins heureux, moins populaires, ont de la peine à maintenir leur attention, etc.

L'étude de Mischel illustre une problématique connue sous le nom de *délai de gratification*. Il s'agit d'accepter d'attendre pour obtenir une récompense importante même si une récompense immédiate nous garantirait une délicieuse dose de dopamine. Le problème auquel font face les enfants de Mischel est celui de l'étudiante qui passe par la renonciation aux plaisirs immédiats d'un match de football, au joueur sevré qui sait que sa vie de famille peut s'écrouler pour de longues années s'il entre dans un casino, au migrant qui trime corps et âme pour le bien-être de ses enfants. Ne pas succomber à la tentation immédiate implique de se projeter dans le futur. Il s'agit d'imaginer un « soi futur », ce qu'on qualifie de transcendance du soi. La transcendance du soi s'oppose à l'idéal épicurien du « carpe diem », qui revient à vivre dans le présent.

Certains travaux suggèrent à cet égard que la *perception du temps* est intimement liée à l'auto-régulation. Vohs et Schmeichel (2003) ont demandé à des participant·e·s qui venaient de réaliser une tâche exigeant une dose importante d'auto-régulation d'effectuer une seconde activité. Par rapport aux participant·e·s d'une condition contrôle dans laquelle la première tâche n'exigeait pas autant d'auto-régulation, les participant·e·s ont persévéré moins longtemps dans cette seconde activité tout en rapportant avoir persévéré plus. L'épuisement du soi aurait donc pour effet de produire une centration sur le présent et d'empêcher la transcendance du soi. Dans la vie de tous les jours, une telle transcendance du soi est souvent un luxe. Lorsqu'on est sans ressources financières par exemple, il faut souvent parer au plus pressé et il peut être tentant de vivre dans le présent étant donné le futur incertain qui nous attend (Payne, 2017). À cet égard, on constate que les personnes socialement défavorisées ont souvent des compétences d'auto-régulation plus limitées, notamment dans le domaine alimentaire, ce qui pourrait, en partie expliquer le taux d'obésité plus important dans ces populations, à tout le moins dans les pays industrialisés.

Remarquons que l'étude de Mischel a fait l'objet d'une réplication publiée en 2018 (Watts, Duncan, & Quan, 2018). Ses auteurs parviennent à reproduire la relation entre le temps qu'attendent les enfants avant de

sonner la cloche (ou *délai de gratification*) à 4 ans et demi et la réussite scolaire à 15 ans. Toutefois cet effet s'amenuisait considérablement si on prenait en compte des variables caractérisant l'environnement familial des enfants aux alentours de trois ans comme la stimulation linguistique, le fait qu'il y ait des outils d'apprentissage à la maison, la qualité de l'environnement dans lequel évolue l'enfant en termes d'espace, etc. Ceci jette un doute sur l'idée que la capacité d'auto-régulation dans la petite enfance soit un facteur d'une telle importance dans la réussite ultérieure. En somme, aussi bien ces résultats que ceux portant sur l'épuisement de l'ego illustrent la nature incertaine des savoirs dans les sciences empiriques et la psychologie sociale n'échappe pas à la règle. Des conclusions qui pouvaient sembler bien établies peuvent être modulées voire remises en cause par des travaux ultérieurs (voir ***chapitre 1***).

3.2. Le focus régulateur

Reprenons l'exemple d'un examen. Certaine·s étudiant·e·s vont réguler leur comportement de façon à réussir. D'autres vont réguler leur comportement de façon à éviter de rater. Dans les deux cas, leur objectif peut être la même note mais la façon dont ils essayent d'y parvenir sera différente. Les premier·ère·s sont, par exemple, susceptibles de faire des lectures supplémentaires (pour « avoir plus ») alors que les seconds sont susceptibles de s'assurer qu'il·elle·s maîtrisent chaque virgule de la matière (pour éviter « d'avoir moins »). Cette opposition se remarque dans d'autres domaines ; par exemple, certains parents peuvent aspirer à ce que leurs enfants deviennent le plus heureux possible alors que d'autres auront à cœur qu'ils s'en sortent et ne soient jamais malheureux. Dans sa théorie du focus régulateur, Higgins (1998, 2013) a suggéré que les individus pouvaient être guidés par deux types de considération dans leurs tentatives d'autorégulation, ce qu'il a appelé un focus sur la promotion d'une part et sur la prévention d'autre part. Ces deux types de considérations s'enracineraient dans des différences individuelles stables. Les standards qui guideraient les personnes orientées vers la promotion correspondraient avant tout à des idéaux : il est question de maximiser les gains. Pour les personnes orientées vers la prévention, il s'agit au contraire de devoirs, d'impératifs. Le but est d'éviter des situations indésirables, de minimiser les

pertes. La théorie du focus régulateur postule que les individus vont être d'autant plus motivés à poursuivre un objectif que les moyens d'y parvenir correspondent à leur mode de régulation du comportement. Pour reprendre l'exemple ci-dessus, une étudiante orientée vers la promotion sera peu motivée par une méthode pédagogique orientée sur la vigilance par rapport aux erreurs possibles. Elle appréciera davantage une pédagogie centrée sur l'enthousiasme. L'inverse est vrai pour un étudiant qui serait orienté vers la prévention.

La correspondance entre le mode de régulation de prédilection de l'individu et la façon dont l'environnement encourage ou permet celui-ci motive l'individu à accomplir ses objectifs. Par exemple, un élève focalisé sur la promotion pourra s'épanouir beaucoup plus dans un cadre éducatif axé sur la compétition entre élèves (pour des prix ou des points par exemple) alors qu'un élève attentif à la prévention sera sans doute plus à l'aise dans une situation où les critères de réussite minimale et les erreurs à ne pas commettre pour y parvenir sont bien clairs.

Une étude de Fuglestad et ses collègues (2008) illustre ce point de façon particulièrement éloquente. Ces chercheur·e·s ont étudié deux groupes de participant·e·s : des personnes qui fument et des personnes en surpoids. Ils ont par ailleurs évalué leur mode de régulation à l'aide d'une échelle construite à cet effet. Ils constatent qu'une centration sur la promotion est davantage associée à la perte de poids et à l'arrêt du tabac après 6 mois qu'une centration sur la prévention. C'est peu étonnant : les « promoteur·rice·s » aspirent à un idéal différent de leur situation présente et s'engagent donc activement dans une activité permettant d'y accéder. Un problème majeur toutefois dans ce type de démarche réside dans le taux d'abandon. Comme toute aspirante à une silhouette de sylphide le sait, il est plus facile de prendre de bonnes résolutions que de s'y tenir. Et c'est précisément le focus sur la prévention qui prédisait la tendance à maintenir une perte de poids ou à continuer à s'abstenir de fumer l'année suivante.

Une fois encore, ces résultats se révèlent compatibles avec la théorie du focus régulateur : les « préventif·ve·s » sont plus motivé·e·s à éviter des écarts par rapport à l'état désiré. Ces résultats suggèrent qu'il est important de calibrer les messages d'intérêt général au type de focus régulatoire des

individus. Ainsi, même si la mise en place d'un changement de comportement peut être vue comme répondant à un objectif de promotion, on peut également la considérer sous forme de prévention (« si vous êtes en surpoids, vous risquez le diabète »). De même, le maintien d'un régime alimentaire sain peut être « vendu » en termes de promotion (« s'ouvrir à de nouvelles relations sociales », « réaliser vos objectifs en termes de santé », etc.).

Psycho sociale en questions

L'auto-régulation est-elle une solution au surpoids ?



S'il est un domaine dans lequel l'auto-régulation est souvent valorisée, c'est le comportement alimentaire. Pour maintenir un poids idéal, ou perdre des kilos, ne serait-il pas opportun de davantage contrôler son alimentation, de ne pas succomber aux multiples tentations qui fourmillent dans notre environnement ? L'adoption d'un meilleur régime alimentaire implique souvent de renoncer à des aliments tentants et savoureux pour en privilégier d'autres qui nous paraissent souvent moins appétissants. Le régime alimentaire est donc par excellence un exercice d'auto-régulation. Or, les recherches sur la psychologie du surpoids et de l'obésité montrent de façon récurrente l'inefficacité des régimes alimentaires, quels qu'ils soient, sur le long terme. Les personnes concernées reprennent souvent du poids après une perte initiale, et souvent davantage que ce qu'elles n'avaient perdu (Byrne, Cooper, & Fairburn, 2004). Ceci s'explique principalement par le fait que l'alimentation s'insère dans un mode de vie particulier. On mange dans certains contextes sociaux avec des gens qui ont eux-mêmes des préférences alimentaires. Certains aliments sont plus aisément accessibles que d'autres. Certains aliments (comme l'alcool) ont des fonctions sociales qui rendent

particulièrement difficile le fait de s'en passer. Nos capacités d'auto-régulation sont rarement suffisantes pour maintenir les habitudes acquises pendant le régime et contrecarrer tous ces éléments contextuels intimement liés à notre mode de vie. Penser qu'on peut perdre du poids tout·e seul·e sans agir sur le contexte social dans lequel nous mangeons et sur les fonctions sociales que remplit l'alimentation revient en réalité à commettre l'erreur fondamentale d'attribution *[chapitre 2]*.

3.3. La surveillance de soi

Nous avons vu qu'une des fonctions du soi consistait à guider le comportement. Comme l'illustre la recherche sur la présentation de soi, la nature des audiences et des situations sociales auxquelles nous faisons face est susceptible d'influencer le type de comportement que nous choisissons d'adopter. Selon Mark Snyder (1974), toutefois, cette influence est susceptible de varier d'un individu à l'autre en fonction d'une dimension qu'il qualifie de surveillance de soi (*self-monitoring)*. Certaines personnes, que Snyder qualifie de **hauts** surveillant·e·s de soi, auraient tendance à se fonder principalement sur des indices externes, et en particulier des normes sociales, pour guider leur comportement. Elles sont dès lors susceptibles de se comporter différemment d'un contexte à l'autre en fonction des attentes qu'elles nourrissent par rapport à leur audience ou de la nature de celle-ci. Inversement, d'autres personnes, les bas surveillant·e·s de soi s'appuieraient essentiellement sur des indices internes, et en particulier la nature de leurs croyances et attitudes.

Ainsi dans une étude de Klein, Snyder et Livingston (2004), des participant·e·s avaient pour instruction d'exprimer leurs pensées à l'égard des homosexuel·le·s en vue d'une discussion avec une audience. Les attitudes de cette audience vis-à-vis des homosexuel·le·s faisaient l'objet d'une manipulation expérimentale. On avertissait que l'audience aurait des attitudes « plutôt favorables » ou « plutôt défavorables » aux homosexuel·le·s. Dans une condition contrôle, il n'y avait pas d'audience. Des juges indépendants évaluaient ensuite les pensées exprimées en termes de valence : étaient-elles « pro-gays », « anti-gays » ou neutres ? On

constate que seul·e·s les hauts surveillant·e·s de soi prennent en compte l'attitude de l'audience : il·elle·s expriment une impression plus négative des gays face à une audience « homophobe » que « pro-gays ». Pour les bas surveillant·e·s de soi, l'attitude de l'audience n'exerce guère d'influence (voir figure 4.5). Le haut surveillant·e de soi, à l'aise en public, fait donc figure de caméléon capable de se métamorphoser au gré des interlocuteur·rice·s alors que le bas surveillant de soi est davantage réservé et constant, se fondant sur les attitudes et convictions personnelles qui le guident.

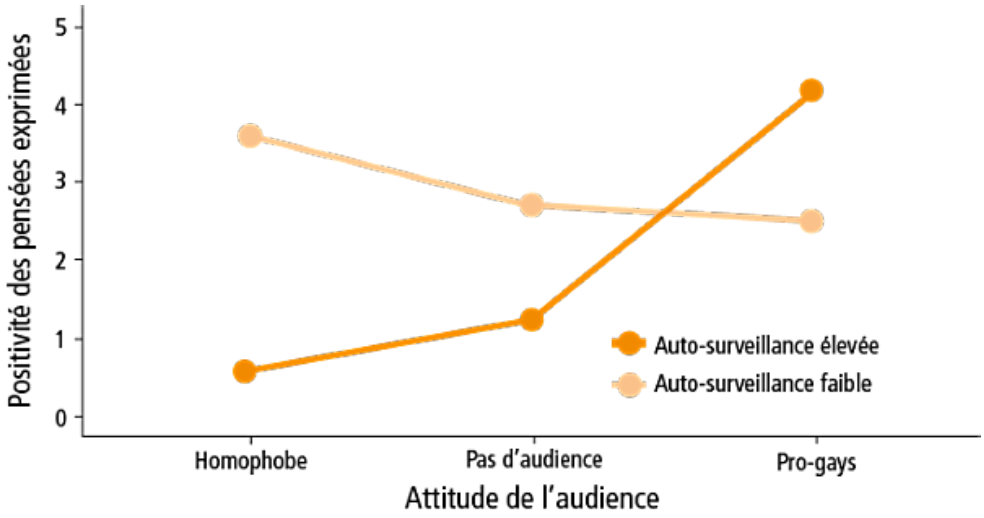


Figure 4.5. Degré de positivité des pensées exprimées en fonction de l'attitude de l'audience
et du niveau d'auto-surveillance (d'après Klein et al., 2004)

4. La comparaison sociale

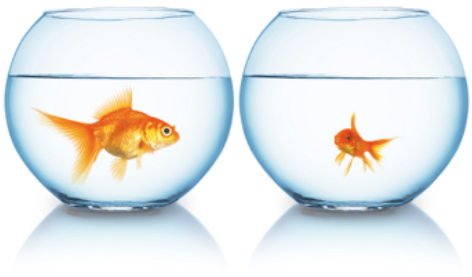
Si, comme nous l'avons suggéré, le soi est ce vaisseau qui nous transporte d'un port à l'autre au fil de notre existence, il ne manque pas de se transformer au gré des expériences. Véhicule de notre mémoire, il confère une continuité à notre existence. Toutefois, même si le soi est stable, nous sommes susceptibles de nous définir très différemment d'un moment à l'autre et d'un contexte à l'autre. Nos rôles sociaux par exemple peuvent nous amener à transformer notre perception de nous-même. La mère aimante et tendre avec ses enfants peut se transformer en intransigeante

cheffe de projet, une fois franchies les portes de son bureau. Dans un autre registre, le criminel nazi peut s'avérer être un papa gâteau. Un facteur crucial dans la définition du soi est la comparaison sociale.

4.1. La théorie de la comparaison sociale

Selon la théorie de la comparaison sociale développée par Leon Festinger (1954), les individus sont motivés à évaluer leurs compétences (sont-ils bons ou mauvais ?) et leurs opinions (sont-elles valides ou dénuées de fondement ?) et se comparent à autrui pour ce faire. Souvent, voire toujours, les jugements que l'on porte sur soi ne peuvent être que comparatifs. Par exemple, se voir comme « attirant·e physiquement » ne peut guère être un jugement absolu. Il implique de se comparer à d'autres que l'on jugera moins attirant·e·s. Il en résulte qu'on se jugera sans doute plus volontiers comme un laideron si l'on passe son temps à lire des magazines de mode que si, de façon tout aussi futile, on consacre ses loisirs à observer les nageurs à la piscine publique la plus proche. Mais cela implique également que, d'un contexte à l'autre, nous pouvons nous évaluer très différemment, car celles et ceux à qui nous nous comparons ne sont pas forcément les mêmes. Par exemple, un homme politique proche du parti socialiste se jugera sans doute comme davantage « à gauche » en présence de partisans d'un parti de droite qu'en présence de membres du parti communiste. Se comparer à d'autres individus, moins privilégiés sur une dimension de comparaison importante, peut avoir un effet positif sur l'estime de soi (c'est ce qu'on appelle une « comparaison descendante »). Par contre, selon Festinger, se comparer à quelqu'un de plus avantagé (« comparaison ascendante ») peut motiver l'individu à s'améliorer pour atteindre ce point de référence.

Ceci pourrait expliquer un phénomène poétiquement qualifié d'« effet gros poisson dans une petite mare ». Imaginez Chloé, élève brillante. Sa classe est composée d'élèves pour la plupart moyens et de quelques cancres. Le fait qu'elle soit parmi les « meilleures » rejaillit positivement sur son estime de soi.



▶ L'effet « gros poisson dans une petite mare »

Toutefois, ses parents décident de l'inscrire dans une école très sélective où ne se retrouvent que des « premier·ère·s de classe ». À présent, son point de comparaison est beaucoup plus élevé. Son estime de soi dans le domaine scolaire risque d'en souffrir par comparaison avec la moyenne des élèves de sa classe. On se sent mieux si on est le « grand poisson dans une petite mare » qu'un « petit poisson dans une grande mare ». Cependant, la possibilité de se comparer à des élèves ayant un niveau supérieur dans la discipline peut également avoir un effet positif sur l'estime de soi : en se comparant à ces élèves, Chloé pourrait avoir tendance à s'approprier certaines de leurs qualités et caractéristiques et à chercher à leur ressembler (conformément aux idées de Festinger). Huguet et ses collaborateurs (2009) ont mis en évidence ces tendances apparemment contraires dans une étude menée en France auprès de plus de 2 000 collégien·ne·s réparti·e·s dans près de 100 classes. Cette étude portait sur le lien entre estime de soi dans le domaine scolaire, comparaison sociale et performance en français et mathématiques. Pour comprendre leurs résultats, il importe d'envisager les différences entre classes d'une part et les différences au sein des classes d'autre part.

Commençons par les différences entre les classes : à niveau de compétence égale, les élèves qui sont dans des classes dont le niveau moyen est élevé tendent à avoir une estime de soi ainsi que des performances en mathématiques et en français plus faibles par rapport à ceux·elles qui sont dans une classe dont le niveau moyen est faible. En revanche, *au sein de ces classes*, les élèves qui choisissent de se comparer à des élèves légèrement meilleur·e·s qu'eux·elles développent une estime de soi plus positive dans le domaine scolaire et tendent à obtenir des notes supérieures.

Si l'on est quelque peu découragé·e par le standard requis dans ces classes de haut niveau, ce découragement est en partie compensé par l'émulation que permet la comparaison à des élèves plus performant·e·s que soi. Cette étude démontre de façon éloquente la sensibilité de la définition de soi par rapport à des facteurs contextuels. D'un point de vue pratique, elle suggère que les poissons sont d'autant plus susceptibles de prospérer que leur aquarium est rempli de congénères de gabarits diversifiés.

4.2. Conscience de soi et auto-objectification



Serge Gainsbourg en 1981. Sa dépendance à l'alcool était-elle liée à la conscience de soi ?
(© Claude Truong-Ngoc)

Appréciez-vous de visionner un film amateur dont vous êtes un·e des protagonistes ? Aimez-vous vous regarder dans un miroir ? Entendre votre voix enregistrée ? Écouter quelqu'un parler de vous (en bien ou en mal). Ces expériences, communes, correspondent à des contextes dans lesquels la conscience de soi est élevée. Selon Duval et Wicklund (1972), cet état nous amène à nous comparer à une norme sociale. C'est le cas de l'homme, nu devant son miroir, qui ne peut s'empêcher d'aspirer à un corps d'athlète. Si cet état est désagréable, il peut motiver les individus à se rapprocher de l'idéal. Des programmes de gestion du poids, qui vous invitent à vous peser tous les jours, opèrent en partie par ce mécanisme. On observe aussi des effets de la conscience de soi sur le comportement moral. Ainsi, dans une étude menée auprès d'enfants faisant du porte à porte le soir d'Halloween, le fait de placer un miroir sur un bol de friandises réduisait le nombre de bonbons volés (Beaman, Klents, Diener, & Svanum, 1979) ! Une autre solution consiste à revoir son idéal à la baisse. Pour une jeune fille complexée par ses bourrelets, il s'agirait par exemple de se convaincre que les corps de mannequin sont virtuellement impossibles à atteindre et que les idéaux que nous présentent les médias reposent sur des images de corps retouchées.

Si ces stratégies s'avèrent toutes deux improductives ou trop difficiles à mettre en œuvre, on peut chercher à éviter la conscience de soi. On peut fuir les miroirs ou les pèse-personnes mais ce serait là également une fonction de certaines drogues, dont l'alcool. Des études expérimentales montrent par exemple que la consommation d'alcool conduit les gens à moins se focaliser sur eux-mêmes. Une situation particulièrement susceptible d'accentuer la conscience de soi est la célébrité. En effet, à force d'être constamment sous le feu des projecteurs dans les médias, d'être reconnu·e dans la rue voire adulé·e par des fans, on ne peut qu'être conscient·e de soi. Il se fait que l'usage de drogues et d'alcool semble très fréquent chez des personnes célèbres. Mark Schaller (1997) a étudié les textes de célébrités

comme l'écrivain John Cheever, le chanteur du groupe Nirvana, Kurt Cobain, ou le parolier Cole Porter, tous devenus dépendants à la drogue ou à l'alcool. Un examen de leurs biographies révèle une augmentation de l'usage de pronoms à la première personne du singulier lorsqu'ils sont devenus célèbres. Cette augmentation est révélatrice d'une plus grande conscience de soi. Par ailleurs, en ce qui concerne Cheever, qui a pris note de sa consommation d'alcool, on constate que cette évolution est corrélée avec l'alcoolisation. Un sondage récent suggérait que, pour une majorité de jeunes entre 18 et 25 ans, la célébrité était l'un de leurs deux objectifs majeurs dans la vie. Peut-être serait-il utile de prendre conscience des effets potentiellement destructeurs d'une conscience de soi chronique ? Comme on le voit, la théorie de la conscience de soi correspond en fait à une forme d'auto-régulation guidée par la conscience de soi.

Bien que distincte de la théorie de la conscience de soi, la théorie de l'objectification développée par Barbara Fredrickson et Tomi-Ann Roberts (1997) se penche sur un phénomène voisin. Cette théorie, d'inspiration féministe, part du constat que, dans les sociétés occidentales, le corps des femmes est sans cesse observé et évalué, en particulier par les hommes (voir le concept d'objectification sexuelle dans le ***chapitre 3***). Fredrickson et Roberts s'intéressent à une forme de conscience de soi induite par ce regard extérieur porté sur le corps. Elles postulent que ce regard en vient à être intériorisé par les femmes elles-mêmes. À force d'être envisagées comme des « morceaux de viande », elles en viennent à se percevoir elles-mêmes comme un « *corps destiné à l'usage d'autrui* ». En particulier, elles envisageraient leur corps non plus de l'intérieur mais à travers la perspective d'une personne extérieure. Comme si elles portaient un « troisième œil » qui les regardait, à distance. C'est ce que Fredrickson et Roberts appellent l'auto-objectification.

La photo de la joueuse de football australien Tayla Harris a provoqué une vague de soutien en réaction aux commentaires sur les réseaux sociaux lors de sa publication. Ces commentaires ont été des vécus comme abus sexuels par la sportive.



Pour illustrer ceci, un exemple qu'aiment à citer les théoricien·ne·s de l'objectification réside dans l'image de la jeune écolière qui doit lancer une balle ou un javelot lors d'un cours d'éducation physique. Naturellement, dans une tâche pareille, il s'agit de considérer son corps comme le « sujet » de l'action : il faut mobiliser et coordonner les ressources de son corps pour lancer correctement le javelot. Or, note Marion Young, auteure d'un livre sur le sujet (*Throwing like a girl)*, l'attention d'une femme dans ce genre de tâche sera souvent partagée. D'une part, elle se porte sur l'action à accomplir plutôt que sur le but à poursuivre. Autrement dit, son attention se dirige sur sa propre action, et en particulier sur son corps en action.

« Nous envisageons souvent notre corps comme une gêne plutôt que comme le moyen de réaliser nos objectifs. Nous nous sentons souvent comme si nous devions nous préoccuper de notre corps afin qu'il fasse ce que nous lui demandions plutôt que de nous préoccuper de ce que nous souhaitons faire grâce à notre corps » (pp. 6-7, notre traduction).

Par ailleurs, notre lanceuse peut adopter la perspective d'un·e observateur·rice sur son propre corps. Elle se demandera de quoi on a l'air aux yeux de ces autres élèves qui la regardent en train de lancer un javelot... La concentration ainsi détournée de l'objectif se traduira par un mouvement moins fluide. L'homme, quant à lui, ne se poserait guère de questions et se contenterait de lancer le javelot. Cette attention partagée chez les femmes pourrait donc nuire à leurs performances physiques lorsque celles-ci

demandent une grande concentration. Selon Fredrickson et Roberts, l'auto-objectification serait notamment responsable de troubles alimentaires et de troubles sexuels, à travers la honte qu'elle induit. Cet état toucherait également les performances intellectuelles. Ainsi, dans une expérience célèbre, l'équipe de Fredrickson et ses collaboratrices (1998) a invité des étudiants et étudiantes à effectuer une épreuve mathématique. Préalablement à celle-ci, les sujets devaient toutefois participer à une autre expérience portant prétendument sur le comportement des consommateur·rice·s. Il s'agissait d'essayer un vêtement en face d'un miroir. Pour la moitié des sujets, ce vêtement était un maillot de bain. Pour l'autre moitié, il s'agissait d'un pull bouffant. Dans le premier cas, on est, par la force des choses, amené·e à devoir observer son corps.

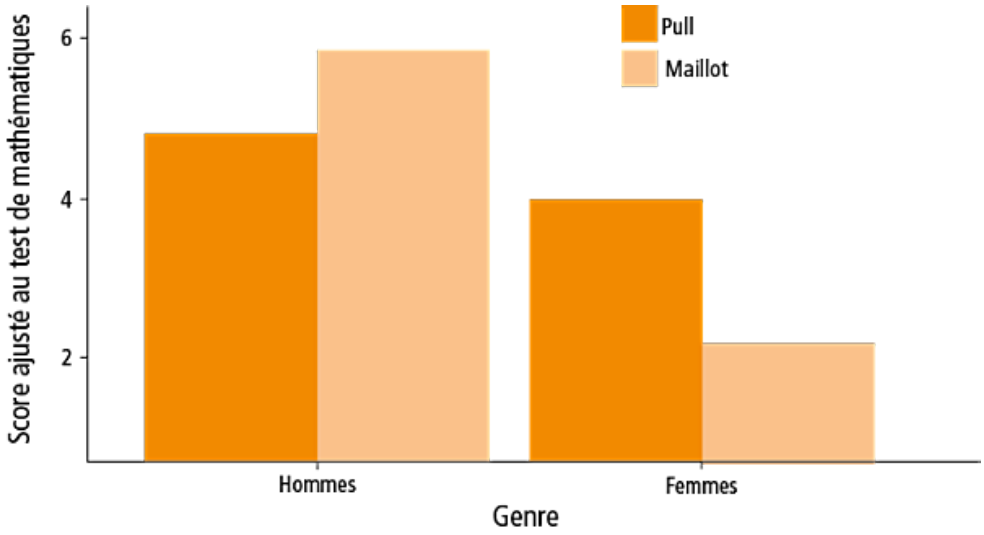
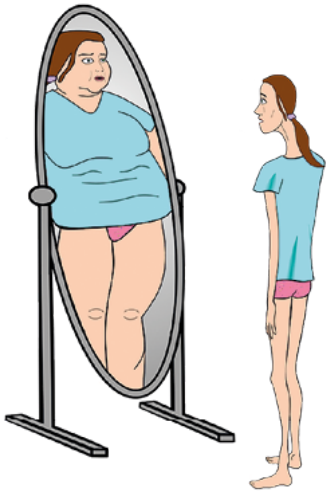


Figure 4.6. Score ajusté au test de mathématiques en fonction du genre et du vêtement porté préalablement (d'après Fredrickson et al., 1998)

On compare ensuite les résultats au test mathématique (réalisé une fois rhabillé·e !) en fonction du genre et du vêtement porté préalablement. Comme on le voit sur la Figure 4.6, le type de vêtement porté n'exerçait aucune influence chez les hommes (qui trouvaient plutôt cocasse de devoir essayer un maillot de bain dans le cadre d'une expérience de psychologie !). En revanche, chez les femmes, on constatait une performance inférieure au test mathématique si elles avaient essayé un maillot de bain plutôt qu'un pull.

L’attention portée à leur corps les aurait empêchées de maintenir le niveau de concentration nécessaire pour réussir le test de mathématiques. Et effectivement, celles-ci rapportaient un sentiment de honte corporelle plus important... lorsqu’elles avaient dû porter un maillot de bain. Ce résultat apparaît particulièrement intéressant lorsqu’on sait combien féminité et mathématiques font souvent mauvais ménage.



Bien sûr, lorsqu’on doit réellement effectuer des tests de mathématiques, on a rarement dû essayer un maillot préalablement. Toutefois, si on suit l’analyse de Fredrickson et Roberts, les femmes ont une tendance chronique à s’appréhender à travers le regard (imaginé) d’autrui. Dès lors, de tels déficits de concentration lors d’épreuves intellectuelles sont peut-être fréquents.

5. Du soi individuel à l’identité sociale

La nouvelle *Le Silence de la Mer* (Vercors, 1942) relate les relations entre un officier nazi venu réquisitionner la maison occupée par un vieil homme et sa nièce pendant l’occupation allemande. L’officier s’avère être un homme plutôt affable, cultivé et d’apparence sympathique. Il prône l’amitié entre les peuples et cherche à tisser des liens avec son hôte et son hôtesse qui lui répondent par le silence, expression de leur résistance à l’ennemi. Dans ce contexte, l’intrus ne peut guère être perçu comme un individu dans toute sa complexité et sa richesse. Il n’est qu’un « Allemand ». De même, bien qu’il·elle·s soient profondément sociables, les deux habitant·e·s de la demeure se définissent non pas comme des individus mais comme les membres d’une collectivité plus large, « les Français·es » ou « les Résistant·e·s ». Cet exemple illustre l’approche développée par le psychologue que nous avons évoqué au ***chapitre 3***, Henri Tajfel, et son élève John C. Turner. Pour Tajfel, le soi peut se définir sur un continuum

qu’il caractérise comme allant d’un pôle interpersonnel à un pôle intergroupe. Dans certains cas, nous nous définissions comme des individus distincts d’autres individus. Cette situation correspond à la plupart des recherches sur la définition de soi. Dans ce cas de figure, comme nous l’avons déjà signalé (cf. exemple de l’enfant musulman dans une classe d’enfants chrétiens cité auparavant), notre concept de soi correspond aux caractéristiques qui nous distinguent des autres individus qui nous entourent.

Dans d’autres cas, Tajfel considère que nous nous définissons comme membres d’un groupe. Nous nous envisageons alors comme semblables aux autres personnes qui composent ce groupe. Nous concevons notre identité comme ne faisant qu’une avec celles des membres de ce groupe. Notre soi est conçu comme interchangeable avec celui des autres membres du groupe, un phénomène que Turner qualifie de dépersonnalisation. Dans cette éventualité, les traits qui nous caractérisent ne sont pas ceux qui nous distinguent des autres membres de notre groupe mais bien ceux qui nous distinguent des membres d’autres groupes : on s’« auto-stéréotype ».

Ce phénomène s’accompagne d’un passage de l’identité personnelle à l’identité sociale. L’identité sociale, selon Tajfel, correspond à la partie du soi qui comprend notre appartenance à des groupes ainsi que la valeur, et les émotions, que nous attachons à ces appartenances. Tout comme le soi individuel, ou identité personnelle, l’identité sociale se construit donc en comparaison à des groupes de référence. Une étude de Guimond et al. (2006) illustre ce phénomène de façon remarquable. Ces auteurs ont mesuré (en utilisant un questionnaire) le degré d’« interdépendance » et d’« autonomie » d’étudiant·e·s dans trois contextes : intragoupe (il·elle·s devaient se comparer aux autres personnes de leur sexe), intergroupe (il·elle·s devraient se comparer aux personnes de l’autre sexe), ou contrôle (aucune comparaison). Guimond et ses collègues constatent que les différences d’interdépendance hommes-femmes s’exacerbent dans le contexte intergroupe. Dans le contexte intragroupe, on n’observe aucune différence hommes-femmes significative. Lorsqu’ils sont entre collègues du même sexe, les sujets ne se définissent pas en tant que « femmes » ou « hommes », ils ne s’appliquent donc pas les traits stéréotypiquement associés à leur sexe.

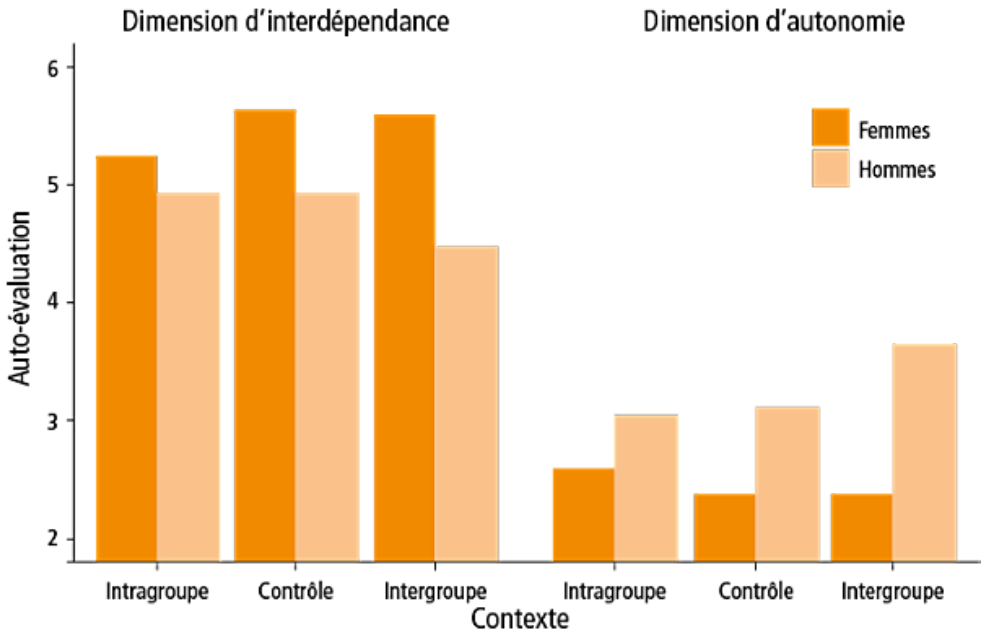
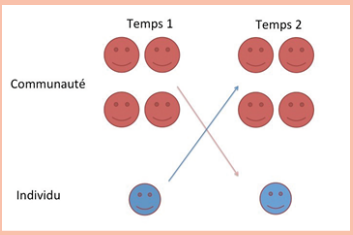


Figure 4.7. Score sur les dimensions d'interdépendance et d'autonomie en fonction du contexte et du sexe (d'après Guimond et al., 2006, étude 2)

Quand passe-t-on du pôle interpersonnel au pôle intergroupe ? La présence physique de l'autre groupe, comme dans l'exemple de Guimond et al., est une situation propice à une telle transition. Un autre facteur réside dans l'existence d'un conflit avec l'exogroupe, comme dans le cas du *Silence de la Mer*. Plus proche de nous, la propagande de groupes terroristes, comme Al Qaida ou DAESH, repose sur la mise en exergue d'une opposition entre « nous » (les musulman·e·s) et « eux » (les non-musulman·e·s). En réponse à cette lecture intergroupe, les dirigeant·e·s politiques des pays occidentaux ne font pas autre chose et on se souviendra longtemps de formules comme « Nous sommes tous des Américains » faisant la une du quotidien *Le Monde* dans les jours qui ont suivi les attentats du 11 septembre 2001. Comme le souligne Yzerbyt (2006), ce type de propagande de part et d'autre induit un positionnement sur le pôle « intergroupe » et, comme nous le verrons au ***chapitre 13***, les émotions et les comportements qui en découlent (Dumont, Yzerbyt, Wigboldus, & Gordijn, 2003). En particulier, l'intérêt personnel en vient à être subordonné aux valeurs de la collectivité, ce qui, dans certains cas extrêmes, peut expliquer le sacrifice de soi pour le « bien » du groupe.

Psycho sociale en questions

L’interactionnisme symbolique



Certains auteurs relevant du courant de l’interactionnisme symbolique, comme Charles Cooley (1902) ou George Herbert Mead (1934) dans son ouvrage Moi, Soi et Societé, ont proposé que ce que nous étions n’était que le reflet de la façon dont nous étions vus par autrui. L’image que les autres nous renvoient de nous-même constituerait le moi. Il est très difficile de mettre cette proposition à l’épreuve sur le plan empirique et, pendant de nombreuses années, il a été difficile de trouver des travaux testant cette hypothèse de façon convaincante. Toutefois, une étude longitudinale de Yeung et Martin (2003) permet de la corroborer. Dans cette étude, de jeunes adultes vivant en communauté devaient estimer la vision qu’ils et elles avaient d’eux — et d’elles-mêmes (image de soi) sur différents traits de personnalité et, ce, à deux reprises à un an d’intervalle. On disposait par ailleurs de la vision d’autres membres de la même communauté. On constate que la vision d’autrui prédit l’image de soi un an plus tard (flèche rouge dans le schéma ci-contre). Toutefois, ce sont surtout les membres de plus haut statut dans la communauté qui influencent l’image de soi, ce qui correspond aux hypothèses de Cooley. Yeung et Martin observent par ailleurs un effet inverse : l’image que les membres de la communauté ont d’eux-mêmes lors de la première prise de données influence l’impression que les autres membres de la communauté se forment d’eux après un an. À travers leur comportement, ils parviennent donc à modifier l’image que les membres de la communauté ont d’eux (flèche bleue ci-dessous). En d’autres termes, la relation entre notre vision de nous-même et l’impression qu’autrui a de nous est réciproque.

5.1. Mettre en scène son identité sociale

La littérature sur la présentation de soi tend à privilégier une vision individualiste du soi. Comme nous venons de le voir, on peut dans certains cas se définir prioritairement comme membre d'un groupe. Si vous assistez à un match de football de votre équipe favorite, vous vous « vivrez » avant tout comme un·e supporter·rice acharné·e de celle-ci. Vos singularités importeront peu par rapport à ce qui vous lie aux autres supporters de votre club. Dans un contexte intergroupe, c'est donc cette *identité sociale* qu'on cherchera à présenter à autrui. Quel est ce groupe dont je me définis comme membre ? Qui suis-je *en tant que membre de ce groupe ?* En revanche, imaginez que vous soyez à la recherche de l'âme sœur lors d'une soirée en compagnie d'autres étudiant·e·s. Dans ce contexte interpersonnel, vos qualités individuelles prendront immanquablement le dessus dans les échanges avec les autres convives.

L'ensemble des comportements visant à influencer la façon dont autrui appréhendera mon identité correspond à la performance de l'identité sociale (Klein, Spears, & Reicher, 2007). La performance de l'identité sociale peut remplir deux fonctions. La première, consiste à *construire* son identité sociale, de la valider socialement. Comme l'illustre le cas de Rachel Dolezal, l'activiste « noire » qui était en fait « blanche ». Il est difficile de conserver une identité sociale sans que celle-ci soit reconnue par les autres membres du groupe. L'étude de jeunes femmes britanniques converties à l'Islam et choisissant de porter un *hijab* (voile musulman) illustre ceci de façon éloquente (Hopkins & Greenwood, 2013). L'une d'entre elles remarque ainsi que lorsqu'elle ne portait pas le voile, elle n'était pas saluée par ses « sœurs » (les autres femmes musulmanes qu'elle croisait dans la rue) et que son identité n'était donc pas reconnue. Toutefois, toute performance de l'identité se heurte aux images associées par l'audience à ces identités. Ainsi, ces jeunes femmes choisissent-elles de porter des vêtements spécifiques (comme des jeans) de façon à ce qu'on ne les prenne pas pour des Pakistanaises : elles veulent être vues comme des *musulmanes britanniques*, une identité sociale bien particulière, et jonglent donc avec les codes vestimentaires pour y parvenir.

La seconde fonction de la performance de l'identité sociale est une fonction de mobilisation. La façon dont on présente son identité sociale permet de favoriser la mise en œuvre de projets de mobilisation collective en suscitant la collaboration de l'auditoire à ceux-ci. Cela implique qu'on est susceptible de se présenter différemment selon la nature de l'interlocuteur·rice auquel ou à laquelle on s'adresse et du type d'action que l'on attend de lui ou elle. L'évolution des discours du dirigeant nationaliste congolais Patrice Lumumba (1925-1961) illustre cette hypothèse. Lumumba poursuivit un seul et unique projet entre octobre 1958 et 1961 : la décolonisation du Congo (alors colonie belge) afin d'en faire un état indépendant et intégré. Une analyse automatisée de ses nombreux discours (Klein & Licata, 2003) montre qu'il recourt souvent à des représentations du Congo, des Congolaise·s et de la Belgique (la puissance coloniale). Ce faisant, il présente donc son identité sociale. Cette image évolue toutefois au gré de l'évolution de son projet. Avant l'obtention de l'indépendance, il présente son pays comme opprimé par les cupides colonisateur·rice·s belges lorsqu'il s'adresse à des audiences congolaises. Ceci s'explique volontiers par la nécessité d'éveiller les consciences, encore peu sensibles au projet anticolonial. En revanche, lorsque son auditoire est belge, il se montre beaucoup moins véhément et reprend en partie un discours colonial classique en présentant le Congo comme un « enfant » ayant besoin de l'aide de la Belgique. À nouveau, loin d'y voir de l'hypocrisie, on peut interpréter ce changement de registre par la nécessité pour Lumumba de compter sur l'aide des Belges pour réaliser son projet d'indépendance. En effet, avant 1960, le Congo ne disposait pas des cadres nécessaires pour assurer le fonctionnement de son pays. L'aide belge était donc indispensable.



▶ Patrice Lumumba (© Herbert Behrens [ANEFO])

5.2. La menace du stéréotype

Nous avons vu que le fait de se percevoir comme « bon·ne » ou « mauvais·e » pouvait influencer les performances. De telles auto-perceptions dépendent souvent de l'appartenance à des groupes sociaux. Ainsi, nombre de stéréotypes ordonnent les groupes sociaux selon leurs capacités respectives dans certains domaines : par exemple, les hommes seraient plus doués que les femmes en termes de compétences spatiales mais moins habiles lorsqu'il s'agit de gérer des expériences émotionnelles ; les Noir·e·s seraient plus performants que les Blanc·he·s en athlétisme mais moins en mathématiques, etc. Que se passe-t-il lorsqu'on est membre d'un groupe ayant « mauvaise réputation » dans un domaine particulier et que l'on est amené·e à performer dans ce domaine ?

Selon Steele et Aronson (1995), les membres de groupes qui sont la cible de stéréotypes négatifs quant à leurs performances dans un domaine particulier sont confrontés à une situation particulière qu'ils qualifient de « menace du stéréotype » : lorsqu'ils se trouvent dans une situation d'évaluation de leurs compétences dans le domaine pertinent par rapport au trait stéréotypique, ils craindraient de confirmer le stéréotype. Ceci constituerait un danger pour leur estime de soi et serait générateur d'anxiété. Certains peuvent répondre à cette situation désagréable en se *désidentifiant* de ce domaine c'est-à-dire en minimisant psychologiquement le lien existant entre ce domaine et leur estime de soi. Par exemple, face à des échecs répétés en mathématiques, un jeune noir pourra décider de ne plus s'investir dans ce domaine et, dès lors, l'échec ne sera plus perçu comme une menace. Son estime de soi ne sera plus liée à la performance en mathématiques. En revanche, il pourra choisir de s'investir dans d'autres domaines (par exemple, relationnels) qui, eux, seront déterminants pour son image de soi. Par contre, celles et ceux qui maintiennent une identification forte au domaine concerné restent exposé·e·s à la menace du stéréotype. Celle-ci est une source d'anxiété et, de ce fait, elle peut les handicaper par rapport aux membres de groupes qui ne sont pas victimes de tels stéréotypes.

Pour mettre cette idée à l'épreuve, Steele et Aronson (1995) ont soumis des étudiant·e·s afro-américain·e·s (« noir·e·s ») et blanc·he·s de l'université Stanford à un test d'intelligence extrêmement ardu. Remarquons que l'ensemble de ces étudiant·e·s était très identifié au domaine en question (il fallait effectivement l'être pour être admis à Stanford, l'une des plus

prestigieuses universités américaines !). Steele et Aronson avaient introduit une manipulation expérimentale : pour une partie des participant·e·s, le test était décrit comme diagnostique des aptitudes verbales alors que pour une autre partie il était décrit comme servant à « comprendre des facteurs psychologiques intervenant dans la résolution de problèmes verbaux » sans qu'il soit fait référence aux aptitudes verbales. Cette condition non-diagnostique était elle-même subdivisée en une condition « normale » et une condition « défi » dans laquelle on insistait sur le fait que le sujet devait prendre ce « défi » au sérieux bien qu'il ne soit pas indicatif des aptitudes verbales.

Dans la condition diagnostique, les Noir·e·s sont donc menacé·e·s par le stéréotype alors qu'il·elle·s ne le sont pas dans les deux autres conditions. Steele et Aronson constatent que cette manipulation a un impact sur la performance : les Noir·e·s obtiennent des résultats inférieurs dans la première condition par rapport aux deux autres (cf. figure 4.8). Dans une expérience ultérieure, Steele et Aronson observent d'ailleurs que le simple fait d'indiquer sa « race », préalablement à la passation du test, diminue la performance des Noir·e·s. Cette instruction aurait activé le stéréotype.

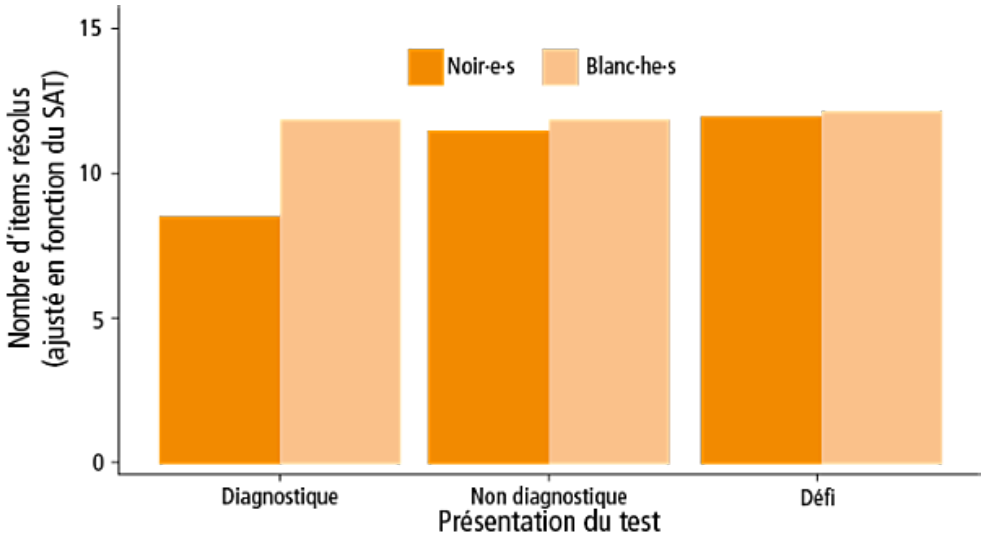


Figure 4.8. Nombre d'items résolus en fonction de la présentation du test et de la « race » (d'après Steele & et Aronson, 1995)

Cet effet a été reproduit pour d'autres groupes. Considérons par exemple les résultats d'une étude de Spencer, Steele et Quinn (1999) dans laquelle des hommes et des femmes ayant eu la même formation en mathématiques se

voyaient administrer un test de mathématiques. Spencer et ses collègues signalaient à la moitié des participant·e·s que le test avait dans le passé révélé des différences liées au sexe. L'autre moitié apprenait que le test n'avait mis au jour aucune différence entre les sexes. Cette information exerçait une influence radicalement différente chez les hommes et chez les femmes. Lorsque le test était présenté comme ayant révélé des différences dans le passé, les femmes obtenaient des scores inférieurs aux hommes. En revanche, lorsque le test était présenté comme « égalitaire », aucune différence n'émergeait. La condition « différence » aurait activé le stéréotype selon lequel les femmes sont moins « matheuses » que les hommes, ce qui aurait eu un effet délétère sur leur performance. Ceci montre que des facteurs contextuels peuvent influencer les différences hommes-femmes. Le phénomène de menace du stéréotype a été depuis démontré pour de nombreux groupes et domaines de performance : classe sociale et test d'intelligence (Croizet et Claire, 1998), genre et expression des émotions (Leyens, Désert, Croizet, & Darcis, 2000), nationalité (Français vs Belge) et maîtrise de la langue (Provost, Yzerbyt, Corneille, & Francard, 2003) notamment.

On a longtemps cru que le phénomène s'expliquait par l'anxiété suscitée par l'activation du stéréotype chez ceux qui en sont la cible. Des travaux ultérieurs (Schmader & Johns, 2003) mettent en exergue la mémoire de travail comme autre facteur explicatif. Ce terme se réfère à la mémoire immédiate des informations que l'on conserve momentanément en mémoire pour résoudre la tâche du moment. Par exemple, lorsque vous effectuez une addition en calcul mental, il est nécessaire de retenir les résultats intermédiaires en mémoire. La capacité de mémoire de travail serait diminuée en situation de stress. Or, pour les membres d'un groupe stigmatisé par un stéréotype négatif dans un domaine particulier, effectuer une tâche relevant de ce domaine serait stressant, car cela activerait des pensées négatives (Cadinu, Maass, Rosabianca, & Kiesner, 2005) du type « je n'ai jamais aimé les maths », « ces exercices sont difficiles », pensées qui accapareraient une partie de la mémoire de travail. Résultat des courses, on observe une détérioration de la performance.

La menace du stéréotype est naturellement liée à l'activation d'une appartenance à un groupe social : « afro-américain·e », « femme », « pauvre

». Il importe également de prendre en compte l'éventualité que les individus ne se définissent pas constamment selon une identité sociale unique. Les noir·e·s ne s'envisagent pas uniquement comme noir·e·s ou les femmes comme femmes. Comme le proposent Turner et ses collègues (1987) dans leur théorie de l'auto-catégorisation, différentes identités sont susceptibles d'être saillantes selon le contexte social. Si la menace du stéréotype est liée à l'appartenance à un groupe particulier, elle devrait dès lors s'actualiser de façon particulièrement marquée lorsque l'appartenance au groupe concerné est saillante. C'est ce qu'ont montré Shih, Pitinsky, et Ambady (1999) en interrogeant des jeunes femmes américaines d'origine asiatique. Ce groupe est particulièrement intéressant dans la mesure où, aux États-Unis, les personnes d'origine asiatique sont perçues comme relativement plus performantes que les personnes d'origine européenne en mathématiques. En revanche, les femmes sont perçues comme relativement plus faibles dans ce domaine. C'est pourquoi Shih et ses collègues ont induit une saillance de l'identité ethnique chez un tiers de leurs sujets (en leur posant des questions relatives à la langue que parlaient leurs parents, aux langues qu'elles parlaient elles-mêmes, etc.) et une saillance de l'identité sexuelle chez le second tiers (en leur posant des questions quant aux nombres de personnes de chaque sexe dans leur dortoir, à leurs préférences à ce sujet, etc.). Enfin, chez un troisième tiers, aucune identité n'était activée. Les participantes à ont ensuite dû effectuer un test de mathématiques. Les résultats à cette épreuve sont reproduits sur la figure 4.9. On observe que les jeunes femmes obtiennent globalement des résultats supérieurs lorsque l'identité ethnique est activée que lorsque l'identité sexuelle est activée, les scores étant intermédiaires dans la condition contrôle (barres foncées dans la figure 4.9). Dans une seconde étude conduite au Canada, on obtient une configuration différente (cf. barres claires dans la figure 4.9) : les jeunes femmes d'origine asiatique obtiennent des scores *inférieurs* que l'on active l'identité sexuelle ou ethnique. Comment expliquer cette différence ? Au Canada, les personnes d'origine asiatique sont généralement perçues comme *moins* performant·e·s que les Canadien·ne·s d'origine européenne. Elles seraient donc victimes d'une menace du stéréotype dans les deux cas.

Dans une étude ultérieure, Shih, Pittinsky et Trahan (2006) ont reproduit leur étude dans un contexte américain mais en mesurant cette fois les

performances verbales — domaine dans lequel les femmes bénéficient d'un stéréotype positif et les Asiatiques d'un stéréotype négatif. Comme on peut s'y attendre, le pattern précédent s'inverse en ce sens que les participantes fournissaient davantage de réponses correctes lorsque l'identité féminine était saillante que dans une condition contrôle. En revanche, lorsque l'identité asiatique était d'actualité, la performance se dégradait par rapport à la condition contrôle.

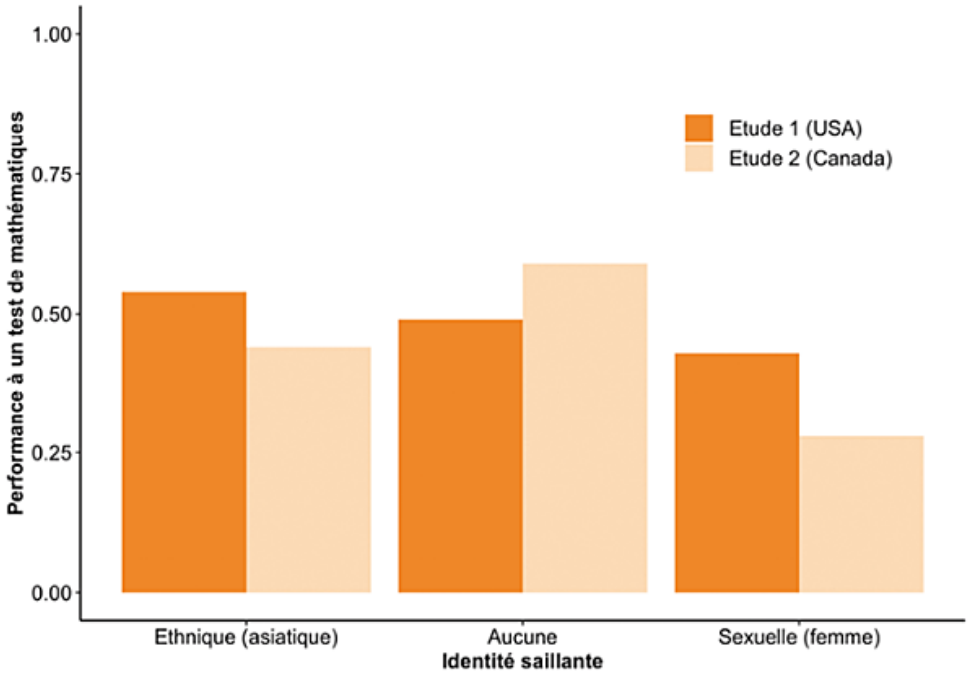


Figure 4.9. Performance au test de mathématiques en fonction de l'identité rendue saillante et du lieu de réalisation de l'étude (d'après Shih et al., 1999).

6. Conclusions

Que convient-il de retenir de ce voyage dans les méandres du soi ? Sans doute que la tension entre la malléabilité du soi, face aux contextes, face aux défis qui se présentent à lui, et sa solidité — c'est lui nous confère un sentiment d'unité et de continuité à travers le temps — résume-t-elle le mieux un concept qui semble parfois difficile à saisir. Pour appréhender, ou résoudre, cette tension, on peut envisager le soi comme une guirlande de Noël dont seules les lampes d'une certaine couleur s'allument en fonction

du contexte : tantôt les jaunes, tantôt les rouges, tantôt les vertes. Mais l'ensemble de la guirlande continue d'exister même si les autres lampes ne sont pas nécessairement visibles dans l'obscurité. Dans le cas qui nous occupe, les lampes correspondent à certains traits, à certains « schémas » de soi qui sont activés dans des situations particulières. Nul besoin d'exclure ou d'oublier les autres traits, bien au contraire. Tout juste pourra-t-on considérer que certaines couleurs sont davantage sensibles ou présentes chez certaines personnes que chez d'autres.

Une autre tension qui habite cette littérature réside dans l'opposition entre la valorisation de soi et l'exactitude dans l'appréhension du soi. Nous avons constaté que certain·e·s auteur·e·s accordaient une importance prépondérante à la première, dépeignant l'individu comme perpétuellement avide de valoriser son ego. D'autres, au contraire, soulignent le souci que nous aurions à cerner au plus près qui nous sommes. Sans doute une recherche conjointe des deux objectifs se situe-t-elle au cœur de la démarche d'amélioration de soi.

L’essentiel

Résumé

La psychologie sociale offre un éclairage tout à fait particulier sur le phénomène culturel et ce qui en découle (transmission, comparaison, mémoire collective, etc.). Dans leur souhait d’interpréter le réel, les êtres humains sont amener à collaborer et de forger des représentations communes. Celles-ci leur permettent d’appréhender l’inconnu et de constituer une mémoire collective, liant passé et présent. Les contraintes auxquelles les groupes d’individus font face conditionnent largement la construction de ces manières de penser et de se concevoir en tant qu’individu ou collectivité. Le mot d’ordre de ce chapitre est donc un certain relativisme : les modèles normatifs que produit fréquemment la psychologie sociale connaissent des limites qui ne pourront sans doute être dépassées qu’en prenant en compte la diversité culturelle.

Questions pour aller plus loin

1. Qu’entend-on par épuisement de l’égo?

2. Au terme de la lecture de ce chapitre, dans quelle mesure peut-on affirmer que la continuité du soi est une illusion?

Justifiez.

3. Quels points communs et différences identifiez-vous entre l'auto-objectification et la menace du stéréotype en tant que facteurs influençant la performance intellectuelle?

4. Citez deux cas dans lesquels la présentation du soi n'est pas guidée par une motivation à susciter l'image la plus positive. Justifiez en fonction des notions vues dans le chapitre.

5. Au vu du chapitre, que pensez-vous d'un programme de réduction de la consommation de tabac qui consisterait à noter chaque jour le nombre de cigarettes fumées et à chercher à réduire ce nombre de 20 % chaque semaine?

6. Entre une personne à haut et une autre à bas niveau d'auto-surveillance, qui, à votre, avis, serait la mieux armée pour réussir en politique? Discutez.

Lectures pour aller plus loin

En Français

Croizet, J-Cl., & Leyens, J-Ph. (2003). *Mauvaises réputations: Réalités et enjeux de la stigmatisation sociale*. Paris: PUF.

Goffman, H. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne*. Paris: Editions de Minuit.

Martinot, D. (2008). *Le soi, les autres et la société*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

Mead, G. H. (1934). *L'esprit, le soi, la société*. Paris: PUF.

En Anglais

Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences

and mental health risks. *Psychology of women quarterly*, 21(2), 173-206.

Higgins, E. T. (2013). *Beyond pleasure and pain: How motivation works*. Oxford: Oxford University Press.

Karniol, R. (2003). Egocentrism versus protocentrism: The status of self in social prediction. *Psychological Review*, 110, 564-580

Krueger, J. I. (2008). From social projection to social behaviour. *European review of social psychology*, 18(1), 1-35.

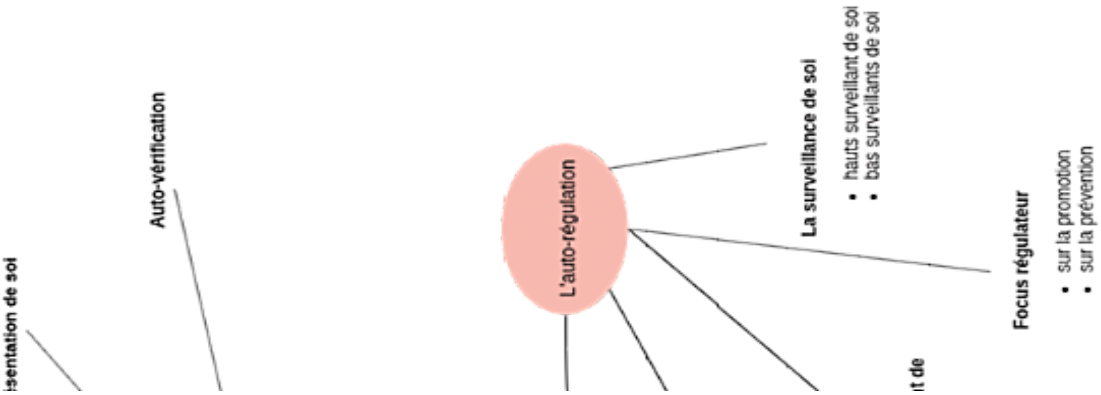
Leary, M. (2007). Motivational and emotional aspects of the self. *Annual Review of Psychology*, 58, 317 – 344.

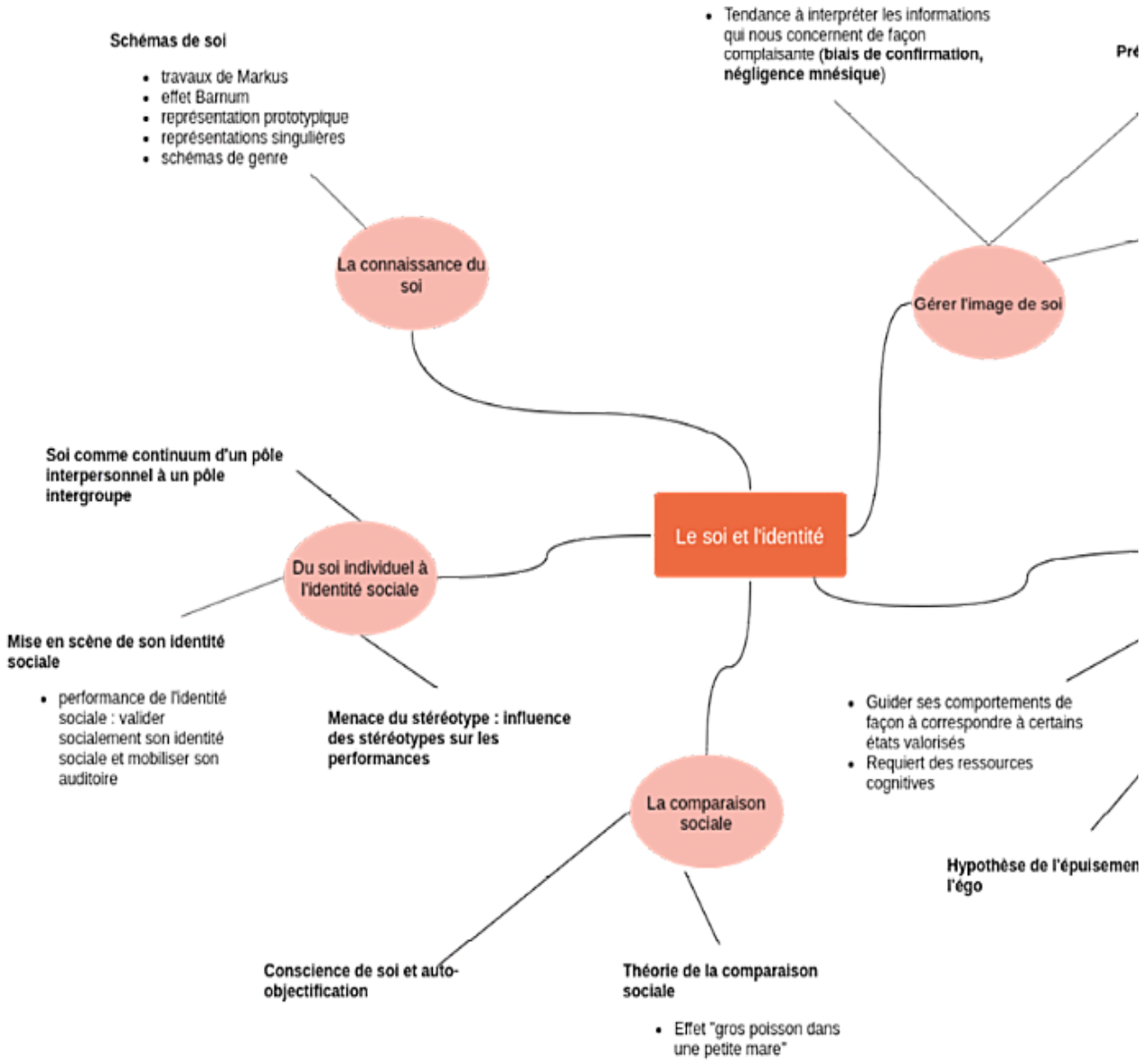
Markus, H. R., & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98, 224-253.

Pour illustrer

Les effets de la comparaison sociale par Nicole Dubois.

« Les filles sont-elles vraiment nulles en maths ? ». Vidéo sur la menace du stéréotype.




Le soi et l'identité
La connaissance du soi
Schémas de soi
travaux de Markus
effet Barnum
représentation prototypique
représentations singulières
schémas de genre
Gérer l'image de soi
Tendance à interpréter les informations qui nous concernent de façon complaisante (biais de confirmation, négligence mnésique)
Du soi individuel à l'identité sociale
Soi comme continuum d'un pôle interpersonnel à un pôle intergroupe
Mise en scène de son identité sociale
performance de l'identité sociale : valider socialement son identité sociale et mobiliser son auditoire
Menace du stéréotype : influence des stéréotypes sur les performances
La comparaison sociale
Conscience de soi et auto-objectification
Théorie de la comparaison sociale
Effet "gros poisson dans une petite mare"
Guider ses comportements de façon à correspondre à certains états valorisés
Requiert des ressources cognitives

Chapitre 5 Sens commun et cultures

Chapitre 6 De la présence d’autrui à la formation des normes

Chapitre 7 Du conformisme à la rébellion

Chapitre 8 Attitudes et changement d’attitudes

Chapitre 9 Attitudes et comportement

PARTIE

02

L’influence sociale



CHAPITRE

5

Sens commun et cultures

On peut définir la culture comme « consistant en des modèles, explicites ou implicites, d'idées et de leur incarnation dans les institutions, les pratiques, les artéfacts, dérivés et sélectionnés par l'histoire » (Kroeber & Kuckholm, cités par Licata & Heine, 2012). Le concept dépasse donc les représentations, qui n'en sont qu'un élément. Il implique des pratiques, des institutions, des objets… Nous verrons dans ce chapitre comment la psychologie sociale permet d'appréhender ce concept, la transmission culturelle, les comparaisons entre cultures, la mémoire collective, les relations

interculturelles et d’autres choses encore.

C’est dans la ville sainte de Vrindavan, dans le nord de l’Inde, que se rendent de nombreuses femmes, divorcées (ou veuves). Abandonnées par leur famille, car elles n’ont plus guère de valeur sur le « marché » du mariage et représentent un fardeau. Elles espèrent trouver le salut dans la ville sainte. Aux États-Unis, un magazine[1] relate de manière bien différente le récit de la première nuit de différentes femmes le jour de leur divorce. Certaines ont eu des relations sexuelles débridées, d’autres ont fait la fête jusqu’à l’aube, d’autres encore sont retournées au travail.

Voilà un exemple parmi d’autres de la façon dont une expérience qui peut sembler similaire (le divorce) revêt un sens bien distinct et des conséquences quasiment opposées selon le contexte culturel dans lequel on se situe. La palette de réactions répond en partie à des circonstances sociales et économiques d’une tout autre nature (les femmes américaines ont souvent bien plus de ressources matérielles pour faire face à un divorce). Mais on ne peut manquer d’y voir une conception différente du rapport à soi et aux autres : les femmes se rendant à Vindravan justifient le long voyage par leur aspiration à être « libérées de leurs souffrances par le Seigneur » (Sahariah, 2017). Il s’agit en quelque sorte d’un oubli de soi. En revanche, les femmes américaines divorcées décrites dans cet article cherchent le plaisir immédiat ou l’émancipation du soi. Le mariage leur apparaissait comme une forme de corset ne leur permettant pas pleinement de se réaliser[3].

L’intérêt de la psychologie sociale pour la culture est double. D’une part, les concepts qu’elle étudie, comme les normes, les stéréotypes, les représentations sociales, peuvent souvent être qualifiés de culturels — ils correspondent souvent à des modèles socialement partagés de ce qu’il est bon de faire (pour les normes), des caractéristiques d’un groupe (pour les stéréotypes), de la nature d’un objet social (pour les représentations sociales), etc. Remarquons que dans cette conception, la culture n’est pas nécessairement associée à un groupe ethnique ou un autre. On peut envisager par exemple que des professions ou d’autres groupes sociaux développent une « culture » qui est leur est propre.

À un premier niveau, la psychologie sociale s’est donc penchée sur la genèse de ces modèles d’une part et sur leur influence sur l’individu d’autre

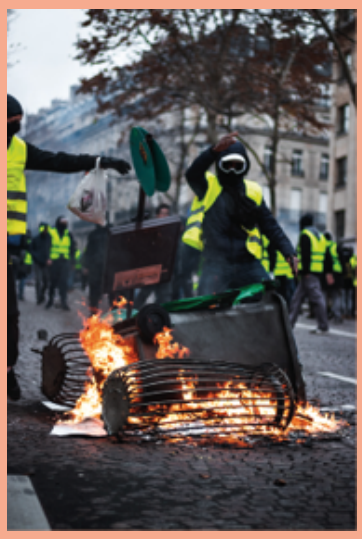
part. Ces questions sont largement abordées dans d'autres chapitres (notamment le ***chapitre 6***, entièrement consacré à la formation des normes). Nous nous focalisons ici plus directement sur des travaux s'étant intéressés spécifiquement à la transmission culturelle. Ces modèles recouvrent notamment l'ensemble de croyances et de connaissances partagées qui nous permettent d'appréhender le monde qui nous entoure — ce qu'on appelle souvent le « sens commun ». L'approche des représentations sociales s'attache précisément à aborder ce sens commun.

Dans un deuxième registre, les psychologues sociaux·ales se sont interrogé·e·s sur la généralité des conclusions de leurs travaux à d'autres contextes culturels. En effet, la grande majorité des recherches en psychologie sociale ont été menées en Occident, et souvent avec des populations éduquées, d'origine européenne, nanties, vivant dans des systèmes démocratiques et dans des économies industrielles. Henrich, Heine et Norenzayan (2010) qualifient ces populations de WEIRD (« White, Educated, Industrialized, Rich et Democratic »). On peut dès lors se poser la question de la pertinence des résultats accumulés dans d'autres contextes. Des comparaisons interculturelles ont été menées pour répondre à cette interrogation. Outre leur intérêt en termes de généralisation des résultats, ces comparaisons permettent souvent d'enrichir les modèles explicatifs des phénomènes considérés. Dans cette perspective, la culture est souvent conçue comme une variable *modératrice* des phénomènes mis en évidence par les psychologues sociaux·ales.

Enfin, une troisième approche étudie la question des contacts interculturels. Dans cette lignée de travaux, il s'agit de voir quelles stratégies les individus socialisés au sein d'un groupe culturel mettent en œuvre lorsqu'ils sont amenés à vivre au sein d'une culture différente (« d'accueil »)? Comment ces stratégies sont-elles perçues ? Comment se développent les identités respectives ?

1. Les représentations sociales

Lorsque le mouvement des gilets jaunes a émergé, en 2018, il a surpris de nombreux·ses observateur·rice·s. Une réaction très fréquente face à l'éclosion de ces revendications aura consisté à raccrocher ce mouvement à des catégories existantes telles que des mouvements d'extrême gauche ou d'extrême droite déjà connus.



Dans les sociétés post-industrielles, les changements sociaux, économiques, environnementaux, technologiques, sont nombreux. Mais la compréhension et l'interprétation de ces changements ne sont guère aisées. Par exemple, comment interpréter le réchauffement climatique ? Les individus souhaitent comprendre ces évolutions et ces bouleversements, en ce compris le discours scientifique qui s'y rapporte. Pour ce faire, ils disposent d'informations éparses, notamment celles provenant de différents groupes. Une activité cognitive considérable va se mettre en place pour appréhender le nouveau phénomène.

Selon Serge Moscovici (1961), les informations vont être mises en commun (souvent par l'entremise de médias) et, à travers ce travail collectif d'interprétation, donner lieu à l'émergence de conceptions majoritaires sous forme de représentations partagées qu'il qualifie de « représentations sociales ». La fonction de telles représentations sociales est d'apprivoiser ce qui nous est inconnu, en le rendant familier. En développant la notion de représentations sociales, Moscovici s'inscrit dans la lignée du sociologue Émile Durkheim, qui opposait les représentations collectives, partagées par toute une société et très stables, et les représentations individuelles. Chez des Français·es, on peut imaginer que la représentation de la Tour Eiffel soit relativement consensuelle alors que la représentation que possède l'acteur Omar Sy de sa grand-mère maternelle est de nature individuelle. Entre ces

deux pôles se situent les représentations sociales, qui bien que partagées, n'en sont pas moins l'objet de débats — elles sont polémiques. Par exemple, la représentation de la crise économique mondiale de 2008 peut être interprétée par certains groupes comme résultant de l'incurie de certains pays alors que d'autres y verront un complot fomenté par l'élite financière mondiale, ou par certains pays riches (cf. Mari et al., 2017).

Les représentations sociales se situent donc à un niveau intermédiaire entre les représentations individuelles et collectives. Moscovici insiste sur le fait que les représentations sociales dépendent de l'existence de modes de pensée distincts. D'une part, on sait que le savoir scientifique repose sur un mode de pensée qui se veut logique et objectif. On peut y opposer une pensée plus symbolique, qui tolère la violation de règles logiques élémentaires. Par exemple, dans une expérience de Rozin et collègues (Rozin, Markwith, & Ross, 1990), des étudiant·e·s universitaires, dont le niveau d'instruction est élevé, refusaient de consommer de l'eau provenant d'une bouteille dans laquelle on avait trempé une mouche en plastique pourtant totalement propre et stérile. C'est comme si la symbolique de la mouche (la mort, la saleté ?) pouvait être transmise à l'eau et à celui qui la consommait. Selon Moscovici, ces modes de pensée radicalement différents peuvent coexister chez les mêmes individus. C'est ce qu'il qualifie de *polyphasie cognitive*. Cela explique que les représentations sociales sont souvent associées à des modes de pensée qui peuvent sembler dénués de logique et de rationalité.

1.1. Ancrage et objectivation

Pour appréhender un phénomène inconnu, on tend souvent à le raccrocher à des éléments connus (comme l'illustre très opportunément l'exemple des gilets jaunes vu plus haut). Par exemple, lorsqu'une attaque impliquant une personne de confession musulmane a lieu, on peut être tenté d'y voir automatiquement une action à caractère djihadiste. Inversement, d'autres, aux inclinations complotistes, y



▶ Serge Moscovici (1925-2014), auteur de la théorie des représentations sociales

verront une manipulation de l'État visant à détourner l'attention de l'opinion publique en vue de mettre en œuvre des mesures favorisant (par exemple) les plus fortunés ou l'accroissement des dépenses militaires. Dans un autre contexte, la psychanalyse était parfois présentée comme relevant d'un rite de confession, une pratique alors familière (Moscovici, 1961), ou le SIDA comme une punition divine contre les homosexuels (Markova & Wilkie, 1987). Moscovici qualifie d'ancrage ce phénomène de pensée par lequel l'interprétation de phénomènes nouveaux s'opère en l'enracinant dans des modes de pensée existants.

Une autre façon d'appréhender un phénomène inconnu, surtout lorsqu'il s'agit d'une réalité relativement abstraite, consiste à le représenter sous une forme matérielle, concrète. C'est ce que Moscovici qualifie d'*objectivation*. Par exemple, on peut décrire l'immigration, un phénomène extrêmement complexe (impliquant par exemple des regroupements familiaux) comme un « raz-de-marée », ou comme un « flux ». Ce type de métaphore permet de mieux cerner le phénomène, mais également d'agir sur lui : si l'immigration est un « raz-de-marée », il importe de la « canaliser », ou de « construire des digues ».

Prenons un autre exemple : la conception, un processus biologique dont nous avons souvent une compréhension assez vague. Une façon d'appréhender ce phénomène consiste à envisager la rencontre entre ovule et spermatozoïde comme s'apparentant à celle entre un homme et une femme. L'objectivation prend ici la forme d'une métaphore. Ce phénomène de la rencontre du couple est bien connu et présente une proximité évidente avec le phénomène à expliquer, contrairement à d'autres métaphores (par exemple celle d'un aimant). Pour mettre en évidence l'existence d'une telle représentation, on peut examiner quelles qualités les individus attribuent aux gamètes. C'est précisément ce qu'ont observé Wagner, Elejabarrieta et Lahnsteiner (1995). Dans une étude menée auprès d'une centaine de personnes, ils constataient en effet que les spermatozoïdes étaient perçus comme plus « actifs », « forts » et « dominants » que les ovules. En d'autres termes, des stéréotypes de genre étaient appliqués. Ceci était d'autant plus marqué chez les personnes ayant des attitudes politiques conservatrices, et donc davantage attachées à des rôles de genre bien distincts.

1.2. L’approche structurale des représentations sociales



▶ Wall Street lors de la crise financière de 2008 (© Stan Wiechers)

Alors que les premiers travaux de Moscovici se penchaient sur des représentations nouvelles, émergentes, des travaux ultérieurs ont élargi la théorie à des représentations plus stabilisées. À cet égard, selon la « théorie du noyau central » (Abric, 2001), les représentations sociales se structurent autour d’une série d’« éléments centraux » qui font l’objet d’un consensus et assurent la stabilité de la représentation. Les variations individuelles se manifesteraient sur les autres éléments, qualifiés de « périphériques ». Les éléments périphériques varieraient également en fonction de facteurs contextuels. Ils serviraient par exemple de « pare-chocs » permettant de préserver le noyau central (Rateau & Lo Monaco, 2013). Par exemple, Lemoine et al. (2016) ont étudié la représentation sociale de la crise économique de 2008 chez des Français·es en leur demandant d’évoquer les termes qui leur viennent à l’esprit en pensant au concept de « crise économique » (associations libres). Ils constatent que, chez les participant·e·s les plus vulnérables sur le plan économique, le terme le plus fréquemment associé à la crise, et souvent placé en tout début de liste, est celui de « chômage » (noyau central) alors que la périphérie (mots moins fréquents ou en queue de liste) comporte des termes tels que « pauvreté », « argent »… Chez les moins vulnérables, le terme « argent » fait partie du noyau central. Une analyse plus approfondie montre que chez ces dernier·ère·s, la périphérie comprend de nombreux termes liés aux *causes* de la crise (« finances », « dettes ») alors que les plus vulnérables mettent davantage en exergue des termes liés aux *conséquences* de la crise (« pauvreté », « morosité »…). Selon Lemoine et ses collègues (2016), les moins précarisé·e·s parviendraient à se représenter la crise de façon plus globale alors que celles et ceux qui sont les plus directement touché·e·s offriraient des réponses plus intuitives et émotionnelles.

1.3. L’approche des principes organisateurs

Selon une approche alternative, qu'on qualifie parfois d'École de Genève (en raison de sa figure tutélaire, Willem Doise, professeur à l'Université de Genève), les représentations sociales sont moins caractérisées par un « noyau » d'éléments communs que par des *dimensions*, qui organisent la perception de l'objet. Ces dimensions correspondent à des « principes » : les individus s'accordent sur ces dimensions, mais peuvent se positionner différemment sur ces axes. Par exemple, Lavallée et al. (2004), ont étudié les représentations sociales de l'alimentation en demandant à près de 300 personnes de citer trois mots associés au verbe « manger ». Les auteurs ont ensuite construit un tableau permettant d'examiner les mots qui tendaient à être exprimés « ensemble ». Comme le montre la figure 5.1, ce tableau peut être ensuite synthétisé sous forme d'un graphique sur deux dimensions grâce à une méthode d'analyse statistique[4]. On peut alors examiner les deux axes séparément : sur le premier on voit une opposition entre les mots « plaisir », « fraîcheur », « détente », « vaisselle », « goût » (qui évoquent une vision plutôt hédoniste) et les mots « croissance », « produits laitiers », et « viande » qui évoquent une vision plutôt nutritionnelle.

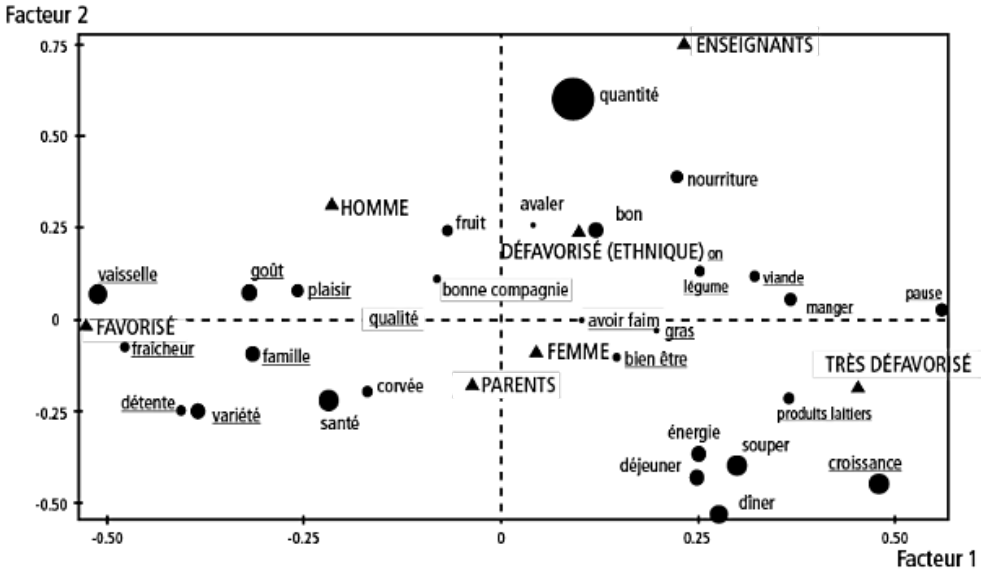


Figure 5.1. Analyse de correspondance simple sur le mot « manger » à partir des associations
émises par les parents et les enseignants (d'après Lavallée et al., 2004).

Sur le second axe, on constate une opposition entre des mots comme « nourriture », « avaler », « quantité » qui font référence à une vision quantitative. Elle est opposée à des mots comme « dîner », « déjeuner », «

souper », « énergie », qui relèvent d'une approche beaucoup plus fonctionnelle.

On voit que différentes catégories de répondant·e·s ne se positionnent pas de la même façon sur ces deux axes (plaisir vs. nutrition d'une part, vision quantitative vs. fonctionnelle d'autre part). Le public le plus défavorisé se situe davantage sur le pôle nutritionnel alors que le public favorisé favorise une approche plus hédoniste. On voit aussi que les enseignant·e·s semblent favoriser une approche en termes de quantité et, moins clairement, nutritionnelle. Selon l'approche genevoise, les individus prennent position sur ces axes de façon différente en fonction de leur insertion sociale, et plus particulièrement de leur appartenance à certains groupes.

1.4. Diffusion des représentations sociales

Selon Moscovici, la façon dont opère la « pensée sociale » est régulée par ce qu'il appelle un « méta-système communicationnel ». Ce dernier opère selon des normes sociales qui feront que certains types de croyances et de pensées seront acceptables ou non selon les normes qui sont applicables. Par exemple, dans le cadre d'un conflit armé, un mode de pensée qui favorise le consensus au sein de l'endogroupe et la diabolisation de l'exogroupe pourra être privilégié par rapport à une connaissance inspirée d'une observation objective de faits empiriques.

Le méta-système dépend fortement de l'ancrage socio-culturel des individus, mais aussi des technologies disponibles. Dans son travail sur la psychanalyse, il distinguait trois modes de communication médiatique :

- La *diffusion* : Utilisée par la presse d'information, elle permet à chacun de se former une opinion en transmettant des informations au plus grand nombre.
- La *propagation* : Elle consiste à indiquer à un groupe spécifique (par exemple les Catholiques) comment assimiler des informations qui ne cadrent pas nécessairement avec son système de pensée, ses croyances, ses valeurs. Elle suppose un rapport d'autorité entre la source et l'audience.

- La *propagande* : Elle vise également un groupe précis, mais, cette fois, il s'agit clairement de prescrire des comportements visant à préserver ses intérêts, en stigmatisant des exogroupes concurrents.

Avec l'émergence d'Internet et des téléphones portables, d'autres modes de diffusion ont émergé. Buschini et Lorenzi-Cioldi (2013) proposent ainsi que la « rumeur médiatique » qui se propage à des communautés virtuelles pourrait jouer un tel rôle.

2. La transmission culturelle

Comment les idées et interprétations des individus se transmettent au sein des groupes pour ensuite former un ensemble de croyances et connaissances partagées ? L'une des premières personnes à s'être penchée sur cette question est le psychologue anglais Frederic Bartlett (1866-1969). Dans des expériences devenues célèbres, Bartlett présentait à ses sujets — anglais — une légende amérindienne « La Guerre des Fantômes ». Il leur demandait ensuite de la rappeler. Bartlett constatait que de nombreux éléments étaient oubliés et ce surtout lorsque le délai entre la présentation du récit et le rappel était important. De façon remarquable, Bartlett constatait que les éléments les plus aisément oubliés étaient ceux qui ne se conformaient pas aux « schémas » de l'auditeur·rice. En lien avec ce que nous avons déjà évoqué dans les chapitres précédents, on entend par schémas des structures mentales préexistantes qui organisent l'information. Par exemple, nous avons un schéma d'une salle à manger, qui comprend une table et des chaises. En l'occurrence, les sujets de Bartlett omettaient les noms amérindiens peu familiers, transformaient « canoé » en « bateau » ou « pagayer » en « ramer » (ce qui pour les participant·e·s, des étudiant·e·s anglais·es alors souvent amateur·trice·s d'aviron, correspondait à un schéma bien établi !). Quel rapport avec la culture ? Bartlett ne s'est pas intéressé uniquement à la mémoire individuelle, mais à sa transmission. Pour ce faire, il a recouru à un paradigme expérimental qui s'apparente au téléphone arabe bien connu, le paradigme de reproduction sérielle. Un premier participant lit un texte inconnu (comme « La Guerre des Fantômes »).

Après un délai (souvent de 20 à 30’), le participant raconte le récit à un second participant, qui le raconte à un·e troisième. Bartlett poursuivait parfois jusqu’à 12 ou 13 reproductions. Une approche analogue a été utilisée pour la reproduction d’images. Que constate-t-il ? De nombreux éléments disparaissent lors des premières reproductions et le matériel se transforme donc rapidement, de nouveaux éléments apparaissant. Toutefois, comme pour la mémoire individuelle, ces changements ne sont pas aléatoires. Le matériel tend souvent à se cristalliser petit à petit pour prendre une forme stable. Par exemple, une représentation schématique d’un animal inconnu prend à un moment la forme d’un chat noir et se stabilise (voir figure 5.2).

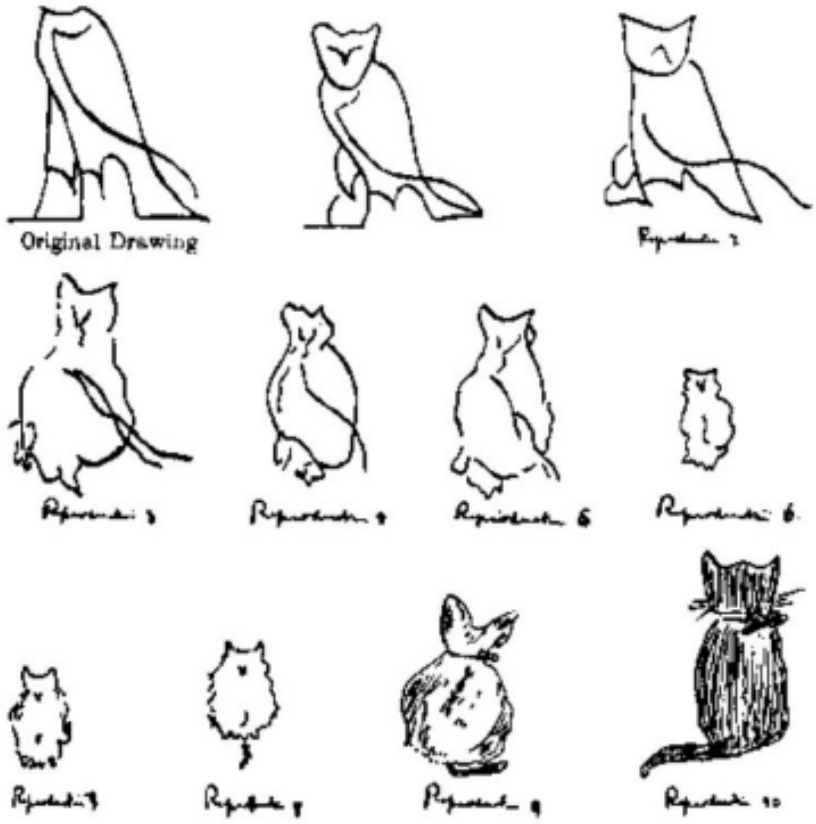


Figure 5.2. Stimuli utilisés par Bartlett.

L’élément extérieur acquiert donc une forme stable dans le groupe. Bartlett, qualifie ce processus de conventionnalisation. Ce processus peut se produire par assimilation à des schémas existants au sein du groupe (qui s’apparente à l’ancrage), mais également par simplification ou, plus

rarement, par un véritable processus de transformation culturelle. Le paradigme de reproduction sérielle sera ultérieurement utilisé par Allport et Postman dans l'étude de la transmission des rumeurs. Ces auteurs mettent en évidence un phénomène similaire à celui de Bartlett. Dans une de leurs expériences, les plus célèbres, le premier sujet examine la scène ci-contre (Allport & Postman, 1947). On y voit un homme blanc tenant un rasoir face à un homme noir dans un métro. Alors qu'il visualise la scène, il la raconte à un second sujet (qui lui ne la voit pas). Ce dernier la raconte à un troisième et ainsi de suite jusqu'à 6 ou 7 sujets.



Image utilisée par Allport et Postman (1947). Un homme noir bien habillé fait face à un homme blanc tenant un rasoir dans sa main gauche.

Allport et Postman constatent que dans la moitié des séries où cette image a été utilisée, l'homme noir en venait à être décrit comme tenant le rasoir. On voit donc ici une assimilation aux stéréotypes sociaux suggérant que les Noirs sont agressifs. Un phénomène similaire se produit dans une expérience de Bangerter (2000). Ce dernier étudie la transmission d'un texte scientifique décrivant la conception. Parmi d'autres résultats intéressants, on constate qu'à mesure que l'information avance dans la chaîne, les spermatozoïdes occupent de façon croissante la position grammaticale de sujet et étaient de plus en plus décrits comme « voyageant ». En d'autres termes, comme dans l'étude de Wagner et al. (1995), la description se conformait graduellement à des stéréotypes de genre assimilant les gamètes au sexe de leurs propriétaires.



Si ces études sont intéressantes, elles ne nous renseignent pas directement sur les raisons qui conduisent les individus à transmettre des informations au sein des groupes. Pourquoi diffuse-t-on des rumeurs ? Des légendes urbaines ? Des nouvelles ? Comme nous l'avons vu, la théorie des représentations sociales suggère que l'élaboration de représentations sociales répond à une motivation consistant à apaiser

l'anxiété d'une communauté face à des faits inconnus et potentiellement menaçants (le SIDA, la psychanalyse et sa dimension sexuelle…). Une étude de Bangerter et Heath (2004) s'est intéressée ainsi à la transmission d'une « légende scientifique » : l'« Effet Mozart ». Celle-ci correspond à l'idée que faire écouter de la musique classique augmenterait l'intelligence. La diffusion de cette légende par les médias a poussé certains à recommander que l'on fasse écouter de la musique classique aux mères pendant la grossesse afin d'augmenter l'intelligence de leur bébé. Alors que l'étude scientifique sur le sujet — qui a donné le nom au phénomène — avait été menée avec des étudiant·e·s universitaires, on constate que les médias l'associent de plus en plus aux bébés et aux enfants. Pour Bangerter et Heath, la transmission de cette représentation sociale répond à une inquiétude par rapport à l'éducation des enfants. Comme si la musique classique permettait de pallier les faiblesses d'un système éducatif défaillant. À l'appui de cette hypothèse, ils ont examiné le niveau d'intérêt manifesté par les médias au sein de 34 États américains pour l'effet Mozart en fonction de différents indicateurs d'une telle angoisse : le faible salaire des professeur·e·s au sein de cet État, les scores moyens faibles de ces enfants à des tests nationaux, et le faible financement par élève. Bangerter et Heath (2004) constatent que ces variables prédisent bien l'intérêt des médias pour l'effet Mozart au sein des différents États.

Plus généralement, un des facteurs qui semble jouer un rôle déterminant dans la transmission des rumeurs est la *sélection émotionnelle.* Selon cette explication, les individus privilégient de communiquer des informations susceptibles de susciter des émotions chez l'audience. Cela permettrait notamment de créer ou de renforcer des liens sociaux avec l'audience (voir aussi ***chapitre 10*** et le partage social des émotions). À l'appui de cette idée, Heath, Bell et Sternberg (2001) ont examiné différentes légendes urbaines susceptibles de déclencher du dégoût (par exemple, le fait de trouver un rat dans une cannette de soda). Ils ont demandé à leurs participant·e·s d'estimer la probabilité qu'il·elle·s racontent cette histoire à autrui. Comme prévu, les histoires évaluées comme les plus « dégoûtantes » étaient les plus susceptibles d'être racontées. D'autres émotions, telles que l'intérêt et la surprise, jouaient également un rôle important. Dans une seconde étude, les auteurs ont manipulé le contenu des histoires expérimentalement de telle

façon que chaque histoire pouvait avoir une version « peu », « moyennement » et « très dégoûtante ». Les participant·e·s lisaient une seule version de chaque histoire. On constate, là également, que le niveau de dégoût suscité par les histoires prédit la probabilité qu'elle soit racontée à autrui. Il n'est donc pas nécessaire que les émotions éveillées soient positives pour qu'on ait envie de raconter une histoire à autrui ! Comme chacun sait, un récit bien « gore » peut faire l'affaire pour se rapprocher d'autrui ! Comme l'ont montré Peters, Kashima et Clark (2009), la transmission des « ragots » remplit en grande partie la même fonction. Ces auteurs montrent que, même si l'on tend à privilégier des ragots à fort contenu émotionnel, certaines émotions sont privilégiées en fonction du niveau d'intimité avec l'audience : on ne raconte pas la même histoire à un ami qu'à une personne inconnue. Ceci met en lumière le rôle de mécanisme de sélection émotionnelle dans le tissage des relations sociales. Comme si les émotions particulières associées aux informations que nous transmettons permettaient de façonner au mieux notre réseau social.

3. Comparer les cultures

Nous avons examiné certains mécanismes impliqués dans la transmission culturelle. Dans cette section, nous allons nous intéresser à une autre question : peut-on mettre en évidence des différences d'ordre psychologique entre les individus selon la culture dont ils sont issus ? Si oui, lesquelles et comment établit-on de telles différences ?

3.1. Individualisme et collectivisme

En quoi les cultures peuvent-elles moduler des phénomènes psychosociaux ? De nombreux travaux se sont penchés sur ces questions. La plupart des recherches dans ce domaine comparent des cultures occidentales à des cultures extrême-orientales. Parmi les *dimensions* qui opposent le plus clairement ces deux types de culture, une de celles qui a été les plus étudiées est l'opposition entre individualisme et collectivisme. Cette opposition se fonde sur les travaux de Hofstede (2011) qui, à la fin des

années 1970, a eu l'occasion d'accéder aux résultats d'une vaste enquête interne menée sur près de 100 000 employé·e·s d'IBM à travers le monde. Cette enquête portait sur les habitudes de travail des répondant·e·s et leurs interactions avec leurs collègues. Ceci lui permettait de bénéficier d'échantillons relativement comparables d'un contexte culturel à l'autre. Que constate Hosftede ? Ses travaux soulignent l'existence de plusieurs dimensions permettant d'opposer les valeurs des employé·e·s selon leur origine. Dans certaines cultures, dites « individualistes », les liens entre les personnes seraient lâches. Chacun·e serait supposé·e être en mesure de se prendre en main - d'être autonome et pourrait voir ses relations sociales se modifier au gré des circonstances. Dans ce type de culture, tout le monde est encouragé à s'exprimer, même si cela peut susciter des tensions. En revanche, dans les sociétés collectivistes, les individus seraient attachés à leur groupe d'appartenance et pourraient à cet égard compter sur une solidarité importante (tout en étant censés faire preuve de loyauté). Dans ce type de culture, le maintien d'une harmonie au sein du groupe est primordial.

Triandis (2018) a remis en cause l'opposition entre individualisme et collectivisme en arguant que loin d'être les deux pôles opposés d'une même dimension, elles reflèteraient deux dimensions indépendantes (voir tableau 5.1). En d'autres termes, une culture pourrait se caractériser par un fort niveau *d'individualisme et de collectivisme* ou, en revanche, être faible sur ces deux aspects. Rien n'empêche, à ses yeux, de valoriser les relations sociales tout en se montrant autonome et préoccupé par son individualité. Pour Triandis, il importe aussi de signaler que différentes formes d'individualisme ou de collectivisme peuvent exister d'un contexte à l'autre. L'individualisme américain n'est par exemple pas de la même nature que l'individualisme suédois. À cet égard, Triandis et Gelfand (1998) soulignent l'importance des conceptions de la hiérarchie entre les individus d'une culture à l'autre. L'individualisme horizontal se caractérise par des relations égalitaires entre les individus : si les gens aspirent à se différencier de la collectivité, ils ne recherchent pas particulièrement à acquérir un statut supérieur aux autres, contrairement à des cultures caractérisées par un individualisme vertical (comme la culture dominante aux USA). Inversement, les cultures collectivistes horizontales (pensons à un kibbutz)

mettent en exergue les objectifs communs du groupe sans qu'il y ait une hiérarchie marquée au sein du groupe alors que dans une culture collectiviste verticale, la dimension hiérarchique, autoritaire, est présente. En ce sens, l'individualisme s'oppose à une forme particulière de collectivisme, un collectivisme autoritaire qui contraint fortement les possibilités de l'individu de s'exprimer (pensons à la Corée du Nord de Kim Jong-Un ou à l'Italie fasciste), mais qui peut également se manifester de façon beaucoup plus bénigne, par exemple à travers l'influence du (et parfois de la) « chef·fe de famille ». Ainsi, au Brésil, il est de coutume, lorsqu'une famille va au restaurant, que le père de famille fasse l'ensemble de la commande.

Tableau 5.1. Exemples d'items reflétant chaque type d'individualisme vs. collectivisme

	Individualisme	**Collectivisme**
Horizontal	« Je préfère dépendre de moi que des autres »	« Si un collègue de travail recevait un prix, je serais fier »
Vertical	« Il est important que je fasse mon travail mieux que les autres »	« Il est important pour moi de respecter les décisions prises par mon groupe »

Psycho sociale en questions

Définitions de l'individualisme et du collectivisme selon Triandis (2018)

Le collectivisme peut être défini comme un modèle social impliquant des individus étroitement liés qui se considèrent comme faisant partie d'un ou de plusieurs collectifs (famille, collègues, tribu, nation), qui sont principalement motivés par les normes et les devoirs imposés par ces collectifs, qui sont prêts à donner la priorité aux objectifs de ces collectifs sur leurs propres objectifs personnels et qui soulignent leur appartenance aux membres de ces collectifs.

L'individualisme est un modèle social impliquant des individus vaguement liés qui se considèrent comme indépendants des collectifs ; qui sont principalement motivés par leurs propres préférences, besoins, droits et contrats avec les autres ; qui donnent la priorité à leurs objectifs personnels sur ceux des autres ; et qui privilégient l'analyse rationnelle.

3.2. Souplesse et rigidité des normes sociales



La densité de population pousse-t-elle à développer des normes plus strictes ? (© Chloe Evans)

Dans certaines cultures, les normes sociales sont très strictes et le fait d'en dévier est susceptible d'être sévèrement sanctionné. Dans d'autres, les normes sont beaucoup plus lâches et le risque d'être puni·e est relativement faible. Pensons par exemple aux conséquences d'un menu larcin ou d'un adultère. Dans certaines cultures, ces délits peuvent entraîner de lourdes peines de prison alors que dans d'autres, ils entraînent une sanction beaucoup plus légère voire aucune sanction. Gelfand et al. (2011) distinguent les cultures « strictes » et les cultures « lâches ». Selon ces auteur·es, certains facteurs démographiques, tels que la densité de population, économiques (le fait de recourir à une économie agricole impliquant une coordination importante), écologiques (rareté des ressources, catastrophes naturelles) ou de santé publique (épidémies par exemple) sont susceptibles d'entraîner des adaptations culturelles menant à une plus grande rigidité dans les normes sociales. Pour qu'un groupe culturel puisse faire face à des défis de ce type, il est souvent nécessaire de mettre en place des normes sociales très fortes afin d'assurer une coordination de ses membres. Gelfand et ses collaborateurs ont mené une vaste étude impliquant plus de 6000 personnes dans 33 pays en demandant à leurs participant·e·s (pour la plupart des étudiant·e·s) d'évaluer le degré de souplesse des normes dans leurs pays.

Conformément aux hypothèses, les auteur·e·s constatent que les pays les plus « stricts » ont dû faire face à plus de famines, de guerres, de

catastrophes naturelles (telles que des cyclones, des inondations…), d'épidémies, ont une population plus dense, un taux de mortalité infantile plus élevé que les pays « souples ». Les adaptations culturelles correspondant à cette relative souplesse ont souvent des fondements très anciens. Par exemple, dans cette étude, la densité de population au sein d'un pays en 1500 était de manière négative associée à la souplesse au XXIe siècle (en contrôlant les autres variables prédictrices).

3.3. Culture et conception de soi

Dans ses « Essais », le philosophe Michel de Montaigne (1533-1592) évoque notamment ses préférences en matière de nourriture et de vin. Il exprime par là qu'en tant qu'individu, il est susceptible d'avoir des préférences personnelles. Au Vatican, des théologiens mettront ses livres à l'index lui reprochant son manque de pudeur : il n'est pas convenant de faire part de ses préférences ou désirs personnels. Ces mêmes théologiens seraient sans doute scandalisés s'ils étaient amenés à observer la société actuelle. Rien de plus banal aujourd'hui que d'affirmer ses coups de cœur pour tel ou tel produit. Cliquer sur « j'aime » est une activité routinière pour plus d'un milliard d'utilisateur·rice·s du réseau social Facebook dans le monde.



Aujourd'hui, en Occident, chacun·e, ou à peu près, s'envisage comme un individu clairement distinct et indépendant des autres, ayant ses propres préférences et désirs, ces aspects expliquant son comportement (souvenez-vous de la norme d'internalité vue au ***chapitre 2***). Cette conception du soi est qualifiée d'indépendante par Markus et Kitayama (1991). Elle oriente notre façon d'appréhender notre environnement, voire de guider notre vie. La jeune diplômée qui cherche un emploi qui correspond à « sa personnalité » ; l'artiste qui souhaite exprimer « ce qu'il est » à travers ses œuvres, l'internaute qui sélectionne une photo de son sourcil gauche, plutôt que de son visage entier, pour exprimer « sa » différence, adhère peu ou prou à cette conception. La société est vue comme clairement distincte de soi, et

même comme une menace. Ne risque-t-elle pas de nous aliéner ? De pervertir « ce que nous sommes réellement ».

Lorsqu'on se déplace dans le temps et l'espace, on constate combien cette conception est historiquement et culturellement située. Ainsi, dans de nombreuses cultures, notamment en Extrême-Orient, l'individu tend à être vu comme profondément lié à la collectivité, et dépendant de celle-ci. Alors qu'en Occident, la norme consiste à se différencier, en Extrême-Orient, se conformer aux préférences du groupe est souvent plus valorisé. Une recherche menée par Kim et Markus (1999) illustre cette norme de façon particulièrement frappante. Pour les remercier d'avoir bien voulu répondre à un questionnaire, celle-ci a offert un stylo à des passagers américains dans un aéroport en leur demandant de choisir celui qui leur plaisait le plus. Parmi les stylos, l'un différait des quatre autres par la couleur. Le choix se portait de façon prédominante sur ce stylo « différent ». À l'inverse, des passager·ère·s d'un aéroport extrême-oriental optaient davantage pour le stylo « majoritaire » (voir figure 5.3 ci-dessous). Des résultats similaires émergent dans une autre condition dans laquelle il y avait deux stylos d'une couleur et trois de l'autre.

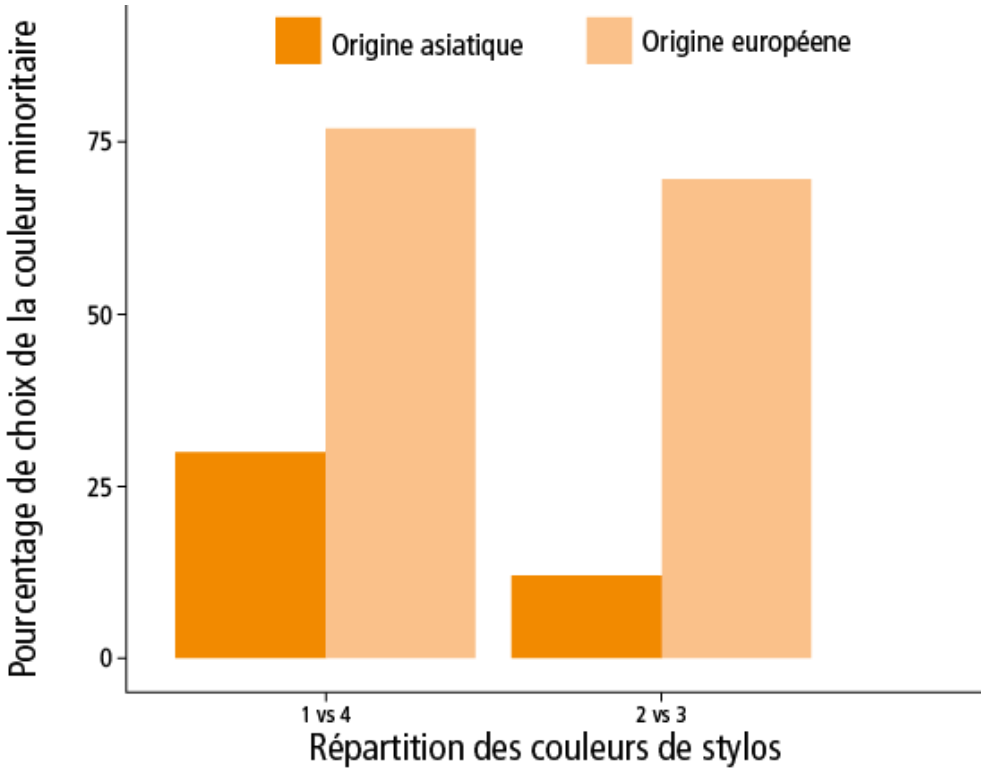


Figure 5.3. Pourcentage de choix de la couleur minoritaire en fonction de la répartition des couleurs et de l'origine des participant·e·s (d'après Kim & Markus, 1999)

Selon Markus et Kitayama (1991), une autre conception du soi sous-tend ces résultats. Il la qualifie de soi interdépendant (cette distinction rejoint bien sûr l'opposition individualisme - collectivisme). Selon cette conception du soi, chacun est intimement lié et dépendant des individus qui l'entourent. Chacun existe en relation aux autres, de telle sorte que c'est en présence d'autrui que l'on révèle sa nature. Cela signifie que d'un contexte à l'autre, on est susceptible de changer et, par conséquent, que certains éléments du soi peuvent se modifier. Dans une société adhérant à cette vision du soi, on est éminemment attentif aux besoins des autres et moins préoccupé·e par son autonomie. Les auteurs illustrent leur approche par l'anecdote suivante : en Occident, lorsqu'un enfant ne termine pas son assiette, ses parents sont susceptibles de lui dire « pense aux petits Éthiopiens qui meurent de faim », soulignant les besoins individuels de chacun. Au Japon, on leur dira « Pense aux fermiers qui ont consacré tant de travail à cultiver ce riz », soulignant l'obligation de chaque membre d'une communauté vis-à-vis des autres.

Des recherches dans le domaine des neurosciences étayent ces différences. Comme nous l'avons déjà évoqué au ***chapitre 3*** avec les travaux de Harris et Fiske (2007), une région du cerveau, le cortex préfrontal médian (CPFM), semble fortement activée lorsque les individus sont amenés à traiter des informations sociales. Il en va de même pour les connaissances liées au soi. Grâce à une méthode d'imagerie cérébrale, la résonance magnétique nucléaire, Zhu et ses collaborateurs (2007) ont examiné l'activité cérébrale dans cette zone lorsqu'on posait des questions aux participant·e·s les concernant ou concernant leur mère. Chez les participant·e·s occidentaux·ales, on constatait une activité moins importante dans le CPFM lorsqu'on les interrogeait sur leur mère alors que pour les participant·e·s chinois·e·s, les niveaux d'activité cérébrale étaient équivalents.

Ceci pourrait également expliquer pourquoi les personnes issues des cultures extrême-orientales (collectivistes) rapportent une estime de soi moindre (en moyenne) que les personnes issues de cultures plus individualistes (Heine & Hamamura, 2007). Selon ces auteurs, cela

s’expliquerait par le fait, que dans ces cultures, la construction du soi passe par l’affirmation des relations sociales dans lesquelles s’insère l’individu. Dans ces cultures collectivistes, contrairement aux cultures individualistes (et particulièrement les plus « verticales » d’entre elles), règnerait une motivation à se distinguer favorablement d’autrui : on veut être plus performant·e, plus riche, plus puissant·e, plus joli·e, plus intelligent·e.

À ce point de vue relativiste, Sedikides, Gaertner et Toguchi (2003) offrent un contrepoint universaliste. Le souhait de se différencier positivement par rapport à autrui serait bien universel mais, selon le contexte culturel, il s’exprimerait de façon différente. Sedikides et collègues constatent ainsi que des étudiant·e·s venant du Japon mettent davantage en exergue des traits et des comportements associés à leurs capacités à bien s’insérer socialement (« agréable », « loyal·e », « respectueux·se »…) que les étudiant·e·s des États-Unis qui se font « mousser » en mettant en valeur leurs qualités sur des traits plus individualistes (par exemple, « indépendant·e », « original·e ») et en signalant des comportements correspondant à ces dimensions (voir figure 5.4). Il y aurait donc une tendance générale à projeter une image positive de soi, mais celle-ci s’exprime différemment selon le type de caractéristique considérée.

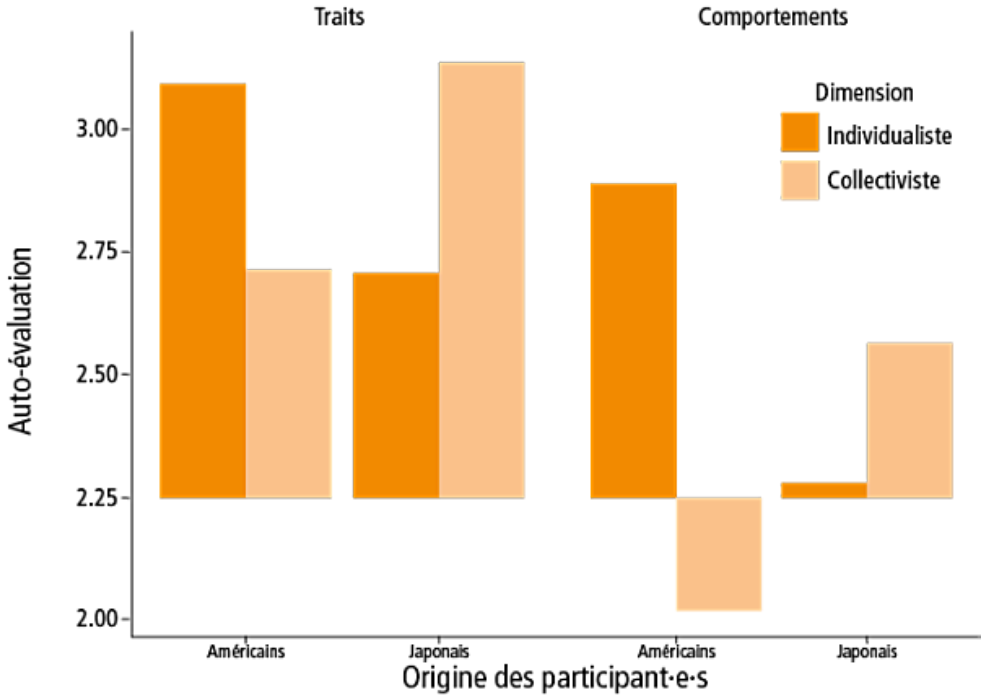


Figure 5.4. Auto-évaluation en fonction de l'origine des participant·e·s et de la dimension individualiste ou collectiviste des traits et des comportements proposés (d'après Sedikides et al., 2003)

3.4. Culture et cognition

Selon Nisbett et Masuda (2003), l'opposition entre l'individualisme — caractéristique des sociétés occidentales — et le collectivisme — caractéristique des sociétés extrême-orientales — correspondrait à des différences dans la façon d'appréhender et de percevoir le monde. Ces deux postures s'enracineraient dans des différences *cognitives*. Plus précisément, les Occidentaux·ales auraient une perception plus analytique consistant à envisager chaque stimulus de façon indépendante des autres. L'individualisme ne serait qu'une manifestation de cette tendance. À l'opposé, les Orientaux·ales seraient beaucoup plus « holistiques » : ils seraient avant tout sensibles à la configuration des stimuli qui les entourent. Métaphoriquement, les un·e·s voient l'arbre, les autres la forêt. La culture nous pousserait donc à avoir un certain point de vue sur le monde. Par exemple, nous avons vu dans le ***chapitre 2*** l'existence d'une norme « d'internalité » consistant à expliquer préférentiellement le comportement d'autrui par des dispositions internes (personnalité, capacités…).

Ceci peut mener à sous-estimer l'influence de facteurs situationnels dans l'explication du comportement d'autrui. Comme nous l'évoquions au ***chapitre 2*** avec l'étude de Morris et Peng (1994), on constate que l'erreur fondamentale d'attribution est moins marquée dans des cultures collectivistes. Profitant de la survenue de deux faits divers similaires aux États-Unis (le meurtre d'un supérieur hiérarchique par un employé se sentant maltraité par ce dernier), ces auteurs ont examiné la couverture de ces deux meurtres, le premier, qui impliquait un meurtrier américain et le second, un meurtrier d'origine chinoise, dans un journal anglophone et un journal sinophone, tous deux basés à New York. Les chercheurs constatent que le quotidien anglophone explique davantage le comportement des meurtriers par des facteurs dispositionnels (par ex., « il était instable mentalement ») que le journal d'expression chinoise, qui met davantage en exergue des facteurs relationnels (« cette tragédie reflète l'absence de religion dans la culture chinoise »). Selon Choi, Norenzayan et Nisbett

(1999), ce phénomène s'expliquerait par l'attention plus marquée pour le contexte dans lequel s'insère le comportement de la part des Extrême-Orientaux·ales.

Cette asymétrie dans l'attention au contexte explique aussi pourquoi les photographes occidentaux·ales tendent à privilégier des portraits centrés sur le visage du modèle alors que les photographes issus d'Extrême-Orient apprécient des plans beaucoup plus larges mettant en scène la personne dans sa situation.



▶ Image extraite de l'article de Nisbett et Masuda (2003). L'image de gauche illustre un portrait typiquement américain alors que l'image de droite illustre un portrait typiquement japonais.

De telles différences pourraient s'expliquer par une tendance plus générale à envisager le comportement de façon « analytique » : comme si l'individu était isolé d'un environnement social qui est susceptible de guider et influencer son comportement. S'il en est ainsi, ce phénomène devrait de loin dépasser la façon dont Occidentaux·ales et Orientaux·ales appréhendent le comportement humain, mais pourrait concerner d'autres stimuli visuels.

Dans une étude illustrant ceci de façon plus contrôlée, Nisbett et Masuda (2003) rapportent avoir présenté des vidéos présentant des objets animés devant un décor fixe à des sujets japonais et américains. Il pouvait par exemple s'agir de poissons évoluant dans un paysage marin. On présentait ultérieurement aux sujets des images de ces mêmes objets en faisant varier le décor (qui, selon les objets, pouvait être identique ou différent de celui qui avait été présenté à l'origine, voir figure 5.5). Les auteurs constatent que le changement de décor n'a guère d'influence sur la capacité des Américain·e·s à se rappeler correctement s'ils avaient déjà vu les objets. En revanche, la performance des Japonais·es était fortement détériorée par cette manipulation. Ce résultat suggère que les Japonais·es seraient plus attentif·ve·s aux relations entre les stimuli ainsi qu'à leurs relations avec l'environnement dans lequel il·elle·s se trouvent. Du coup, une modification de l'environnement altèrerait davantage la reconnaissance des stimuli.



Figure 5.5. Stimuli utilisés par Nisbett et Masuda (2003).

Dans la culture occidentale, la parole est fortement valorisée. La maïeutique (méthode développée par Socrate pour mieux « penser ») implique la discussion entre maître et disciple. On parle de Dieu comme « Le Verbe ». Il n'en est pas ainsi dans les cultures orientales, qui prisent davantage le silence. Lao-tseu, grand penseur chinois, ne dit-il pas « Celui qui sait ne parle pas. Celui qui parle ne sait pas » ? Ces différences ne sont pas sans conséquence sur les pratiques pédagogiques : les enseignant·e·s et les parents occidentaux encouragent souvent les enfants à verbaliser leurs raisonnements, alors que l'inverse semble de mise en Orient. Hee Jung (Kim, 2002) a étudié l'influence de la parole sur le raisonnement en fonction de la culture. Elle a invité ses participant·e·s d'origine asiatique et européenne à effectuer une tâche de résolution de problèmes bien connue (les matrices de Raven). Cette tâche est considérée comme une des mesures les plus « pures » de l'intelligence et donc l'une des moins vulnérables à des biais culturels.



▶ Le silence des étudiant·e·s asiatiques en classe favoriserait-il leur apprentissage ?

L'expérience se déroulait en deux étapes. Dans une première étape, l'ensemble des participant·e·s répondait en silence à 10 items, ce qui permet d'obtenir une ligne de base en matière de performance. Dans une seconde étape, une moitié devait résoudre 10 items supplémentaires en exprimant leur raisonnement à voix haute tandis que l'autre moitié avait pour mission de solutionner les mêmes items tout en récitant l'alphabet. Cet exercice de «

suppression articulatoire » devrait mettre des bâtons dans les roues des Occidentaux·ales vu qu'on monopolise leurs capacités verbales. Et, effectivement, comme on peut le voir dans la figure 5.6, la suppression articulatoire exerce un effet négatif par rapport à la ligne de base pour les Occidentaux·ales alors qu'elle n'a virtuellement aucun impact pour les Orientaux·ales. À l'inverse, raisonner à voix haute met à mal les résultats des Orientaux·ales, mais n'handicape en rien les Occidentaux·ales, bien au contraire.

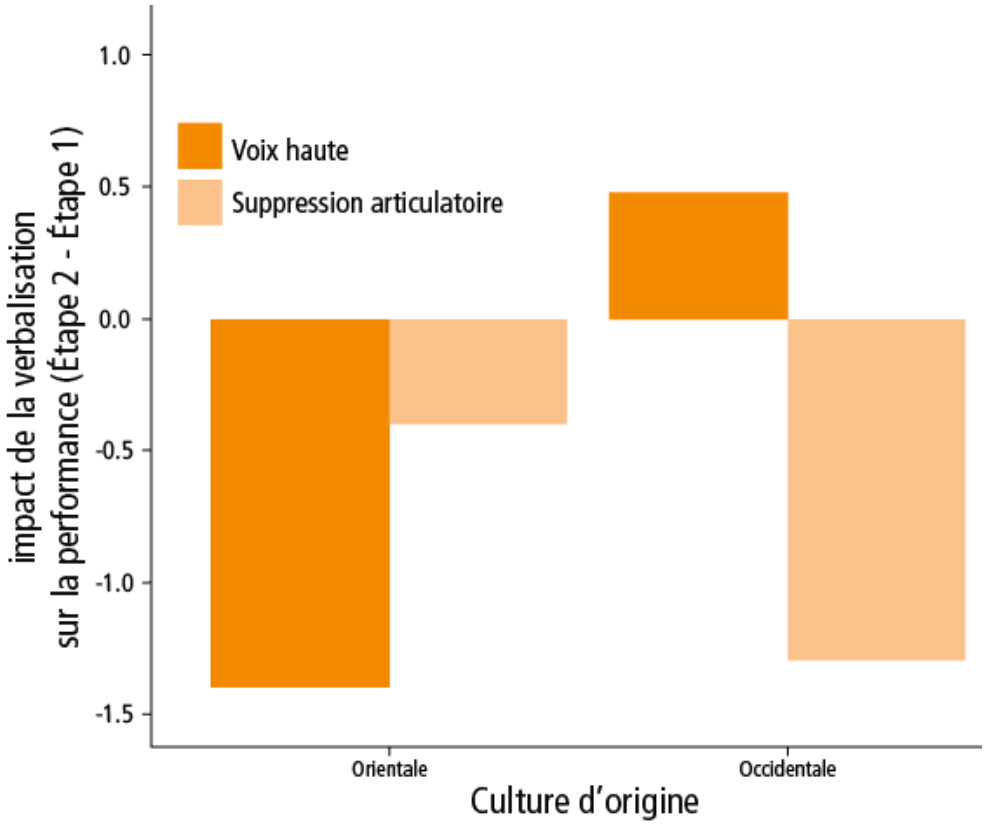


Figure 5.6. Évolution de la performance entre l'étape 1 et l'étape 2 en fonction de la culture d'origine des participant·e·s et du type de verbalisation (d'après Kim, 2002)

3.5. Origines des différences culturelles

Nous avons mis en exergue des différences culturelles, notamment entre les sociétés occidentales et celles d'Extrême-Orient. Mais d'où proviennent de telles disparités ? Répondre à cette question n'est guère aisé, mais Nisbett et Masuda (2003) avancent des racines historiques profondes. Ils comparent par exemple les sociétés grecques antiques, dans lesquelles les citoyen·ne·s étaient davantage indépendant·e·s et avaient des relations sociales moins

complexes que celles de leurs contemporain·e·s chinois·es. La complexité des relations sociales favoriserait une perception « holistique » du monde qui nous entoure. Ces différences entre sociétés occidentales et orientales se manifestent dans l'éducation des enfants : les jeunes Occidentaux·ales étant beaucoup plus incité·e·s à se montrer autonomes et indépendant·e·s que les jeunes Asiatiques, qui passent une beaucoup plus grande partie de leur temps entouré·e·s d'adultes.

De façon plus surprenante, Nisbett et Masuda invoquent également des différences dans l'environnement visuel auxquels sont confronté·e·s les Occidentaux·ales et les Orientaux·ales pourraient en partie expliquer de telles différences. Précisément, un environnement dans lequel les objets sont saillants et bien distincts faciliterait un point de vue plus « analytique ». En revanche, un environnement dans lequel les objets sont nombreux et se recouvrent favoriserait un point de vue plus « holistique ». Pour tester cette hypothèse, Nisbett et ses collègues ont pris des photos d'endroits comparables au Japon et aux États-Unis (vue depuis un bureau de poste, un hôtel, une école…) et constatent en effet que l'environnement « américain » est généralement composé de moins d'objets saillants que l'environnement japonais. Masuda et Nisbett ont présenté des scènes visuelles prenant place soit dans un environnement « américain », soit dans un environnement « japonais » à des personnes des deux pays : deux exemples de ce type de scènes sont présentés sur la figure 5.7. Les auteurs introduisaient des modifications dans ces scènes. Ces changements pouvaient soit concerner les objets à l'avant de la scène, soit au « champ », c'est-à-dire les *relations* entre les objets et des éléments du fond de la scène. Quelle que soit la culture des sujets, ils avaient plus de facilité à détecter les changements relatifs aux objets que des changements relatifs au champ lorsque la scène était de type « américaine », alors qu'ils avaient plus de facilité à détecter des changements relatifs au champ qu'aux objets lorsque la scène était de type « japonaise ».



Figure 5.7. Stimuli utilisés par Nisbett et Masuda (2003).
Scène américaine (à gauche) et scène japonaise (à droite).

Parmi d'autres facteurs susceptibles d'influencer une conception indépendante/analytique vs. interdépendante/holistique, certain·e·s auteur·e·s mettent en cause les différences de division du travail en fonction du type d'agriculture. En Asie, la culture du riz, singulièrement, exige une coopération importante entre tous les membres d'une communauté en raison, notamment, des importants réseaux d'irrigation qu'elle exige. Ce n'est pas le cas de la culture du blé, qui peut être mise en œuvre par des familles nucléaires clairement distinctes. Pour tester cette hypothèse, Talhelm et ses collègues (2014) ont interrogé des Chinois·es provenant de différentes provinces pour lesquelles la part consacrée à la production du riz variait de façon importante. Leurs résultats suggèrent la présence d'une vision du soi comme étant plus indépendant dans les provinces chinoises où la culture du riz était la moins répandue. Par exemple, dans une tâche de dessin, les gens avaient tendance à se représenter comme plus grands par rapport à leurs ami·e·s (ce qui correspond à la tendance moyenne des Européen·ne·s étudié·e·s dans ce type d'étude) alors que ceux qui provenaient de régions où le riz prend une place plus importante préféraient se représenter comme ayant la même taille que les ami·e·s (comme les Japonais·es, en moyenne, dans ce type d'étude).

Le mode d'organisation de la société semble donc influencer le schéma de soi[5]. En Occident, l'urbanisation et l'individualisation qui l'a accompagnée ont sans doute joué un rôle important également. En effet, les sociétés occidentales pré-modernes étaient principalement agricoles et composées de communautés bien spécifiques au sein desquelles les rôles sociaux étaient strictement délimités et les individus peu mobiles géographiquement et

socialement. Dans l'espace urbain, en revanche, les individus sont entourés d'autres qu'ils ne connaissent pas bien et avec lesquels ils ne partagent guère de liens familiaux. Ils sont par ailleurs amenés à changer de lieu et de statut social. Pour s'orienter dans ce monde incertain, et y prospérer, il faut se fixer des objectifs individuels. Les réussites ou les échecs peuvent s'expliquer par les caractéristiques du soi de l'individu.

Selon certain·e·s auteur·e·s, c'est précisément ce passage d'une société rurale à une société urbaine qui explique la prédominance d'un soi indépendant. À l'appui de cette thèse, Greenfield (2013) a recouru à une base de données comprenant un grand nombre d'ouvrages publiés entre 1800 et 2000 aux États-Unis, cette période qui se caractérise par le passage d'une société agricole à une société industrielle voire post-industrielle. Elle compare des couples de mots associés à l'interdépendance et à l'indépendance. Elle constate une diminution du taux d'apparition des mots « interdépendants » (par exemple, « obligé », « donner », « obéissance », « autorité », « appartenir »,…) et une augmentation des mots « indépendants » (par exemple, « choisir », « obtenir », « individu », « soi », « unique », …).

Des analyses plus nuancées tendent toutefois à suggérer qu'il serait très réducteur d'envisager l'ensemble des Occidentaux·ales comme adhérant à une conception du soi indépendant. Ainsi, Cross et Madson (1997) partent du constat que les rôles sociaux attribués aux femmes et aux hommes dans les sociétés occidentales diffèrent de façon marquée. Il revient encore souvent aux femmes de s'occuper des enfants. Elles sont également plus souvent amenées à occuper des rôles ou des professions impliquant le soin d'autrui (pensons à la proportion de femmes exerçant le métier d'infirmières ou de psychologues). Cela amènerait ces dernières à développer un soi plus interdépendant que les hommes, ceux-ci développant des traits plus « agentiques », c'est-à-dire valorisant l'autonomie et l'indépendance (cf. théorie des rôles sociaux, ***chapitre 3***).

3.6. Le risque d'essentialisation

L'étude des différences culturelles peut mener à commettre une série d'erreurs, dont la plus dangereuse est l'essentialisation. Celle-ci consiste à

expliquer les différences de moyennes observées entre des groupes appartenant à des cultures différentes par des caractéristiques profondes et stables des individus concernés. Ce faisant, on oublie évidemment qu'*au sein* des cultures, il existe une variabilité beaucoup plus importante qu'*entre* les cultures. Les courbes qui décrivent (par exemple) le niveau d'individualisme et de collectivisme en Chine et aux États-Unis se recouvrent de façon très importante. Au départ d'une recherche qui met en évidence une différence entre des personnes appartenant à la culture X et d'autres appartenant à la culture Y sur une cette dimension, on ne peut donc guère tirer la conclusion que les membres de la culture X sont tous « individualistes » et les membres de la culture Y sont tous « collectivistes ».

Il est une objection davantage fondamentale à une telle forme d'essentialisation. Il suffit de prendre en compte le fait qu'au sein d'une même culture, des traits supposés caractéristiques de celle-ci peuvent varier de façon notable au gré du contexte dans lequel se trouvent les individus. Ce résultat s'explique par le fait que l'individualisme et le collectivisme sont des *normes sociales* associées à l'appartenance à un groupe. Jetten, Postmes, et McCauliffe (2002) ont examiné cette idée dans le cadre d'une étude menée auprès d'étudiant·e·s australien·ne·s. Ils leur ont demandé de s'imaginer dans le rôle d'employé·e·s au sein d'une entreprise (*Horizon*). Les auteurs faisaient varier de manière expérimentale les valeurs de cette entreprise, soit présentées comme individualistes, soit comme collectivistes. Par exemple, selon le groupe expérimental, on présentait l'une des deux informations suivantes :

- Les « employés se concentrent sur la réussite de leurs objectifs de production *individuels* et l'entreprise considère que maintenir son bien-être *individuel* est la meilleure garantie du succès »
- Les « employés se concentrent sur la réussite des objectifs de production *de leur département* et l'entreprise considère que maintenir le bien-être *collectif* est la meilleure garantie du succès »

Suite à ce « jeu de rôle », les sujets remplissaient une échelle d'identification à l'entreprise et une échelle d'image de soi sur une dimension opposant l'individualisme au collectivisme. On constatait que dans la condition « individualiste », les sujets se décrivaient comme plus

individualistes que dans la condition « collectiviste » et ceci était particulièrement vrai s'ils s'identifient fortement à l'entreprise (voir figure 5.10).

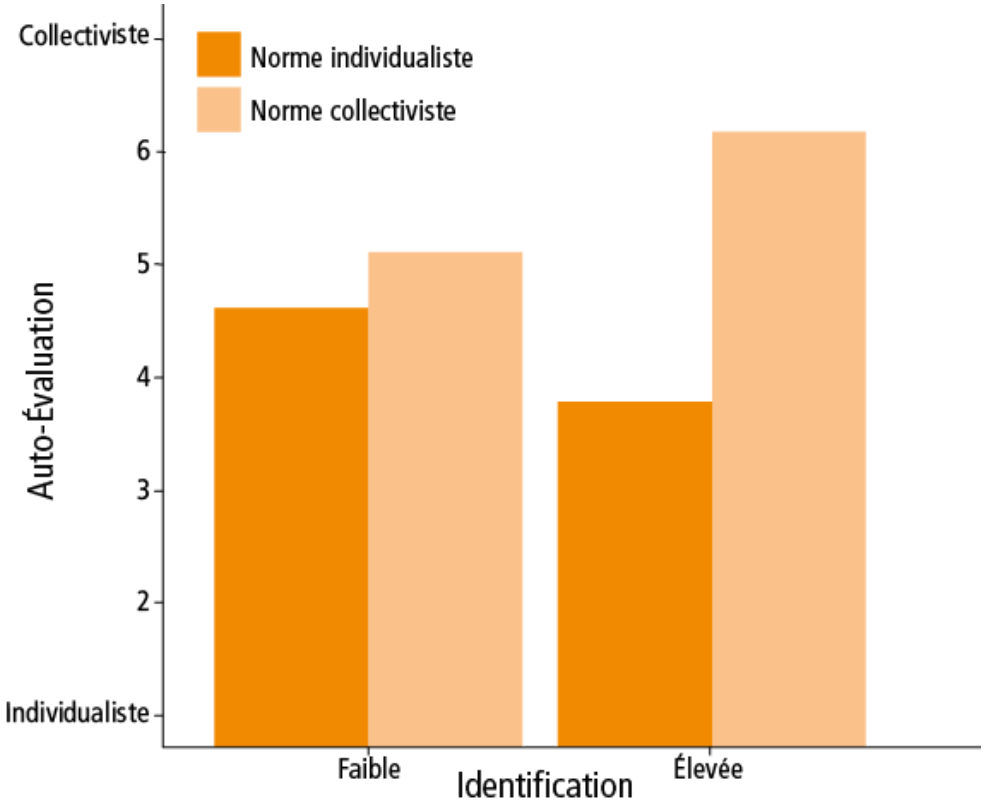


Figure 5.10. Auto-évaluation sur l'échelle d'individualisme et de collectivisme en fonction du degré d'identification des participant·e·s à l'entreprise et des normes (individualiste et collectiviste) de l'entreprise (d'après Jetten et al., 2002, étude 2)

Ce qui est frappant dans cette expérience, c'est que la perception de soi puisse changer en fonction d'une manipulation aussi légère : il suffit de rendre une appartenance fictive saillante pour que le degré auquel les gens se voient comme individualiste ou collectiviste évolue ! Cette forme de conformisme est d'autant plus marquée que les sujets s'identifient à un nouveau groupe (l'entreprise) induit par l'étude. Une telle malléabilité exige de se montrer particulièrement méfiant face à ceux qui voient dans la culture une source de traits psychologiques stables.

Rien ne vient mieux étayer cette fluidité quant aux modes de pensée propres aux cultures que des données récoltées sur des personnes que l'on peut qualifier de biculturelles. Ces dernières se caractérisent par le fait qu'elles

ont parfaitement intériorisé deux cultures, et sont dès lors en mesure d'activer de façon spontanée le concept de soi propre à une culture ou à l'autre en fonction du contexte dans lequel elles évoluent. Hong et ses collègues (2000) ont suggéré que, pour mettre en branle le concept de soi individualiste ou collectiviste, il suffit souvent de confronter ces personnes biculturelles à des stimuli évocateurs d'une culture ou de l'autre, et singulièrement ce que ces auteurs appellent des icônes culturelles comme des drapeaux, des bâtiments emblématiques, des personnages historiques. À l'instar de Yannick Noah ou Zinedine Zidane, mais aussi Astérix, le général de Gaulle, ou une baguette, une bouteille de Bordeaux et un Brie pour les Français·e·s, ou d'Eden Hazard ou Eddy Merckx, Tintin, Vercingétorix, un cornet de frites avec de la sauce Brazil, de la bière et du chocolat pour les Belges, ces icônes amorcent sans la moindre difficulté l'appartenance culturelle à l'une ou l'autre culture pour les nombreux Franco-Belges qui vivent le long de la frontière entre les deux pays. Pour des personnes dont les enracinements culturels sont plus distants encore, cette activation culturelle devrait faire en sorte que se déploie le mode de pensée spécifique à chacune d'entre elles.

Dans une étude illustrative (Hong et al., 1997), des personnes biculturelles, à savoir des Chinois·es de Hong Kong fortement occidendalisé·e·s (Hong Kong a longtemps été un territoire sous administration étrangère avec l'Anglais comme première langue officielle), ont d'abord été confrontées à six icônes culturelles américaines ou à six icônes culturelles chinoises et invitées à préciser le pays symbolisé par ces images et à fournir trois adjectifs caractérisant chacune des images. Dans une condition contrôle, un troisième groupe voyait six figures géométriques et devait donner des précisions sur certains aspects formels de chacune des figures. Après cette phase d'amorçage, on présentait une image représentant un poisson nageant devant un groupe de poissons et il s'agissait pour les participant·e·s d'expliquer pourquoi ce poisson précédait les autres. Soit c'était parce que le poisson guidait le reste du groupe (une explication interne), soit c'était parce que le poisson était chassé par le groupe (une explication externe).

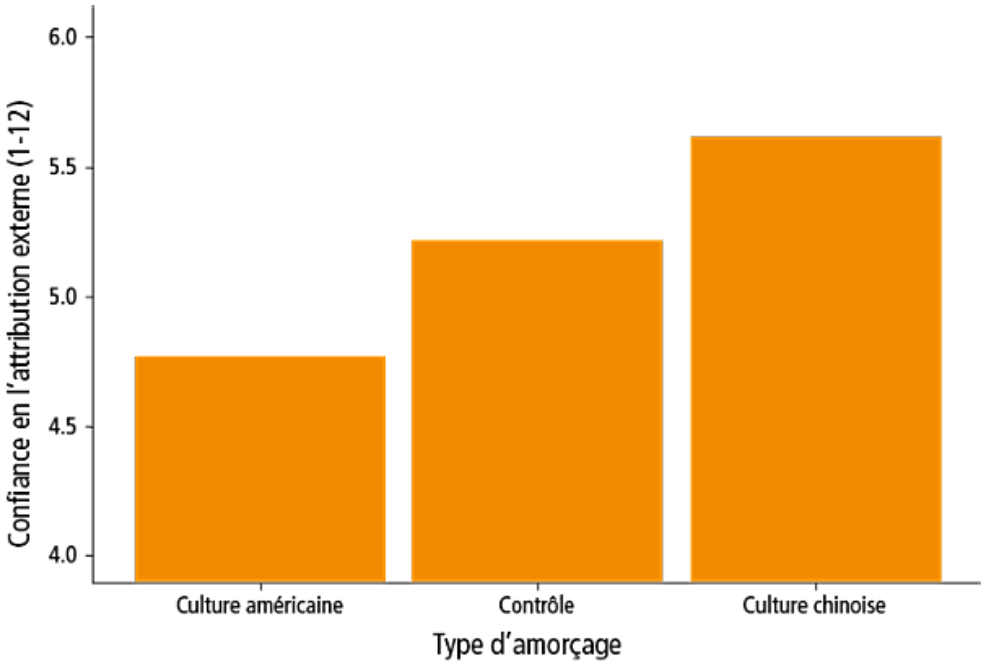
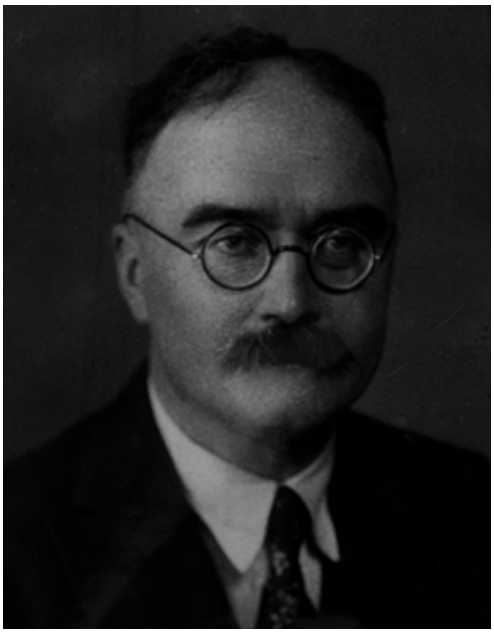


Figure 5.11. Confiance dans l'attribution à une source causale externe en fonction du type d'amorçage culturel (d'après Hong et al., 1997)

Dans la droite ligne de ce que nous avons déjà évoqué au ***chapitre 2*** et comme le montre la figure 5.11, les auteurs confirment bien que la rencontre préalable avec des icônes chinoises augmente la confiance que c'est l'explication externe qui rend le mieux compte de ce qui se passe. Au vu de ces résultats, il est permis de penser que les personnes multilingues ont une palette de réponses qui va bien au-delà de l'utilisation d'une langue et d'une autre, mais ont aussi un répertoire cognitif qui fait montre d'une grande souplesse. De là, à penser que cela donne une plus grande facilité à endosser différents points de vue, il n'y a sans doute qu'un pas qu'il est permis de franchir. La diversité culturelle qui s'inscrit de plus en plus dans nos quotidiens fournit à ce titre des possibilités intéressantes, ce qui ne veut pas dire pour autant que les relations interculturelles soient aisées, comme nous le verrons plus loin dans ce chapitre.

4. La mémoire collective

La mémoire collective est un ensemble de représentations partagées du passé basées sur une identité commune aux membres d'un groupe. Pour Maurice Halbwachs (1877-1945), sociologue, mais également précurseur de la psychologie sociale en France, la mémoire collective correspond à « un ensemble d'hommes qui se souviennent en tant que membres d'un groupe ». Les souvenirs dépendent des relations et des appartenances sociales. Celles-ci servent de point de repère guidant l'émergence des souvenirs, leur contenu et leur interprétation. À travers son caractère partagé, et les mythes et symboles qu'elle offre au groupe, la mémoire collective contribue à renforcer la solidarité entre individus en nourrissant une identité commune.



▶ Maurice Halbwachs (© Medihal)

La mémoire collective est guidée par des préoccupations présentes. Elle se forme, se modifie ou se dissout selon les appartenances sociales en jeu dans une situation donnée. Par exemple, la mémoire d'un voyage réalisé en groupe restera vive tant que les passagers continueront à se fréquenter, mais elle disparaîtra une fois qu'ils suivront chacun leur chemin et s'insèreront dans d'autres groupes.

4.1. Mémoire individuelle et mémoire collective

La psychologie sociale conçoit les porteur·euse·s de la mémoire collective comme des êtres socialement et culturellement situés qui utilisent un ensemble de vecteurs, ou d'outils culturels, associés à leur collectivité. La mémoire collective est donc le produit d'une interaction entre les mémoires individuelles et les pratiques et institutions sociales qui les englobent. Même si le Panthéon n'a pas de mémoire, il façonne la mémoire des milliers de Français·es qui le visitent. Inversement, la signification du monument et de l'identité de celles et ceux qu'il abrite évolue en fonction de la mémoire collective.

La mémoire *vive* correspond aux souvenirs d'un événement passé vécu directement ou transmis depuis un témoin direct, tandis que la mémoire *officielle* correspond aux représentations institutionnalisées du passé. Ces deux types de mémoires peuvent converger, s'alimenter mutuellement ou, au contraire, se distinguer, voire entrer en conflit.

Ainsi, la mémoire officielle d'une France résistante promue dans l'immédiate après-guerre ne coïncidait pas avec la mémoire des victimes du régime de Vichy. Le massacre de manifestant·e·s algérien·ne·s par la police française à Paris le 17 octobre 1961 a longtemps été occulté de la mémoire officielle, mais il était bien présent dans la mémoire (vive) des familles et des proches de celles et ceux qui étaient présent·e·s ce jour-là.

4.2. Formation et transmission de la mémoire collective

Pour qu'un ensemble de souvenirs donne lieu à une mémoire collective, trois conditions doivent être remplies : ils doivent être *transmis*, ce qui nécessite un réseau de communication au sein de la collectivité ; ils doivent *converger* vers une forme commune ; et cette représentation doit se *stabiliser* au sein du groupe. Les processus que nous avons évoqués précédemment s'appliquent naturellement à la mémoire collective également.

Selon la collectivité qui la porte, la mémoire collective peut se former par des canaux différents. Les conversations sont un des principaux vecteurs de la mémoire familiale alors que les médias, les institutions (école, musées), les artéfacts (monuments, mémoriaux) et les rituels (commémorations) jouent un rôle déterminant dans le développement d'une mémoire nationale.

Les émotions contribuent au maintien de la mémoire collective. Ainsi, le partage social d'émotions lors des rituels dans le cadre desquels on rappelle un passé glorieux (ou triste) renforce l'identité collective et contribue à maintenir les souvenirs vivaces ***[chapitre 10]***. Remarquons que la mémoire collective étant nécessairement sélective, l'oubli fait partie intégrante des processus mémoriels. Les processus « naturels » d'oubli sélectif doivent toutefois être distingués des tentatives politiques d'oblitérer tout ou partie

du passé. Plus subtilement, rappeler certains événements conduit non seulement à en consolider la mémoire, mais aussi à altérer la mémoire des événements non commémorés (Coman, Manier, & Hirst, 2009).

Psycho sociale en questions

Que faisiez-vous lorsque… ?

Les événements ayant un impact émotionnel dans l'ensemble du groupe tendent à être mieux retenus. Ils influencent également la mémoire autobiographique, celle qui concerne notre propre vie. Ainsi peut-être vous souvenez-vous d'où vous vous trouviez le 5 janvier 2015 lorsque vous avez appris l'attaque sur Charlie Hebdo ou le 13 novembre 2015 lors de l'attaque du Bataclan. En revanche, il y a fort à parier que vous n'avez aucun souvenir de ce que vous faisiez la veille. Ces souvenirs très précis du contexte dans lequel on se trouvait lors d'un événement émotionnel touchant notre collectivité s'appellent des « souvenirs flash » (Brown & Kulik, 1977). Par exemple, dans une étude de Curci et al. (2001), les sujets belges rapportaient des souvenirs flash très précis quelques mois après la mort du Roi Baudouin (en 1993) et de même pour des Français·es à propos du décès de François Mitterrand (en 1995). Il·elle·s savaient où il·elle·s étaient, ce qu'il·elle·s faisaient, avec qui il·elle·s étaient, etc. Hirst et al. (2015) ont examiné les souvenirs flashs associés aux attaques du 11 septembre 2001 chez un même groupe de sujets sur une période de 10 ans. Sur une telle période, on constate bien sûr que la mémoire se dégrade, mais la dégradation se déroule surtout dans la première année. Ensuite, les souvenirs restent étonnamment stables.

4.3. Mémoire collective et identités sociales

La mémoire collective propose une représentation partagée du passé du groupe, et donc de son identité. Elle répond souvent à des motivations liées à l'identité sociale, telles que la préservation d'une image positive du groupe. La mémoire collective tend souvent à mettre en exergue les événements flatteurs et à gommer les aspects les plus menaçants pour l'identité sociale (Baumeister & Hastings, 1997). Le long silence entourant la collaboration française durant la Seconde Guerre mondiale et le mythe d'une résistance massive correspondent à cette motivation. Sahdra et Ross (2007) ont cherché à étudier cette question chez deux groupes religieux présents en Inde : les Sikhs et les Hindous. Sur le plan historique, ces deux groupes ont souvent été en conflit et de nombreux cas de violences interreligieuses ont été rapportés. Les auteurs ont demandé à des membres de ces deux groupes de rappeler des exemples historiques d'événements dans lesquels des Sikhs ont été victimes de violence de la part d'Hindous et vice versa. Sans surprise, on constate que les participant·e·s rappellent plus d'événements mettant en scène leur groupe comme victime que comme bourreau. Ceci pourrait être un simple effet de l'exposition à ces récits (peut-être n'entend-on guère évoquer des cas où des membres de notre propre groupe ont commis des atrocités). Il se trouve toutefois que cette différence était accentuée chez les personnes s'identifiant fortement à leur groupe. Quelle que soit leur religion, les participant·e·s les plus identifié·e·s se souviennent davantage des événements où des membres de leur groupe ont été victimes que bourreaux (voir figure 5.8). Ceci tend à suggérer que le fait de se rappeler mieux des événements qui dépeignent notre groupe de façon positive répond à une motivation identitaire (voir théorie de l'identité sociale développée au ***chapitre 13***).

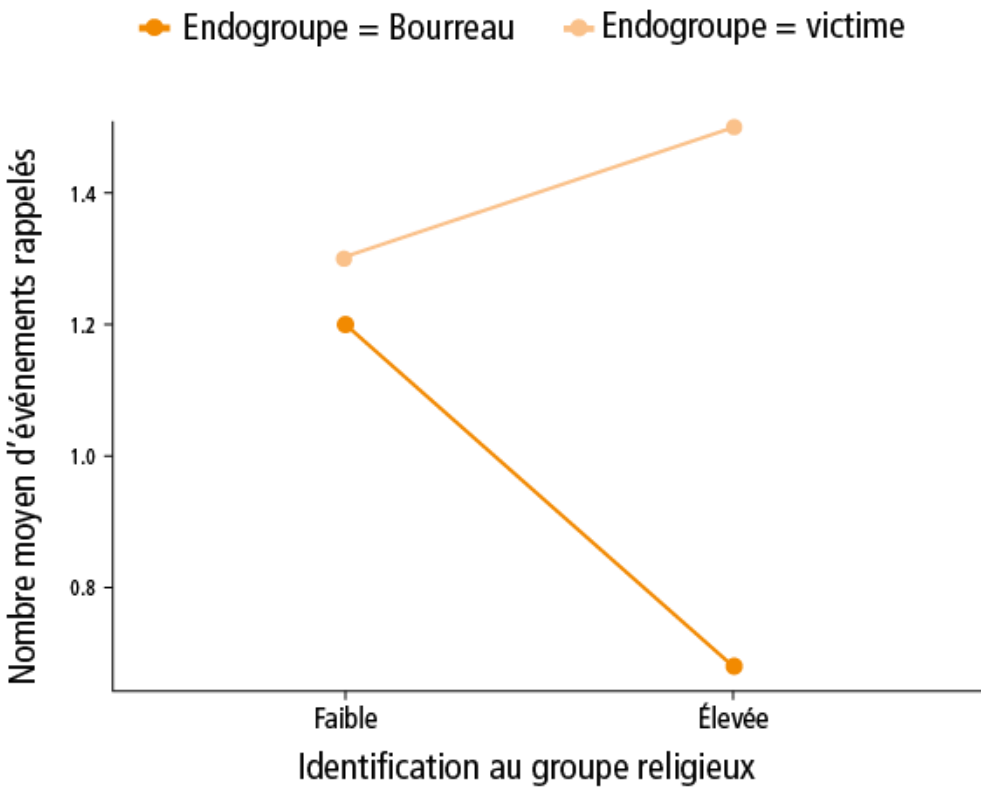


Figure 5.8. Nombre d'événements rappelés en fonction de l'identification au groupe religieux et du statut de l'endogroupe comme victime ou bourreau (d'après Sahdra & Ross, 2007)

Suite à un conflit, chaque groupe tend à offrir une justification morale à ses actions passées. Cela peut se traduire par le développement d'une mémoire « victimaire » projetant toute la responsabilité sur l'autre groupe, entravant ainsi la résolution du conflit. La valeur morale accordée au statut de victime, et les bénéfices symboliques et matériels susceptibles d'en découler peuvent entraîner différents groupes minoritaires dans une « concurrence des victimes » : chaque groupe se sentant plus justifié à revendiquer le statut de victime (De Guissmé et Licata, 2017). Ce sentiment de victimisation peut également susciter une tendance chronique à se sentir en danger et menacé par d'autres groupes. Ceci peut à son tour conférer une apparence de légitimité à des méfaits commis *aujourd'hui* par l'endogroupe à l'égard d'autres groupes. Il semble que pour certain·e·s la victimisation passée confère un droit moral de nuire à un exogroupe menaçant. Wohl et Branscombe (2008) ont ainsi présenté une description du conflit israélo-palestinien à des Canadien·ne·s dont la moitié était de tradition juive et

l’autre moitié de tradition chrétienne. Ce conflit implique des violences de part et d’autre. Préalablement à cette description, la moitié des sujets était invitée à réfléchir aux conséquences de l’Holocauste pour ses victimes. Cette manipulation visait à induire un sentiment de victimisation collective chez les participant·e·s de religion juive. L’autre moitié, un groupe contrôle, se penchait sur les conséquences du génocide cambodgien pour ses victimes. Après la description du conflit israélo-palestinien, les sujets exprimaient leurs attitudes et émotions par rapport à différents aspects du conflit. Les auteurs constatent que, dans la condition « Holocauste », les participant·e·s juif·ve·s attribuent moins de culpabilité à l’État d’Israël pour ses actions à l’égard des Palestinien·ne·s. Chez les participant·e·s de religion chrétienne, aucune tendance de la sorte n’apparaît (voir figure 5.9). On observe les mêmes tendances sur la revendication des territoires palestiniens ou la négation de la responsabilité d’Israël dans le conflit.

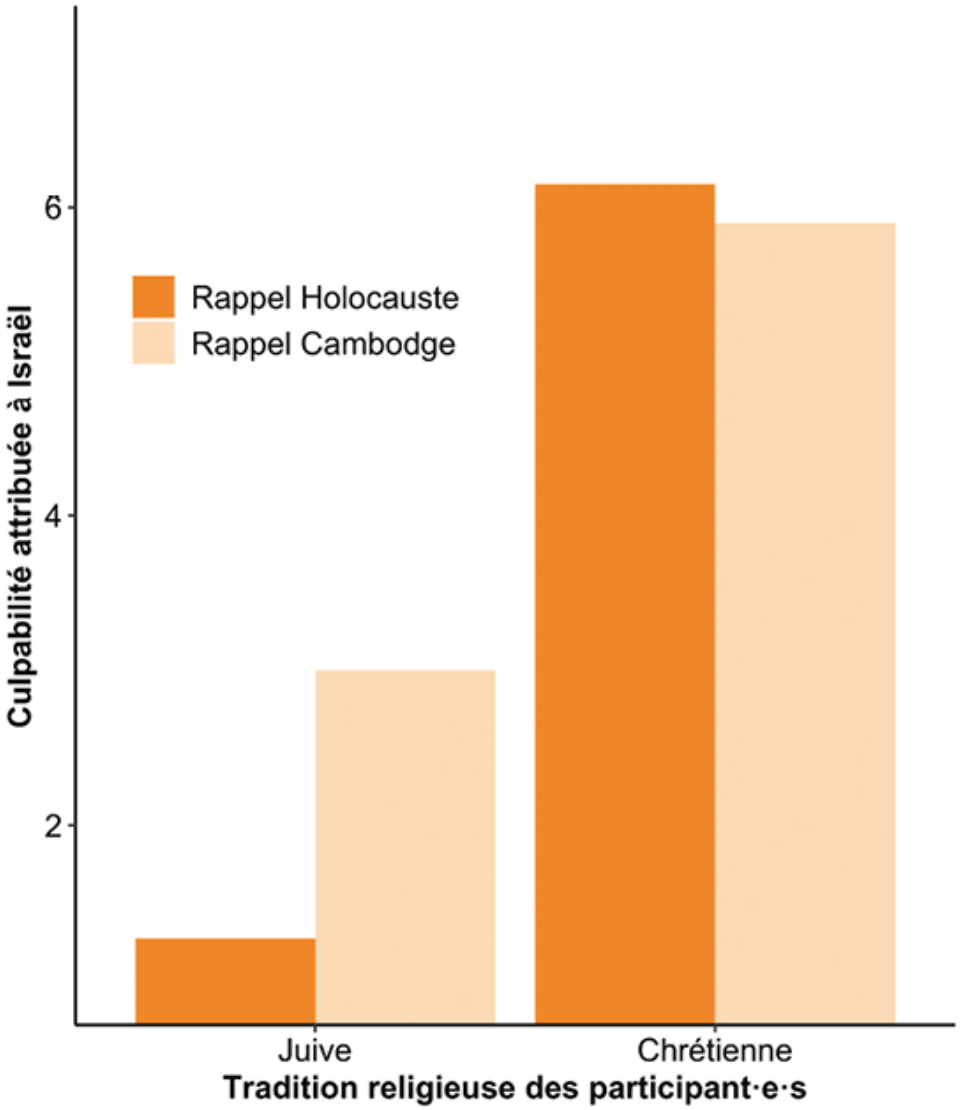


Figure 5.9. Culpabilité attribuée à Israël en fonction de la tradition religieuse des participant·e·s et du type de rappel historique (d'après Wohl & Branscombe, 2008, étude 2)

On voit donc que le sentiment de victimisation passée ne favorise pas nécessairement les attitudes les plus propices à la résolution d'un conflit contemporain. C'est particulièrement le cas si l'épisode de victimisation est conçu comme unique et sans commune mesure avec le sort des victimes d'autres groupes et d'autres conflits. Par exemple, en



© Pawel Janiak

voyant l'Holocauste comme reflet du mal absolu, ses victimes, ou leurs descendant·e·s, peuvent lui conférer un statut particulier, le distinguant de tout autre massacre de masses ou génocide survenu à d'autres groupes. Vollhardt et Bilali (2015) qualifient cette conception de « conscience victimaire exclusive ». À l'opposé, d'autres peuvent concevoir les expériences de victimisation qu'il·elle·s ont vécues comme similaires à celles d'autres groupes — c'est ce qu'on appelle la conscience victimaire « inclusive ». Ceci ouvre la porte à une volonté que les dommages qu'on a subis ne touchent pas d'autres victimes, fussent-elles membres d'un exogroupe. Des études menées au Rwanda, au Burundi et en République Démocratique du Congo — des pays touchés par un génocide et des guerres civiles — montrent que la conscience victimaire inclusive était associée à une volonté de soutenir des victimes appartenant à d'autres groupes que le sien (par exemple des Burundais·es du point de vue de Congolais·es) et par une aspiration à des formes de leadership reconnaissant la diversité des intérêts de différents groupes. La conscience victimaire exclusive était associée à des postures opposées à celles-ci. Il semble donc que la victimisation puisse exercer des effets différents selon la façon dont elle est conçue et représentée.

4.4. Mémoire et émotions collectives

Les individus peuvent ressentir des émotions en tant que membres de groupes sociaux. Les gloires passées du groupe peuvent susciter un sentiment de fierté, alors que le rappel d'actes immoraux commis par d'autres membres du groupe peut susciter un sentiment de *culpabilité collective*, c'est-à-dire de la culpabilité par rapport à des actes commis par des membres de l'endogroupe sans qu'on ait pris part personnellement à ces actes. Un tel sentiment peut favoriser la réparation des dommages infligés dans le passé. Mais il est rarement ressenti, des stratégies telles que la justification morale des actes passés, la dissociation avec ses ancêtres, l'abandon du groupe ou le déni permettent de s'y soustraire (Licata & Klein, 2010). Klein, Licata et Pierucci (2011) ont étudié la culpabilité collective quant aux comportements effectués par leurs ancêtres au Congo, ancienne colonie belge, sujette à de nombreuses exactions sous le joug des coloniaux belges envoyés par le Roi Léopold II. Est-il possible de se sentir

coupable en *tant que Belge* pour ce que nos ancêtres ont fait ? Klein et ses collègues constatent que la réponse à cette question dépend de l'identification des répondants à la Belgique. Les moins identifié·e·s n'ont guère de raison de ressentir de la culpabilité : il·elle·s se dissocient totalement des Belges qui les ont précédé·e·s. À l'autre extrême, la culpabilité est vécue comme trop menaçante pour l'image du groupe pour être exprimée (voir ligne orange clair sur la figure 5.12). Ceci a des conséquences sur les attitudes vis-à-vis de la réparation possible des dommages infligés au Congo. La Belgique devrait-elle s'excuser ? Offrir une compensation financière à son ancienne colonie ? On voit que les individus très identifiés sont les plus négatifs par rapport à cette possibilité — parce qu'ils sont réticents à concéder une quelconque responsabilité. Ceux qui sont peu identifiés n'y voient guère d'inconvénient — sans doute parce que pour eux, il n'y a aucun coût symbolique associé à une telle démarche. Quant aux Belges moyennement identifié·e·s, il·elle·s expriment des attitudes plus positives sans doute parce qu'il·elle·s sont les seul·e·s à éprouver une quelconque culpabilité (voir ligne orange foncé sur la figure 5.12). Nous reviendrons sur les liens entre émotions et appartenance groupale au ***chapitre 13***.

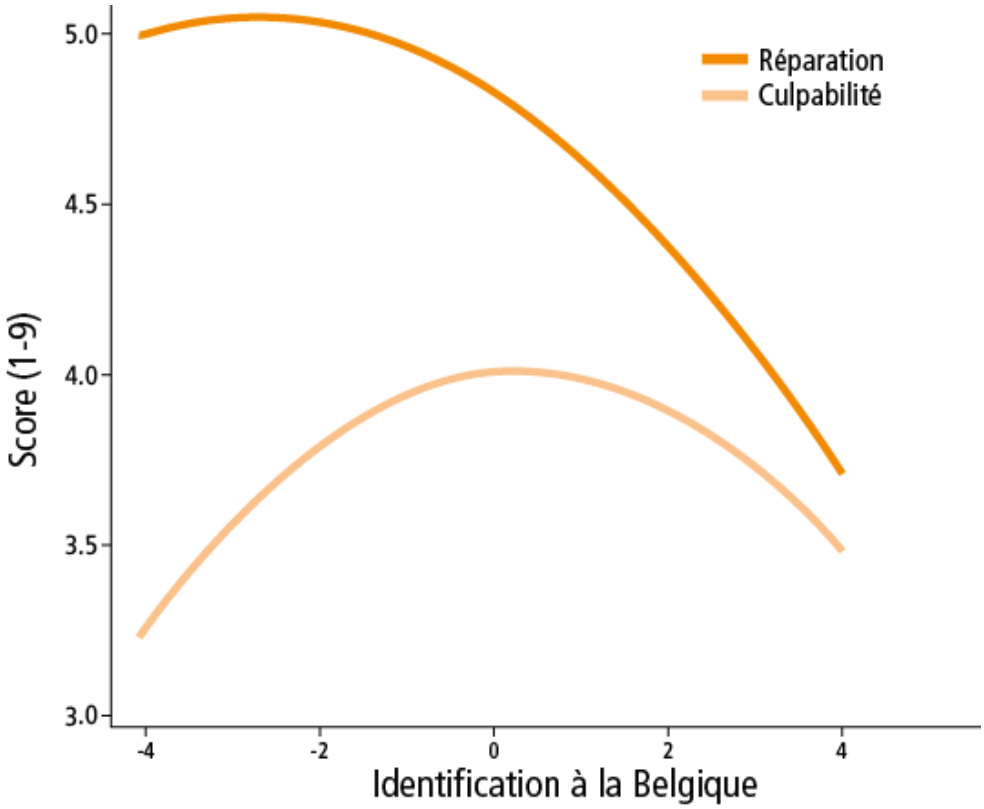


Figure 5.12. Score de culpabilité et de réparation en fonction du niveau d'identification à la Belgique (d'après Klein et al., 2011)

5. Les théories du complot

Complotismes en tous genres

Une enquête réalisée en 2018 auprès de 1 760 personnes (ConspiracyWatch & Fondation Jean Jaurès, 2019) montre que 43 % des Français·es pensent que le Gouvernement est de mèche avec l'industrie pharmaceutique pour cacher au public la réalité de la nocivité des vaccins. Pas moins de 25 % pensent que les élites politiques, intellectuelles et médiatiques organisent l'immigration pour remplacer la population européenne par la population immigrée.

Une théorie du complot est une croyance selon laquelle un groupe agit en secret et de façon coordonnée dans un but néfaste. Les théories du complot sont des représentations partagées, en ce sens où elles sont souvent largement connues ou diffusées. Par exemple, dans la même enquête, 81 % des Français·es rapportaient avoir entendu parler de l'idée selon laquelle l'accident de Lady Diana serait un assassinat maquillé[6]. La popularité des croyances complotistes a fait l'objet de nombreux travaux en psychologie sociale (Douglas, Sutton, & Cichocka, 2017).

On peut véritablement parler de « complotisme » comme étant une forme de mentalité car la croyance à différentes théories du complot constitue souvent un véritable « syndrome » : rien ne permet mieux de prédire la croyance à une théorie du complot que la croyance à une autre théorie du complot (Goertzel, 1994). Le complotisme est intrigant pour les psychologues sociaux car il semble souvent totalement irrationnel et nier l'évidence. Comment contester que l'Homme ait marché sur la lune ? Que la terre soit plate ? Que les attentats du 11 septembre soient le fait d'un groupe d'islamistes radicaux dirigés par Oussama Ben Laden ?

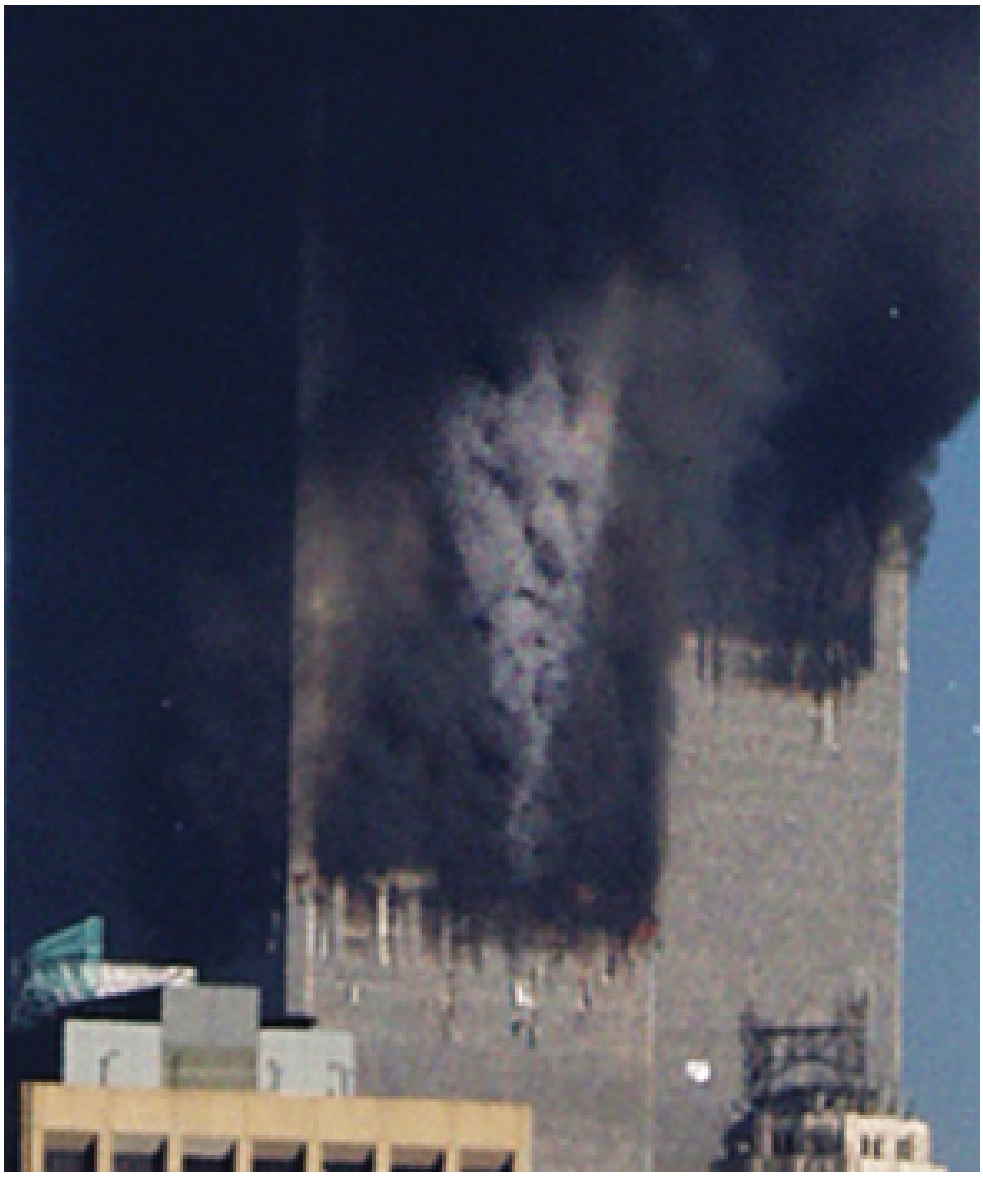


Figure 5.13. Les fumées qui se dégagent des deux tours lors des attentats du 11 septembre 2001 ont fait dire à certain·e·s qu'on y voyait le visage de Satan (© Mark D. Philips)

Pour répondre à cette question, on peut adopter plusieurs perspectives. On peut par exemple mettre en évidence des facteurs individuels expliquant l'adhésion aux théories du complot. Ainsi, certains travaux mettent en évidence que les complotistes ont tendance à voir des stimuli purement aléatoires comment étant reliés entre eux et à avoir un sens. Par exemple, dans la figure 5.13, nombreux sont ceux qui ont cru voir la figure de Satan dans la fumée émanant du World Trade Center lors des attentats du 11 septembre 2001. Cette coïncidence n'est pourtant guère difficile à

comprendre si on réfléchit un instant de manière dépassionnée : parmi les milliers d'instantanés pris lors de ces attaques, il est tout à fait normal qu'à un moment apparaisse une configuration qui peut ressembler à un visage. Pensez à toutes les fois où l'on croit déceler une image parfaitement cohérente dans les volutes des nuages qui passent à l'horizon.

van Prooijen, Douglas et De Innocencio (2018) ont montré que la croyance aux théories du complot était associée à la tendance à percevoir de telles configurations dans des stimuli purement aléatoires comme, par exemple, des séries de jets d'une pièce de monnaie (est-il possible d'obtenir des séries de 5 « pile » et des séries de 5 « face » par hasard ?) ou dans des tableaux du peintre expressionniste abstrait Jackson Pollock.

Au-delà de ces explications cognitives, il y a également des explications d'ordre motivationnel. Par exemple, les gens qui éprouvent le sentiment d'avoir perdu le contrôle sur leur existence ont davantage tendance à croire aux théories du complot. En identifiant un ennemi bien clair, responsable du mal, ils sont en mesure de répondre à ce besoin. Malheureusement, cette aspiration est souvent insatisfaite : lorsqu'on est confronté·e à des théories du complot, on continue souvent de se sentir démuni·e et privé·e de contrôle sur son environnement. Ces analyses tendent à suggérer que les complotistes seraient des personnes profondément irrationnelles, emportées par leurs émotions et incapables de réfléchir correctement.



Figure 5.14. Exemple de peinture abstraite de Jackson Pollock (du type de celles utilisées dans l'expérience de van Prooijen et al., 2018)

Mais au-delà des motivations individuelles de ce type, la croyance aux théories du complot remplit des fonctions sociales. Le documentaire *Behind the Curve* (Clark, 2018), qui se penche sur le mouvement des personnes qui croient que la terre est plate (les « platistes ») aux États-Unis, est particulièrement éloquent à cet égard. Ce mouvement est complotiste dans la mesure où ses membres pensent que l'idée que la terre est ronde est un mythe élaboré par des élites pour (notamment) justifier des dépenses militaires. Les membres de ce groupe sont parfaitement capables de réfléchir rationnellement et sont pour la plupart des adeptes de la méthode scientifique. Alors pourquoi ces gens croient-ils à cela ? On constate que l'appartenance à cette collectivité permet de fédérer de nombreuses personnes qui se sont souvent senties abandonnées ou délaissées. À travers cette communauté, ces dernières retrouvent toute une série de rituels sociaux au sein desquels elles se sentent reconnues et apprécieés. Le platisme permet aussi de donner voix à des griefs bien réels qu'elles ressentent vis-à-vis d'un « establishment » qui, selon elles, les ignore. Et, de fait, on constate que, contrairement à l'autoritarisme ou à la dominance sociale (voir ***chapitre 13***), le complotisme est une idéologie de dominé·e·s (Imhoff & Bruder, 2014). Par exemple, dans l'enquête ConspiracyWatch évoquée plus haut, la croyance précitée concernant la collusion entre l'État français et les firmes pharmaceutiques est adoptée par 53 % des personnes de catégories sociales défavorisées alors qu'elle n'est approuvée que par 27 % des personnes de classe aisée.

Serge Moscovici (1987) considérait que les théories du complot ne servent pas à expliquer des événements, mais à intégrer notre image de la société sous la houlette d'une cause unique, une inclination qui rappelle le regard simplificateur évoqué au ***chapitre 3*** pour rendre compte des nombreuses causes qui sous-tendent les différences entre les groupes (Yzerbyt, Rocher, & Schadron, 1997). C'est bien ce qui apparaît ici : les personnes qui adhèrent aux théories du complot nourrissent une méfiance par rapport aux « élites » et chaque événement peut ainsi trouver une explication qui s'intègre dans cette vision du monde. Cela peut mener à adhérer à des théories du complot contradictoires. Ainsi, on observe parfois une

corrélation positive entre la croyance à des théories du complot antagonistes (Wood, Sutton, & Douglas, 2012). Par exemple, les gens qui pensent que Lady Diana a été tuée par les services secrets britanniques sont également plus susceptibles de croire qu'elle a été assassinée par les ennemis de sa belle-famille. Les gens qui pensent qu'Oussama Ben Laden était mort avant l'intervention américaine sont également plus susceptibles de croire qu'il est encore vivant aujourd'hui. Ici, l'adhésion aux théories du complot défie un des fondements de la rationalité. Comment peut-on expliquer de telles contradictions ? Peut-on encore évoquer l'irrationalité profonde des « fans » des théories du complot? Il faut plutôt trouver la réponse à cette question dans l'existence d'une forme de « mentalité complotiste ». Adhérer à une théorie du complot, c'est avant tout rejeter le discours officiel. Toutes ces théories sont en accord avec une vision de l'autorité comme fondamentalement trompeuse. Quand une nouvelle théorie du complot apparaît, elle semble d'emblée plus crédible parce qu'elle est en accord avec cette posture qui tient l'autorité pour mensongère et qui conteste le récit officiel. À l'appui de cette hypothèse, les auteurs ont évalué la croyance selon laquelle « les comportements des autorités américaines montrent qu'elles cherchent à dissimuler de l'information ». Lorsqu'on contrôlait statistiquement cette croyance, la corrélation entre l'adhésion aux deux théories du complot (Ben Laden est mort vs. Il est vivant) disparaissait. Autrement dit, plus on se méfie des autorités américaines, plus on adhère aux deux théories contradictoires.



▶ Logo de The Flat Earth Society, un groupe platiste actif sur Internet

Cette défiance vis-à-vis des élites, qui nourrit le complotisme, est alimentée par l'accès rendu aisé à des informations « alternatives » qui peuvent se distribuer rapidement, notamment via Internet. Les divers outils mis à disposition sur Internet que sont les réseaux sociaux permettent également aux complotistes d'établir et de maintenir des contacts étroits et efficaces les un·e·s avec les autres. Ces aspects renforcent le sentiment d'être une

forteresse assiégée, mais résistant à un discours dominant émanant des élites. À ce titre, ils constituent certainement une composante rassurante qui bénéficie au complotisme.

6. Les relations interculturelles

Selon le dernier bilan de l'ONU, 244 millions de personnes vivaient à l'étranger en 2015, dont près de 20 millions de réfugié·e·s[7]. La migration est donc un phénomène massif à l'échelle planétaire. Selon un rapport de l'Organisation internationale pour les migrations datant de 2015, pas moins de 25 % des personnes vivant à Paris ne sont pas nées en France et ce chiffre atteint même le niveau incroyable de 62 % pour Bruxelles, ce qui place cette ville au second rang dans le monde. C'est dire la multiplicité des cultures présentes sur un même territoire somme toute restreint et le niveau significatif des relations interculturelles qu'une telle situation rend possible. La migration amène donc inévitablement des cultures à entrer en contact, ce qui soulève de nombreuses questions pour les psychologues sociaux·ales. Certaines de ces questions, comme l'émergence de stéréotypes ont été abordées dans le chapitre consacré à la perception des groupes ***[chapitre 3]***, d'autres, comme celles des préjugés et de la discrimination le seront dans celui dédié aux relations intergroupes ***[chapitre 13]***.

6.1. Les attitudes d'acculturation

Nous nous penchons ici sur le point de vue des membres de groupes minoritaires amenés à vivre dans une société nouvelle, que l'on appelle dans ce contexte la « culture d'accueil ». John Berry s'est intéressé aux *attitudes d'acculturation* des individus. L'acculturation est le processus correspondant à la modification de sa culture au contact d'une autre culture. Ce processus concerne les migrant·e·s mais peut également concerner d'autres catégories d'individus (des résident·e·s d'origine étrangère, des réfugié·e·s, des membres d'une société d'« accueil » comme, par exemple, les Amérindien·ne·s confronté·e·s à l'arrivée de membres d'un exogroupe culturel tels que les Anglais·es et les autres groupes qui ont rejoint les

Amériques…). Les attitudes d'acculturation correspondent aux orientations que les individus adoptent par rapport à la culture extérieure à laquelle ils sont confrontés. Selon Berry (1997), ces attitudes peuvent être décrites en fonction de la réponse à deux questions: premièrement, la personne souhaite-t-elle oui ou non conserver sa culture d'origine ? Deuxièmement, la personne aspire-t-elle à maintenir le contact avec la culture « d'accueil » (ou la culture de l'exogroupe) ? Les réponses à ces deux questions permettent de définir quatre grandes attitudes qui sont reprises dans le tableau 5.2.

Tableau 5.2 : Modèle d'acculturation de Berry

Maintien de la culture d'origine **Désir d'entrer en contact avec** **la nouvelle culture**	**Oui**	**Non**
Oui	Intégration	Assimilation
Non	Séparation	Marginalisation

Quand les individus ne souhaitent pas maintenir leur identité culturelle et recherchent des interactions nombreuses avec d'autres cultures, il·elle·s poursuivent une stratégie d'*assimilation*. Quand, en revanche, il·elle·s cherchent à maintenir leur culture et n'entendent pas avoir de contacts avec d'autres cultures, on parle de stratégie de *séparation*. Une volonté de conserver sa culture d'accueil associée au désir d'interagir avec d'autres groupes cultures correspond à la stratégie *d'intégration*. Enfin, un éloignement de la culture d'origine sans souhait d'entrer en contact avec d'autres cultures correspond à une stratégie de *marginalisation*. Le choix de ces stratégies n'est évidemment pas du seul ressort de l'individu. Une stratégie d'intégration n'est par exemple possible que dans une société qui tolère une certaine diversité culturelle. Inversement, si la séparation peut être un choix, lorsqu'elle devient forcée, en raison d'une politique délibérée de la part de la société d'accueil, on peut parler de marginalisation. De même, il n'est généralement possible de conserver sa culture d'origine que si les autres membres de son groupe culturel aspirent également à conserver leur culture d'origine.

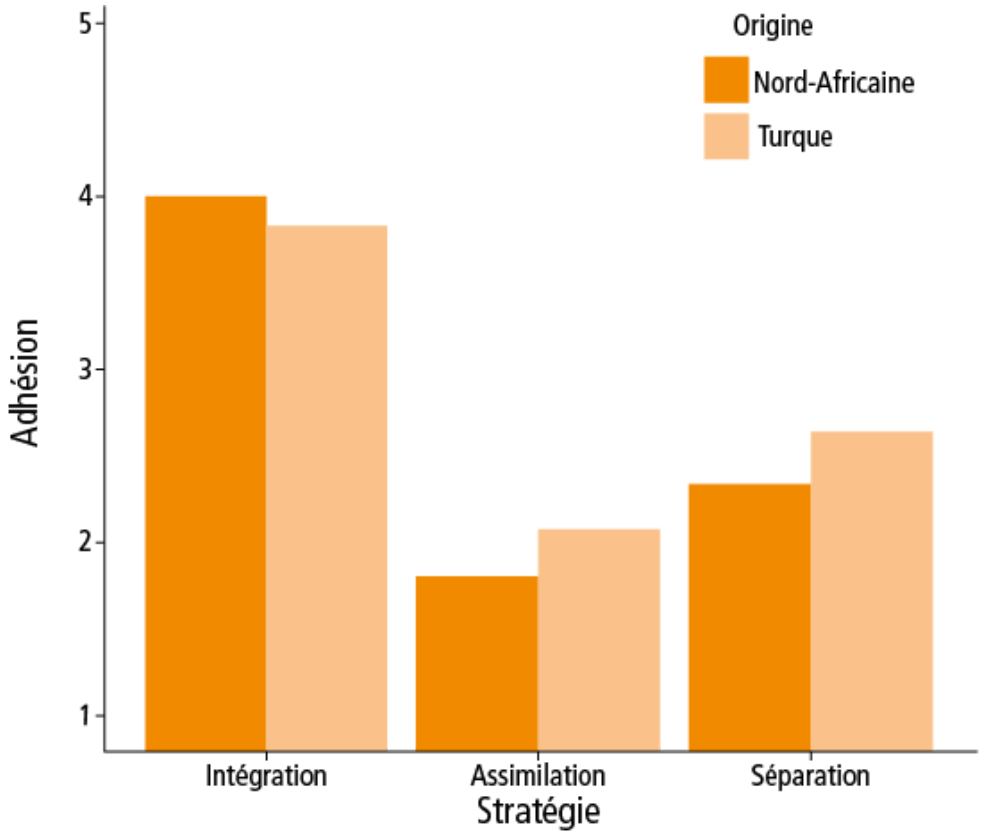


Figure 5.15. Adhésion aux différentes formes d'acculturation en fonction de l'origine des répondant·e·s (d'après Amin & Vinet, 2014)

Les attitudes vis-à-vis de ces quatre possibilités s'accompagnent de comportements spécifiques. Berry qualifie de « stratégies d'acculturation » la combinaison de ces attitudes et de ces comportements. Il importe de souligner que ces stratégies ne sont pas nécessairement stables dans le temps ni dans les contextes. Les individus peuvent par exemple se montrer plus ouverts à la culture d'accueil dans la sphère publique que dans la sphère privée. À en croire la plupart des études menées sur cette question, ce sont les stratégies d'intégration qui ont le plus de « succès » auprès des minorités (Guimond, 2010, 2019). On entend souvent évoquer le terme de « communautarisme » pour décrire le prétendu repli sur soi de groupes ethniques minoritaires (en particulier nord-africains) en France et en Belgique notamment. En l'occurrence, cette crainte semble plutôt relever du fantasme : la stratégie de séparation, à laquelle correspond un tel « communautarisme », est clairement rejetée par la majorité des personnes issues de l'immigration nord-africaine, au profit (très souvent) de

l'intégration. Par exemple Amin et Vinet (2014) ont examiné les attitudes d'acculturation de 492 lycéen·ne·s d'origine maghrébine et turque né·e·s en France. Comme on peut le voir sur la figure 5.15, l'intégration est clairement la posture favorite par rapport au repli communautaire (séparation) et à l'assimilation (même si on constate de petites différences entre répondant·e·s d'origine turque et maghrébine).

Le Modèle d'Acculturation Interactif

Selon le modèle d'acculturation interactif (Bourhis, Moïse, Perreault, & Sénécal, 1997), une compréhension adéquate du processus d'acculturation et de ses conséquences pour les relations entre les immigré·e·s et la société d'accueil doit tenir compte des politiques d'intégration mises en place au sein de cette dernière. Ces politiques façonneront les attitudes de la société d'accueil (qu'elles reflètent en partie). Les politiques d'intégration et les attitudes de la société d'accueil affecteront à leur tour les immigrés qui sont susceptibles d'ajuster leurs propres orientations d'acculturation en fonction de celles-ci. Ces trois éléments (politiques de la société d'accueil, attitudes de la société d'accueil, attitudes des immigré·e·s) s'influencent mutuellement, d'où le terme « interactif ».

Selon ce modèle, on peut distinguer quatre grande idéologies orientant les politiques de la société d'accueil (Guimond, 2018). Les deux premières, idéologie « pluraliste » et « assimiliationniste » correspondent aux deux approches étudiées par Guimond (multicuturalisme et assimilation, respectivement). Une troisième orientation idéologique est l'orientation « civique » qui attend un respect des valeurs de la société d'accueil dans l'espace public doublé d'un respect des valeurs privées (sans intervention de l'État dans la sphère privée). En France, cette idéologie s'articule à travers le concept de laïcité au sens de la loi de 1905 qui consacre la séparation de l'Église et de l'État. Cette idéologie se distingue donc de

l'idéologie assimilationniste qui suppose quant à elle que les valeurs privées se transforment au contact de la société d'accueil pour s'y conformer graduellement.



La question du port de signes religieux (tels que le hijab - voile porté par certaines femmes musulmanes) en public illustre une tension entre ces trois idéologies. Selon une idéologie pluraliste, le port du voile islamique dans des pays occidentaux doit être libre. Selon une idéologie civique, le hijab est acceptable en privé mais pourrait faire l'objet d'une régulation dans l'espace public (par exemple, pour des fonctionnaires ou des lycéennes). Enfin, dans le contexte de l'assimilationnisme, on s'attend à ce que les femmes musulmanes se découvrent même dans l'espace privé pour s'adapter aux valeurs de la société d'accueil.

Enfin, selon la quatrième et dernière idéologie, l'idéologie « exclusionniste », l'intégration se base sur une appartenance ethnique. Ethnicité et valeurs culturelles sont considérées comme équivalentes. C'est le « droit du sang ». Par exemple, il est possible de devenir citoyen israélien si on peut montrer qu'on est « ethniquement » juif.

Selon le modèle d'acculturation interactif, on peut donc tracer un continuum allant du pluralisme (le plus « inclusif ») à l'exclusionnisme (le plus « exclusif ») en passant respectivement par le civisme et l'assimilationnisme. Pour Bourhis et ses collègues, l'harmonie des relations entre communauté d'accueil et communauté immigrée sera d'autant plus grande que l'on se rapproche du pôle « inclusif ». Comme cela été évoqué, les attitudes des membres de la société d'accueil sont à leur tour influencées par les politiques en vigueur. On peut définir ces attitudes sur base de leurs réponses à deux questions: « Trouvez-vous acceptable que les immigré·e·s maintiennent leur identité culturelle? » et « Acceptez-vous que les immigré·e·s

adoptent la culture de la communauté d'accueil? ». Ce n'est évidemment pas une coïncidence que ces questions font écho à celles posées dans le modèle de Berry. C'est leur miroir du point de vue de la communauté d'accueil. On le voit, communauté d'accueil et communauté immigrée vivront d'autant plus en harmonie que les orientations de l'une et de l'autre s'avèrent compatibles. Ainsi, une orientation assimilationniste de la part la communauté d'accueil se mariera mal avec une orientation d'intégration de la part de la communauté immigrée. L'harmonie des relations entre les deux groupes peut donc emprunter plusieurs voies. Par exemple, si les deux communautés adhèrent à une forme d'individualisme (« chacun pour soi, quelle que soit son appartenance »), de bonnes relations peuvent en résulter.

6.2. Le stress d'acculturation

Le cas de Tshibanda, qui avait la chance de maîtriser le français, illustre combien l'acculturation peut être un processus long, voire éprouvant. Il faut apprendre à définir de nouveaux repères et adapter son comportement, voire ses croyances ou ses valeurs, en fonction de ceux-ci. Ces changements peuvent susciter un sentiment de stress que Berry (cité par Guimond, 2010) qualifie de *stress d'acculturation.* Ce stress peut naturellement nuire au bien-être et un processus d'acculturation est susceptible d'être d'autant plus réussi que l'on parviendra à y faire face.

Un fou noir au pays des blancs

Dans son spectacle Un fou noir au pays des blancs, le comique d'origine congolaise Pie Tshibanda évoque son « acculturation » en Belgique, lui qui a dû quitter le Congo en pleine guerre civile. Il évoque son arrivée avec sa famille dans le froid belge (7 ° alors qu'au Congo, on considère qu'il fait froid à 21 °), la réaction effrayée d'une dame inconnue qu'il salue dans le train (comme c'est de coutume au Congo), le fait que sa couleur de peau le définit tout à coup alors que ce n'était bien sûr pas le cas

auparavant et une multitude d'autres expériences.

Les attitudes d'acculturation sont fortement liées au stress d'acculturation. L'intégration est liée négativement au stress : plus on envisage l'acculturation dans une perspective intégrative, moins on éprouve des problèmes psychologiques durant ce processus. En revanche, on constate l'inverse en ce qui concerne la séparation et la marginalisation (Guimond, 2010, 2019). On peut aussi examiner le lien entre les orientations d'acculturation et l'adaptation à la culture d'accueil. Les stéréotypes selon lesquels les « jeunes issu·e·s de l'immigration seraient des délinquant·e·s » sont régulièrement colportés par des personnes politiques ou des médias populistes ou d'extrême droite. En réalité, on constate que ces comportements sont principalement le fait de jeunes favorisant l'orientation de marginalisation alors que celles et ceux qui préfèrent l'intégration sont les moins susceptibles d'en manifester (Guimond, 2010, 2019). Les jeunes « marginalisé·e·s » représentent une très petite minorité (comme nous l'avons vu, l'intégration est de loin l'orientation préférée). Encore une fois, la marginalisation est une orientation qui est rarement choisie délibérément. Elle est généralement le résultat d'une politique d'exclusion de la part de la société d'accueil. Ceci amène à reconsidérer les délits et incivilités observés chez les personnes adhérant à cette attitude : une explication psychologique individuelle ou des stéréotypes culturels ne suffisent pas à en rendre compte. Il importe de prendre en compte l'attitude de la société d'accueil. Comme nous le verrons dans le ***chapitre 12***, l'exclusion et l'ostracisme peuvent favoriser des comportements « asociaux » et notamment de l'agressivité.

Ce constat nous amène également à souligner qu'il ne suffit évidemment pas d'étudier les attitudes d'acculturation des minorités culturelles pour évaluer si l'acculturation sera réussie. Il importe également d'examiner les attitudes de la communauté d'accueil. À cet égard, le fait que la société d'accueil soit favorable à l'intégration favorise une politique multiculturelle, au sein de laquelle les membres de minorités sont encouragés à conserver leur culture d'origine, susceptible de favoriser une acculturation harmonieuse. Une enquête de Guimond, Streith et Roebroeck (2015) menée sur un échantillon représentatif de la population française

montre précisément que, contrairement à un stéréotype selon lequel les Français·es sont favorables à l'assimilation, le multiculturalisme (intégration) est la politique préférée. En revanche, lorsqu'on leur demande ce que pensent les autres Français·es, ils répondent majoritairement « l'assimilation » (voir figure 5.16).

En d'autres termes, il semble y avoir une grande ignorance dans la population française quant aux préférences effectives de ses concitoyen·ne·s. Ceci peut favoriser des politiques assimilationnistes dont on sait qu'elles sont souvent moins favorables à des relations interculturelles harmonieuses. Bref, en dépeignant la situation de l'immigration de façon très noire, on occulte une excellente nouvelle : l'orientation d'acculturation majoritaire que favorisent la majorité des Français·es correspond à celle qui est également préférée par les minorités culturelles.

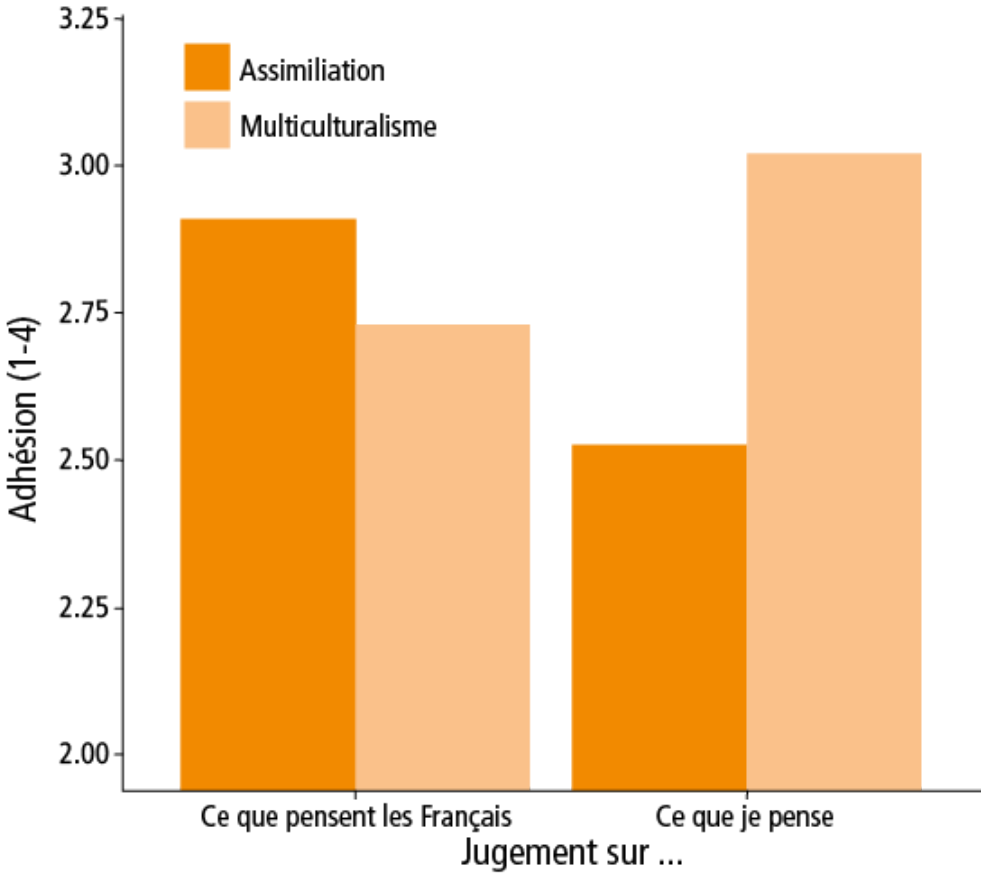


Figure 5.16. Adhésion à l'assimilation et au multiculturalisme en fonction de la perspective (d'après Guimond et al., 2019)

7. Les sous-cultures et leurs conséquences

Lorsqu'on aborde les différences culturelles, on tend souvent à comparer de vastes ensembles (culture « orientale » versus « occidentale » par exemple). Toutefois, des groupes humains beaucoup plus réduits peuvent également se caractériser par une culture propre. Est-il inapproprié de parler de « culture d'entreprise » ou de « culture hip-hop » ? Nous allons ici envisager deux « sous-cultures » : la culture de l'honneur d'une part et la culture de classe.

7.1. Culture de l'honneur

Quand l'honneur conduit au meurtre

En 2007, Sadia Sheikh, une jeune femme d'origine pakistanaise vivant en Belgique, refuse un mariage arrangé par sa famille et décide d'emménager avec son compagnon belge. Alors qu'elle rend visite à ses parents, Sadia est criblée de balles par son frère sur ordre de ses parents. Il s'agit d'un crime d'honneur — motivé par la volonté de préserver l'honneur de la famille, voire celui de la victime elle-même, souillés par le comportement de cette dernière.

Dans certaines cultures, notamment au Pakistan, mais également dans le pourtour méditerranéen et dans le sud-est des États-Unis, l'honneur joue un rôle fondamental dans les interactions sociales. L'honneur dépend de qualités morales comme l'intégrité, l'honnêteté, la bonté, mais, pour les hommes surtout, le fait d'être dur, de se protéger soi ainsi que sa famille à tout prix alors que pour les femmes, elle implique la vertu, la pureté. Dans ce type de culture, ce qu'est une personne et ce que les autres voient ou perçoivent en elle se confondent : la réputation que l'on nourrit au sein de la communauté est primordiale. Cela a pour conséquence que l'on est prêt à adopter la loi du talion (« œil pour œil, dent pour dent ») même lorsque les risques sont très conséquents.

Les psychologues sociaux Richard Nisbett et Dov Cohen (1996) ont étudié les conséquences de la culture de l'honneur sur la perception de la violence. Dans ce type de culture, on peut s'attendre à ce que la violence soit jugée légitime si elle vise à rétablir la réputation de l'individu. Une étude de Vandello et collègues (2009) illustre ce point. Dans cette étude, des étudiant·e·s chilien·ne·s (culture de l'honneur) et canadien·ne·s (où l'honneur joue un rôle moins important) écoutaient le récit d'un homme évoquant un épisode violent avec sa femme. Les Chilien·ne·s évaluaient ce mari violent de façon plus positive que les Canadien·ne·s, mais uniquement si la violence était liée à de la jalousie : il suspectait qu'elle flirtait avec un autre homme. Lorsque la motivation guidant la violence n'avait aucun rapport avec la jalousie (elle avait dépensé trop d'argent sur la carte de crédit), aucune différence entre les deux pays n'apparaissait (voir figure 5.17). Les personnes adhérant à une culture de l'honneur ne sont donc pas intrinsèquement plus portées sur la violence. Elles le sont seulement quand la réputation est en jeu.

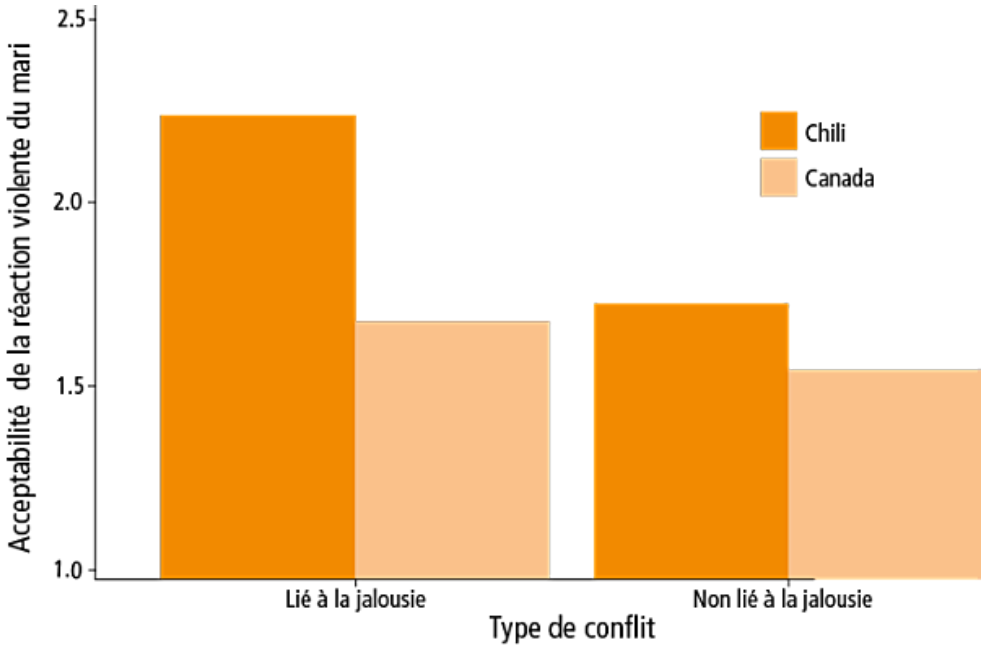


Figure 5.17. Acceptation de la réaction violente du mari en fonction du type de conflit et du pays (d'après Vandello et al., 2009)

Le plus frappant, c'est que cette culture de l'honneur est souvent épaulée par des institutions qui ont pignon sur rue, ce qui en garantit la perpétuation. Dans une étude de terrain, Cohen et Nisbett (1997) ont ainsi fait parvenir

des informations relatant un fait divers auprès de journalistes travaillant pour des quotidiens universitaires du Sud, du Nord et de l'Ouest des États-Unis. Le récit concernait un homme qui avait poignardé un autre homme en réponse à une insulte faite à l'encontre de sa sœur et de sa mère. Au départ de ces éléments, les journalistes étaient invité·e·s à confectionner un article qui serait susceptible d'être publié dans leur journal et de le renvoyer aux chercheurs, permettant à ces derniers d'examiner dans quelle mesure le comportement de l'auteur des faits était excusé et quel en était le degré de gravité perçu en fonction de l'origine géographique du quotidien. Comme prévu, les reporters travaillant pour les journaux du Sud, plus que leurs collègues des journaux du Nord ou de l'Ouest, estimaient que la provocation permettait de justifier la réaction de l'auteur. Un autre fait divers ne mettant pas en scène des éléments liés à l'honneur ne révèle quant à lui aucune différence du genre.

Pour l'anecdote, cette notion de culture de l'honneur est au cœur d'un des plus célèbres titres de Jimi Hendrix, *Hey Joe*, sorti en 1966 et qui est en réalité une adaptation d'une chanson « populaire » du Sud des États-Unis elle-même reprise par Johnny Hallyday en Français dès 1967. Les paroles relatent l'histoire d'un homme qui fuit au Mexique après avoir tué sa femme pour cause d'adultère. Cette situation est parfaitement en phase avec les fondements culturels qui prévalent au Texas et dans d'autres états sudistes (Nisbett & Cohen, 1996). À vrai dire, peu de fans francophones du fabuleux guitariste soupçonnent ce que sont les tenants et aboutissants d'un texte que beaucoup de gens qualifieraient de problématique sur le plan de l'égalité femmes-hommes. De façon cocasse, les paroles françaises ne font d'ailleurs aucunement allusion à cet honneur bafoué et ne parlent que d'une rivalité masculine pour une femme aimée. On peut raisonnablement penser que le fossé culturel entre la France et les USA y est pour quelque chose.

7.2. Culture de classe

Le quotidien des riches n'est pas le même que celui des pauvres, voilà bien une évidence. Dans tel quartier d'une grande ville, on verra des voitures haut de gamme dans un état impeccable garées dans les allées de villas cossues alors que dans un autre quartier, on trouvera des voitures plus ou moins cabossées stationnées le long de trottoirs défoncés face à des

immeubles à appartements relativement mal entretenus. Les supermarchés hard discount et les magasins de dépannage de nuit pullulent dans certains quartiers alors qu'ailleurs des enseignes luxueuses proposent des aliments d'origine biologique issus du commerce équitable ou des circuits courts dont est friande une classe de consommateur·rice·s aussi conscientisé·e·s que nanti·e·s. Certaines couches de la population fréquentent les expositions d'art contemporain alors que d'autres sont fascinées par les salons de « tuning » automobile. Et si peu de gens renoncent aujourd'hui à ce qu'on appelle un téléphone intelligent, la marque choisie est loin d'être l'effet du hasard.



© Hermes Riviera (Nicaragua)

Le fait est qu'il existe entre les gens des différences de ressources et, du même coup, des disparités en termes d'accès à des biens et à des services. Cette réalité n'a d'ailleurs pas échappé à nombre de penseur·e·s et d'analystes en sciences humaines et sociales. Depuis quelques années et singulièrement au cours de la dernière décennie, les psychologues sociaux·ales ont développé des modèles ambitieux pour appréhender la manière dont cette contingence est susceptible d'affecter les individus.



Annie Ernaux lors de la foire du livre de Brive-la-Gaillarde, en 2011 (© Lucas Destrem)

Plongeant des racines dans les travaux de Karl Marx et du sociologue allemand Max Weber, le sociologue français Pierre Bourdieu a incontestablement marqué la réflexion en matière de classes sociales et comment ces dernières trouvent à s'exprimer dans toute une gamme de comportements. Pour Marx et Engels (1848/2012), les classes sociales découlent de la répartition inégale des richesses. Alors que certain·e·s possèdent ce que ces auteurs appellent les moyens de production, d'autres sont contraint·e·s de vendre leur force de travail pour subsister. Ces différences économiques engendrent chez les un·e·s et les autres une conscience de classe dans le sens où chacun sait, si

ce n’est clairement, au moins confusément, son appartenance à un groupe donné dans le champ social. Parfois, cette conscience de classe prend la forme d’une *acculturation.* L’écrivain Annie Ernaux, issue de la classe populaire avant de devenir une auteure « bourgeoise », est ce qu’on appelle une transfuge de classe. Dans ses ouvrages, elle évoque remarquablement les difficultés ressenties à son arrivée à l’école — la nécessité par exemple de la ponctualité (qui n’était pas une norme chez elle) ou la langue utilisée, qui lui semblait bien différente de celle qui était pratiquée à la maison.

Les inégalités entre les classes sociales sont patentes. Depuis la dernière partie du siècle dernier et encore plus depuis la douloureuse crise financière de 2008, diverses observations et statistiques suggèrent que ces dernières se sont renforcées dans de nombreux pays occidentaux : un plus petit groupe de personnes concentre de plus en plus de richesses (Piketty, 2013).

Selon Kraus et ses collègues (2012), la classe sociale est bien plus qu’une catégorie d’appartenance, c’est un véritable contexte de vie dans lequel les individus évoluent. Les conséquences en sont loin d’être minces. Ainsi, les gens vont grandir dans certains quartiers, fréquenter des écoles plutôt que d’autres, intégrer des groupes et ne jamais croiser d’autres et vivre en couple et parfois se marier avec certaines personnes et pas d’autres. Ce contexte de vie est non seulement façonné par les conditions matérielles rencontrées par les individus, mais aussi par la place que ces derniers estiment occuper dans la hiérarchie sociale. En d’autres termes, tant des aspects objectifs que subjectifs entrent en ligne de compte. Les aspects objectifs font référence à des éléments qui rappellent ceux auxquels des sociologues comme Bourdieu (1930-2002) ont pu faire référence, à savoir les ressources financières, le niveau d’instruction, et le prestige professionnel. Notons que si ces éléments sont fortement corrélés, ils ne sont pas nécessairement redondants. Il n’en reste pas moins qu’ils constituent le sous-bassement matériel de ce contexte de vie. En outre, sur le flanc subjectif ou phénoménologique, on retrouve un élément de comparaison sociale profondément inscrit dans le fonctionnement social (Payne, 2017). Les êtres humains se rangent sur tout un ensemble de critères et la classe sociale n’échappe pas à la règle. Ainsi, les individus vont se percevoir comme étant plus ou moins élevés dans la hiérarchie sociale. Cette perception n’est pas la stricte traduction des conditions

matérielles dont est tributaire telle ou telle personne, mais peut varier en fonction des éléments, ou plus exactement, des autres personnes qui entrent en considération dans la comparaison. Selon les circonstances, quelqu'un pourra donc considérer que son appartenance à la classe moyenne ne fait aucun doute alors qu'elle se trouve, à en croire les stricts critères matériels, clairement appartenir à une classe sociale privilégiée.

Dans leur théorie qualifiée de socio-cognitive, Kraus et ses collègues considèrent que les expériences de vie engrangées au fil de l'existence conduisent au développement d'un système de connaissances, de tendances à l'action et de réactions affectives qui exerce de fortes contraintes sur ce que les individus peuvent penser, sentir et faire dans le cadre de leurs relations sociales ou de manière plus générale. Pour la facilité, le modèle aborde deux grandes façons d'appréhender l'environnement selon que l'on appartient aux classes défavorisées ou, au contraire, aux classes favorisées. D'une part, il y a une posture « contextualiste » et d'autre part une posture « solipsiste ».

Du point de vue des membres des classes défavorisées, la priorité est ainsi généralement accordée au contexte. En effet, du fait des ressources limitées dont elles disposent et de leur perception d'occuper un rang inférieur, les personnes qui se situent en bas de l'échelle sociale font face à des contraintes extérieures accrues comme le fait de vivre dans des quartiers peu sûrs, la menace d'une perte d'emploi, des obstacles financiers dans le parcours scolaire. Tout cela vient limiter les opportunités et restreindre les marges de manœuvre. Ressources limitées, incertitudes et manque de prévisibilité constituent dès lors une part centrale de l'expérience de vie des personnes défavorisées et leur donnent le sentiment que leurs actions sont constamment sous l'influence de forces largement hors de leur contrôle. Ces individus en viennent peu à peu à forger un système de connaissances qui privilégie les explications situationnelles et les facteurs qui échappent à leur contrôle.

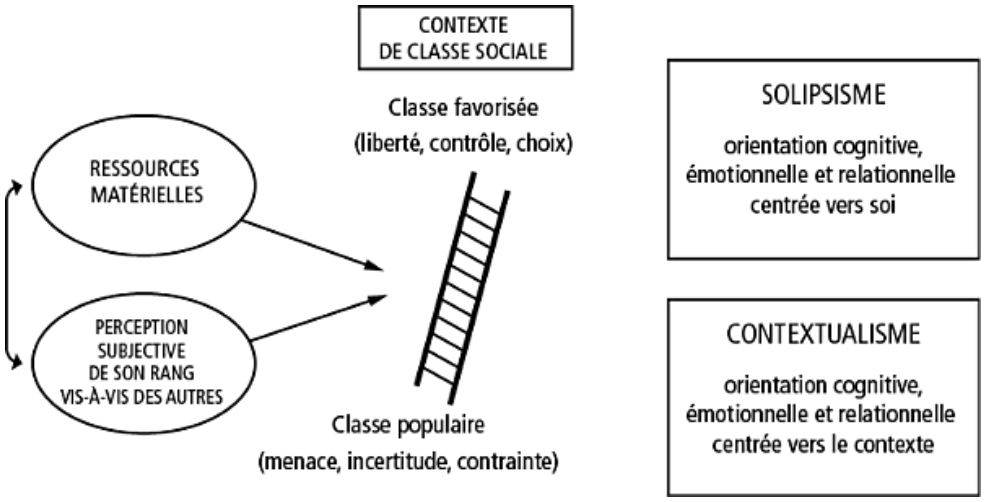


Figure 5.18. Modèle socio-cognitif de Kraus, Piff, & Keltner (2012) (source et traduction: Goudeau et al., 2017))

À l'opposé, les contextes de vie dans lesquels évoluent les personnes de classes favorisées mettent à l'honneur un fonctionnement individuel affirmé. Confrontées à des environnements marqués par des ressources abondantes et un rang social perçu plus élevé, les personnes des classes sociales supérieures sont libres de poursuivre les objectifs qu'elles se choisissent. Le « solipsisme » fait référence à une théorie philosophique selon laquelle la seule réalité qui existe du point de vue d'un sujet pensant est soi-même. Les plus privilégié·e·s seraient donc en quelque sorte des solipsistes orienté·e·s principalement sur le soi.

À l'appui de cette hypothèse, Piff et ses collègues (2010) montrent que, paradoxalement, les personnes issues de classes défavorisées se montrent plus généreuses lorsqu'il s'agit de répartir des points entre elles et un inconnu dans le cadre d'une expérience. Toutefois, la différence de générosité entre « riches » et « pauvres » disparaît lorsque le comportement se fait en public (Goudeau, Autin, & Croizet, 2017). Dans ce cas, l'image de soi est en jeu. Les personnes plus favorisées étant davantage centrées sur le soi, elles se montrent donc plus généreuses. Dans une autre série d'études, Piff et al. (2012) comptaient le nombre d'infractions commises en fonction du prix de la voiture dans deux contextes différents : un carrefour très emprunté (où l'infraction était de ne pas respecter un signe « stop ») et un passage pour piétons (où l'infraction consistait à ne pas laisser passer un piéton). Comme on le voit sur la figure 5.19, les voitures les plus luxueuses

commettaient davantage d'infractions que les plus modestes. Ceci s'expliquerait, selon les chercheurs, par le fait que les personnes appartenant aux classes plus aisées seraient plus centrées sur elles-mêmes (et moins sur le bien d'autrui, que leur comportement met potentiellement en péril). Ces résultats peuvent sembler paradoxaux car ils tordent le cou à l'idée selon laquelle, vu la précarité de leur environnement, les pauvres sont plus susceptibles de transgresser des règles sociales ou de se montrer égoïstes.

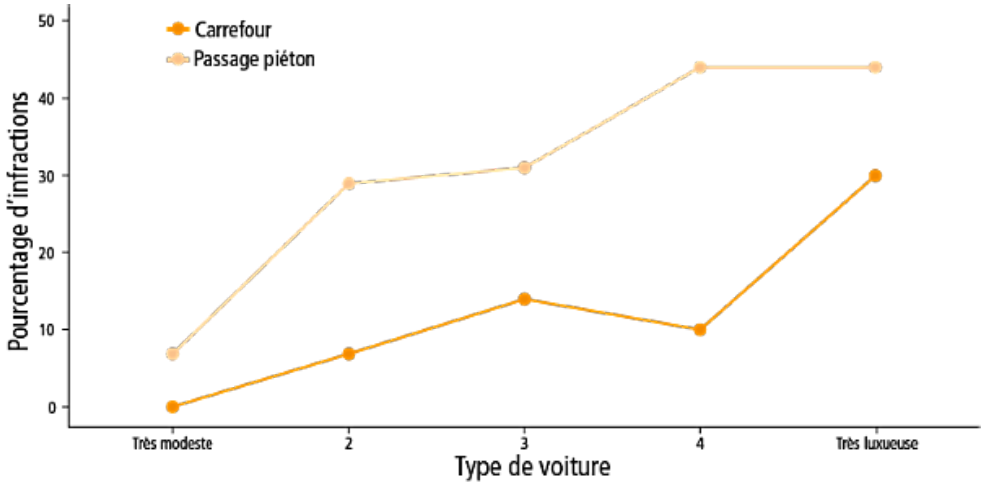


Figure 5.19. Pourcentage d'infractions selon le type de voiture et le type d'infraction (d'après Piff et al., 2012)

Y a-t-il une véritable culture de classe ? Pour plusieurs chercheur·e·s, la socialisation au sein d'une classe sociale amènerait les individus à développer certains modèles culturels, en particulier quant au rapport entre le soi et son environnement social. Selon Stephens, Markus, et Townsend (2007), les conditions matérielles et sociales des individus de classe favorisée faciliteraient l'élaboration d'un *modèle de soi indépendant* : celui qui caractérisait les sociétés occidentales dans les comparaisons interculturelles évoquées précédemment. De plus, les conditions matérielles et sociales d'existence encourageraient ces individus à exprimer leurs intérêts, préférences et opinions. À l'opposé, les contextes des classes populaires, caractérisées par des ressources économiques plus faibles et une plus grande dose d'incertitude, favoriseraient un *modèle de soi interdépendant* comme dans les cultures « collectivistes » décrites précédemment. L'adaptation au contexte des classes populaires est

également synonyme de force et de résilience (Goudeau et al., 2017). Cette forme d'interdépendance, caractérisée à la fois par une attention aux autres et par de la dureté et de la ténacité est qualifiée d'*interdépendance dure.*

À l'appui de cette hypothèse, Steffens et ses collègues (2007) ont reproduit l'expérience de Kim et Markus sur les « stylos dans les aéroports » évoquée plus haut en comparant des individus issus de classes favorisées et défavorisées. Elles constatent que les participants de classes favorisées préfèrent le stylo de couleur minoritaire, mettant en valeur leur singularité, alors que les personnes de classes défavorisées préfèrent le stylo de couleur majoritaire.

Psycho sociale en questions

L'école est-elle un miroir de la société ?

L'école et plus encore l'université sont des environnements dans lesquels des valeurs correspondant à celles des classes favorisées sont particulièrement susceptibles d'être encouragées : expression de soi, indépendance d'esprit, autonomie… Pour les personnes issues de milieux défavorisés, l'arrivée dans le contexte scolaire peut être vécue comme un décalage culturel. Considérons ainsi l'idéologie méritocratique selon laquelle les plus doué·e·s et/ou les plus travailleur·euse·s réussissent mieux à l'école. Il s'agit d'une croyance fortement valorisée dans le contexte scolaire. Cette croyance est également très liée à la conception d'un soi indépendant qui peut agir sur son environnement (il est doué « d'agentivité »). Darnon et ses collègues (2018) ont demandé à des enfants de CM2 (ce qui équivaut à la 5e primaire en Belgique) d'effectuer des tâches de grammaire et de mathématiques. Les enfants étaient au préalable répartis en deux conditions expérimentales. La première moitié lisait un texte soulignant l'idéal méritocratique (« à l'école, tous les élèves ont les mêmes chances, mais seuls ceux qui ont les capacités et la motivation

réussissent », etc.) et l'autre un texte contrôle sans rapport avec le mérite. On constatait que les enfants de classes favorisées et défavorisées obtenaient les mêmes résultats dans la condition contrôle. À l'inverse, dans la condition « méritocratie », les jeunes issus de milieux favorisés réussissaient mieux que ceux et celles venant de milieux défavorisés (voir figure 5.20). Une façon d'expliquer ces résultats consisterait à suggérer que, pour les enfants issu·e·s de milieux défavorisés, la méritocratie met en avant une vision du soi qui est en décalage avec leur socialisation. Cela pourrait être une source de stress et, dès lors, altérer les performances scolaires (Goudeau et al., 2017).

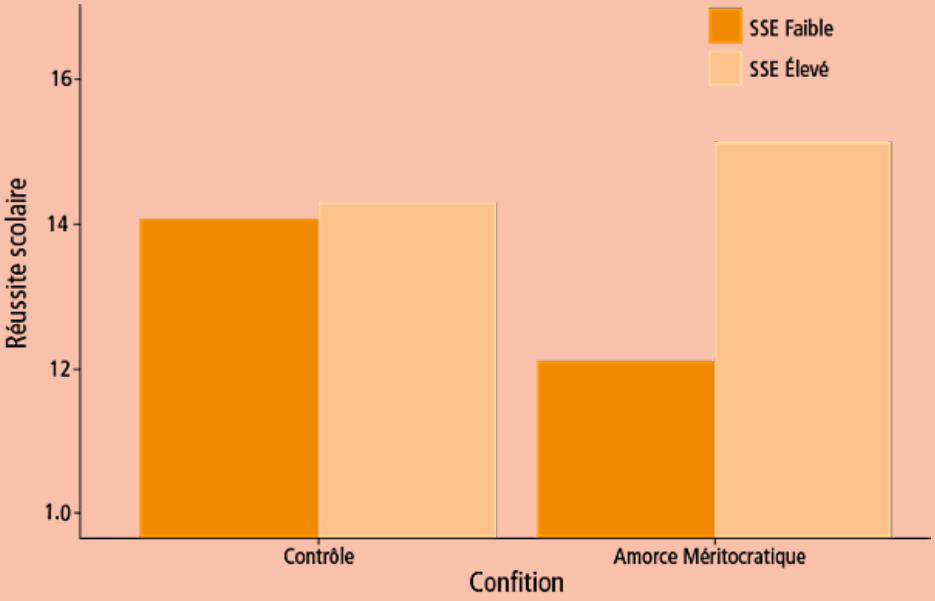


Figure 5.20. Réussite scolaire selon les conditions et le statut socio-économique (SSE) des élèves (d'après Darnon et al., 2018)

8. Conclusions

Les êtres humains collaborent pour interpréter le réel dans lequel ils évoluent. Ils appréhendent les changements en développant collectivement

des formes de savoir qui leur permettent d'intégrer ce qui est inédit à ce que l'on connaît, mais aussi de relier le présent au passé. Les représentations sociales et la mémoire collective constituent donc des composantes de toute première importance dans la compréhension du monde et la coordination des individus. Les contraintes matérielles dans lesquelles évoluent les gens façonnent les différentes cultures, ce qui génère diverses manières de penser et, en définitive, de concevoir le soi, que ce soit dans sa dimension individuelle ou sociale. Les travaux sur les représentations sociales et la mémoire collective présentent des liens évidents même si la question de la mémoire collective a été abordée dans bien d'autres disciplines que la psychologie sociale.

De manière générale, les recherches sur la culture interrogent les prétentions à l'universalité de la recherche en psychologie sociale. Les modèles utilisés dans cette discipline ont souvent une ambition de généralisation et ne sont pas supposés s'appliquer à une culture particulière. Or, la toute grande majorité des recherches menées l'ont été et le sont toujours sur des participant·e·s que l'on peut qualifier de WEIRD. Il y a clairement un danger ici à poser comme universels, et donc comme normatifs, les comportements, et les processus, qui caractérisent les individus les plus privilégiés de la planète et, somme toute, très nettement minoritaires. Les travaux envisagés dans ce chapitre soulignent les limites d'une telle approche et la réelle plus-value à construire une psychologie sociale qui intègre véritablement la diversité des réalités et des contextes sociaux auxquels sont confrontés les êtres humains à travers le monde.

---

3. https://www.glamour.com/story/divorced-women-on-how-they-spent-their-first-single-night

4. Analyse factorielle des correspondances

5. Voir ***chapitre 4***

6. Dans le récit complotiste, celui-ci est souvent attribué aux services secrets britanniques, certaines personnes au sein de l'appareil de l'État étant gênées par la relation de la princesse avec un riche homme d'affaires égyptien.

7. https://www.college-de-france.fr/media/francois-heran/UPL11956176060793600 66_DP_Fran__ois_H__ran.pdf

L’essentiel

Résumé

La psychologie sociale offre un éclairage tout à fait particulier sur le phénomène culturel et ce qui en découle (transmission, comparaison, mémoire collective, etc.). Dans leur souhait d’interpréter le réel, les êtres humains sont amener à collaborer et de forger des représentations communes. Celles-ci leur permettent d’appréhender l’inconnu et de constituer une mémoire collective, liant passé et présent. Les contraintes auxquelles les groupes d’individus font face conditionnent largement la construction de ces manières de penser et de se concevoir en tant qu’individu ou collectivité. Le mot d’ordre de ce chapitre est donc un certain relativisme : les modèles normatifs que produit fréquemment la psychologie sociale connaissent des limites qui ne pourront sans doute être dépassées qu’en prenant en compte la diversité culturelle.

Questions pour aller plus loin

1. Proposez un exemple d’ancrage et un exemple d’objectivation en rapport avec une représentation sociale de votre choix.

2. Que répondriez-vous à quelqu'un qui vous prétend que les Japonais sont collectivistes alors que les Occidentaux sont individualistes (ce qui expliquerait une moins grande solidarité chez ces derniers) ?

3. Qu'est-ce qu'un souvenir flash ? Donnez deux exemples.

4. Quelle est la différence entre mémoire officielle et mémoire vive ?

5. Est-ce que le fait d'appartenir à un groupe qui a été victime d'atrocités dans le passé rend plus à même de faire face à des conflits contemporains? Pourquoi ?

6. Croire à des théories du complot est parfaitement irrationnel. Discutez cette affirmation à la lumière des notions vues dans le chapitre.

Lectures pour aller plus loin

En Français

Bruner, J. (1990/2015). *Car la culture donne forme à l'esprit*. Paris : Retz.

Goudeau, S., Autin, F., & Croizet, J. C. (2017). Étudier, mesurer et manipuler la classe sociale en psychologie sociale : Approches économiques, symboliques et culturelles. *International Review of Social Psychology, 30(1)*, 1-19.

Guimond, S. (2010). *Psychologie sociale : perspective multiculturelle*. Bruxelles : Mardaga.

Licata, L., & Heine, A. (2012). *Introduction à la psychologie interculturelle*. Louvain-la-Neuve, Belgique : De Boeck.

Lo Monaco, G., Delouvée, S. et Rateau, P. (2016). *Les représentations sociales : théories, méthodes, applications*. Louvain-la-Neuve : De Boeck.

Moliner, P. et Guimelli, C. (2015). *Les représentations sociales : fondements historiques et développements récents*. Paris : Presses Universitaires de Grenoble.

Lantian, A. (2018). *Croyez-vous aux théories du complot ?* Grenoble : PUG.

En Anglais

Nisbett, R. E., & Cohen, D. (1996). *Culture of honor: The psychology of violence in the South*. Boulder, CO, US: Westview Press.

Henrich, J., Heine, S. J., & Norenzayan, A. (2010). The weirdest people in the world? *Behavioral and Brain Sciences, 33(2-3)*, 61-83.

Hirst, W., Yamashiro, J. K., & Coman, A. (2018). Collective memory from a psychological perspective. *Trends in cognitive sciences, 22(5)*, 438-451.

Nisbett, R. (2004). *The geography of thought: How Asians and Westerners think differently... and why*. New York: Simon and Schuster.

Payne, K. (2017). *The broken ladder: How inequality affects the way we think, live, and die*. Penguin.

Schaller, M., & Crandall, C. S. (Eds.). (2003). *The psychological foundations of culture*. New York: Psychology Press.

Triandis, H. C. (2018). *Individualism and collectivism*. Londres: Routledge.

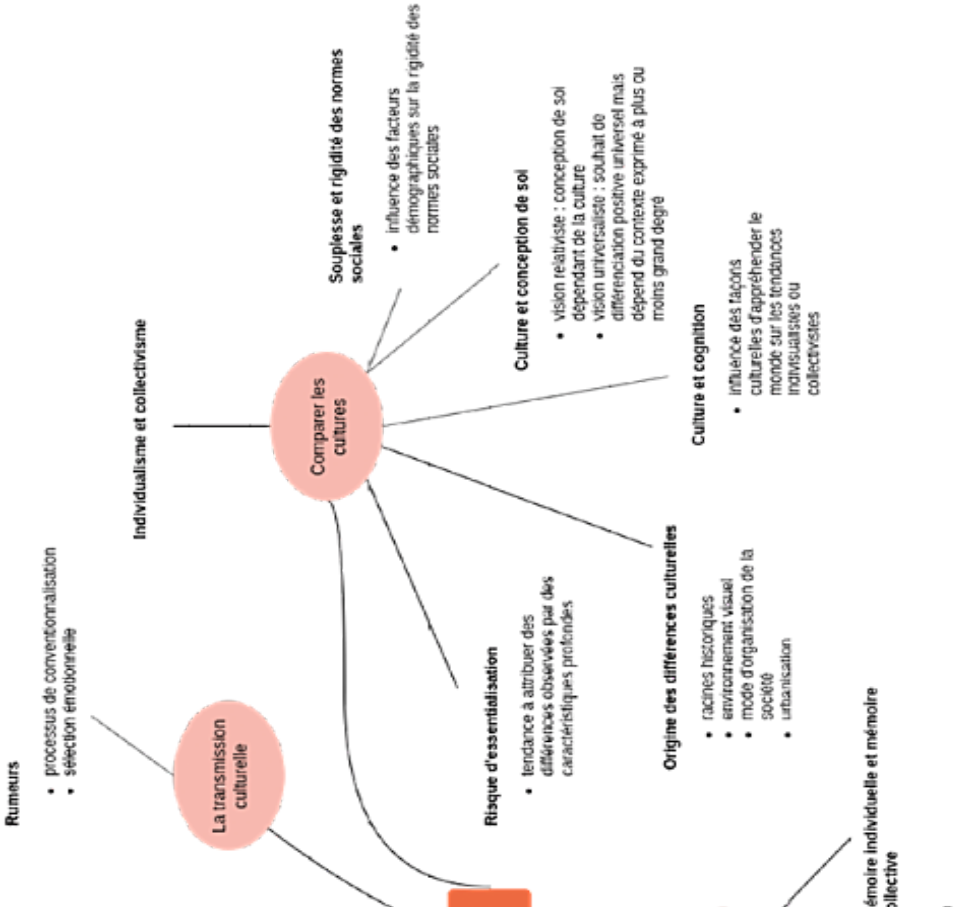
van Prooijen, J.W (2018). *The psychology of conspiracy*. Oxon: Routledge.

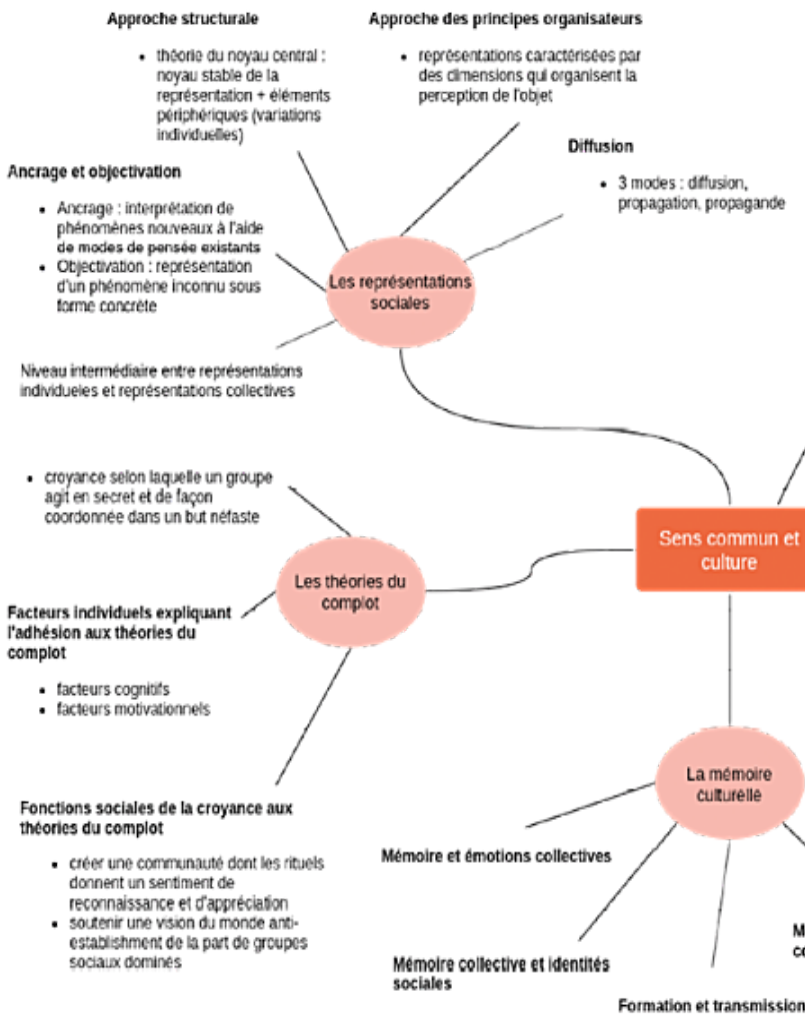
Pour illustrer

La théorie des représentations sociales, cours de Sylvain Delouvée.

Rumeurs et théories du complot.

Série radiophonique « Mécaniques du complotisme ».




Approche structurale
théorie du noyau central : noyau stable de la représentation + éléments périphériques (variations individuelles)
Approche des principes organisateurs
représentations caractérisées par des dimensions qui organisent la perception de l'objet
Diffusion
3 modes : diffusion, propagation, propagande
Ancrage et objectivation
Ancrage : interprétation de phénomènes nouveaux à l'aide de modes de pensée existants
Objectivation : représentation d'un phénomène inconnu sous forme concrète
Les représentations sociales
Niveau intermédiaire entre représentations individueles et représentations collectives
croyance selon laquelle un groupe agit en secret et de façon coordonnée dans un but néfaste
Les théories du complot
Facteurs individuels expliquant l'adhésion aux théories du complot
facteurs cognitifs
facteurs motivationnels
Fonctions sociales de la croyance aux théories du complot
créer une communauté dont les rituels donnent un sentiment de reconnaissance et d'appréciation
soutenir une vision du monde anti-establishment de la part de groupes sociaux dominés
Sens commun et culture
La mémoire culturelle
Mémoire et émotions collectives
Mémoire collective et identités sociales
Formation et transmission



CHAPITRE

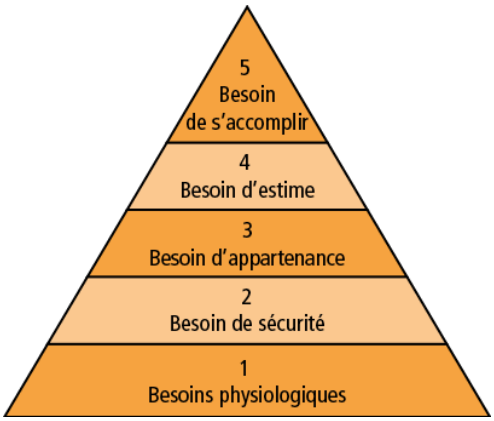
6

De la présence d’autrui à la formation des norme

Dans ce chapitre, nous nous pencherons sur la façon dont la présence d’autrui influence notre comportement. Nous envisagerons tout d’abord l’influence d’autrui sur la performance, à travers les phénomènes de facilitation sociale et de paresse sociale. Nous nous pencherons ensuite sur l’imitation du comportement d’autrui. Dans un troisième temps, nous examinerons la formation des normes sociales, et en particulier les études classiques de Sherif (1936) sur cette question. Nous examinerons également des théories plus récentes comme la théorie de la

réalité partagée et la théorie de l’auto-catégorisation.

Selon Abraham Maslow (1943), on peut distinguer cinq catégories de besoins humains. On ne se préoccupe d'une catégorie que si la catégorie inférieure, plus fondamentale, a été satisfaite. C'est la fameuse « pyramide des besoins ». Pour lui, les besoins les plus fondamentaux sont les besoins physiologiques (faim, sexualité…). C'est une fois que ceux-ci sont satisfaits que les humains se préoccupent de leur sécurité (la deuxième catégorie). Interviennent ensuite les besoins d'appartenance et d'amour, puis d'estime de soi et enfin d'accomplissement de soi.



Pyramide de Maslow.

Bien que très populaire, cette vision des choses est hautement contestable. Contrairement à d'autres espèces (mais pas toutes), l'être humain a fondamentalement besoin de l'autre pour accomplir même les besoins physiologiques qui se situent à la base de la pyramide de Maslow. Seul l'apprentissage par le contact avec autrui (le plus souvent ses parents) lui permettra de survivre. En consultant les travaux sur les « enfants sauvages », ces enfants abandonné·e·s dans leur petite enfance, et isolé·e·s, on constate d'ailleurs que des comportements aussi « naturels » que la station debout ou le rire ne sont pas présents. Ceci démontre l'importance de la transmission culturelle. Cette transmission culturelle est essentielle à notre survie. Dans la plupart des sociétés humaines, la survie n'est d'ailleurs possible qu'en s'insérant dans le tissu social grâce à des organisations ou des institutions qui ont été transmises socialement et culturellement. Gagner de l'argent, faire ses courses, travailler : autant d'activités qui demandent une insertion sociale et culturelle et sans lesquelles la vie dans les sociétés modernes peut paraître bien difficile.

De façon intéressante, si l'on cherche à savoir ce qui rend les gens heureux, on découvre que le fait d'avoir des relations sociales est un des meilleurs prédicteurs du bien-être. Par exemple, Mehl et al. (2010) ont recouru à un enregistreur porté par des étudiant·e·s participant à leur étude. L'appareil s'activait spontanément pendant 30 secondes toutes les 10 minutes. Les auteur·e·s ont ensuite codé les enregistrements et évalué le bien-être de leur

participant·e·s grâce à une échelle validée. Plus ces dernier·ère·s passaient du temps seul·e·s, moins il·elle·s étaient heureux·ses. En revanche, le fait de parler avec d'autres, et en particulier d'avoir de véritables conversations (par opposition au fait d'échanger des banalités) était fortement lié au bien-être. L'isolement social ne nuit pas seulement au bien-être, mais prédit un risque de mortalité de 25 à 30 % plus élevé (Holt-Lunstad et al., 2015).

La survie dans les environnements inhospitaliers dans lesquels évoluaient nos ancêtres hominidé·e·s dépendait de la vie en groupe (Wilson & Wilson, 2007). Des gènes favorisant des comportements induisant le contact social — le fait par exemple qu'une mère soit préoccupée par le cri de son bébé et qu'inversement un bébé pleure quand il est seul — auraient dès lors fait l'objet d'une sélection au cours de l'évolution humaine. La présence de telles prédispositions peut non seulement favoriser la survie des individus, mais également celle de leur descendance.



Étant donnée cette nature profondément sociale de l'être humain, celui-ci a développé des compétences particulières dans la régulation et le traitement de l'information sociale. Comme on a pu l'évoquer dans le ***chapitre 3***, des travaux en neurosciences montrent qu'une partie importante du cerveau humain est consacrée au traitement de l'information sociale, ce qu'on appelle le « cerveau social ». Celui-ci est activé de façon quasiment spontanée (Lieberman, 2015).

Bref, vu le caractère éminemment social de l'être humain, il est légitime de se demander comment la présence d'autrui influence différents processus psychologiques. Ce sera l'objet de ce chapitre. Nous ne pourrons pas tous les aborder ici. Dans un premier temps, nous nous intéresserons à l'influence d'autrui sur la performance. Ensuite, nous nous pencherons sur l'imitation, qui est un des comportements les plus aisément déclenchés par la présence d'autrui. Et enfin, nous nous pencherons sur l'influence d'autrui en ce qui concerne la formation des normes sociales.

1. Présence d'autrui et performance

1.1. Facilitation et détérioration sociale

Un coureur cycliste roule beaucoup plus rapidement s'il est en compagnie d'autres coureurs rapides. Ce phénomène avait déjà été démontré par le psychologue américain Norman Triplett (1898), qui a comparé le temps moyen dans des courses cyclistes en groupe, en contre-la-montre individuel ou en contre-la-montre en équipe. En moyenne, les coureurs mettaient +/-25 % de temps en plus lorsqu'ils étaient seuls que dans les deux autres types de courses.

Quand l'autre permet de repousser les limites

Un exemple récent (même s'il est anecdotique) de l'influence d'autrui sur la performance concerne le record du monde du marathon féminin que l'on doit, au moment où nous écrivons ces lignes, à Paula Radcliffe en 2003 (en 2 heures 15 minutes et 25 secondes et 2 minutes de mieux que la performance suivante). Une explication proposée à cette performance exceptionnelle est la présence de « lièvres » masculins dans cette course. La présence de coureurs (encore) plus rapides (en tout cas sur une partie du parcours) aurait permis une meilleure performance.



▶ *Paula Radcliffe au marathon de New York en 2008 (© Fergal Carr).*

L'exploit de Paula Radcliffe est un parfait exemple de facilitation sociale, à savoir le fait que la performance se trouve améliorée en présence d'autrui. Ce phénomène est un des plus anciens à avoir fait l'objet d'investigations empiriques en psychologie sociale. Il a été mis en évidence dans de nombreux contextes. En revanche, après une première vague de résultats

congruents, d’autres travaux ont quant à eux mis en évidence un effet inverse. En clair, dans certains cas, la présence d’autrui semble avoir un effet négatif sur la performance. Par exemple, la belle-mère de l’un d’entre nous ne parvient jamais à se garer en créneau quand un·e automobiliste la suit (et l’observe).

Les résultats contradictoires s’accumulant, les chercheur·e·s ont fait ce qui arrive souvent dans ce genre de situations, il·elle·s se sont désintéressé·e·s du problème. Il faudra des décennies avant que l’on ne se penche à nouveau sur la question, mais force est de constater que l’avancée sera de taille. Même s’ils ne connaissaient pas notre belle-mère, Zajonc, Heingartner et Hermann (1969) ont cherché à expliquer les divergences en examinant de près l’ensemble des situations pour lesquelles la présence d’autrui améliorait la performance et toutes celles où la performance se détériore chaque fois que quelqu’un d’autre observe ou réalise la tâche en même temps. Et une idée leur est venue : le degré de difficulté des tâches semblait jouer un rôle. Pour mettre cette idée à l’épreuve, ils se sont penchés sur les tâches dans lesquelles différentes solutions sont possibles. Dans ce type de tâches, un comportement particulier, que l’on peut appeler la « réponse dominante » est habituel. Par exemple, si vous faites face à une porte fermée, la réponse dominante pour l’ouvrir consiste à tourner la poignée. Dans certains cas, toutefois, vous aurez beau vous acharner sur la poignée, elle restera close et il faudra trouver une autre solution ! Donc, dans certaines tâches, celles qu’on pourra qualifier de faciles, la réponse correcte est la réponse dominante. Pour d’autres tâches, plus difficiles, la réponse dominante n’est pas la réponse correcte. En outre, Zajonc postule que la présence d’autrui a un effet d’excitation (« drive »). Ces deux éléments sont importants dans la mesure où le psychologue comportementaliste Clark Hull avait proposé que lorsqu’un individu est dans un état d’excitation, la réponse dominante a plus de chances d’être produite. Du coup, selon le raisonnement de Zajonc, la performance devrait augmenter en présence d’autrui lorsque la réponse dominante est correcte. Par contre, elle diminuera lorsque la réponse dominante s’avère incorrecte. Voici le paradoxe expliqué ! La facilitation sociale se manifesterait lorsque la réponse dominante est correcte et la détérioration sociale se produirait lorsque la réponse dominante est incorrecte. Comme se garer en créneau

demande de définir une trajectoire dépendant de plusieurs paramètres, cela pourrait expliquer les déboires de notre belle-mère.

Pour mettre sa thèse à l'épreuve, Zajonc a eu une idée remarquablement ingénieuse : plutôt que de faire appel à des sujets humains, il décide d'étudier des insectes, et plus particulièrement des cafards. De fait, dans cette perspective, l'augmentation du « drive » suscitée par la présence d'autrui est une réponse quasiment innée et ne devrait pas être pas spécifique aux humains. Ceci permet d'écarter des interprétations recourant à des notions psychologiques comme l'orgueil ou la peur de l'échec ! De plus, les cafards ont cette particularité d'avoir une réponse dominante implacable : ils fuient la lumière, qu'ils abhorrent. Zajonc les a donc placés dans un simple tube éclairé à une des extrémités. En s'en éloignant en ligne droite (réponse dominante), le cafard pouvait gagner un havre de paix sombre (voir figure 6.1, gauche). Dans une autre condition « labyrinthe », le tube croisait un tube perpendiculaire qui menait lui au fameux refuge sans lumière (voir figure 6.1, droite). Pour l'atteindre, il fallait donc virer à droite ce qui, pour un cafard, n'est pas la réponse dominante (pour les humains non plus d'ailleurs). Dans une condition, certains cafards effectuaient la tâche en couple (condition « coaction »). Dans une autre condition, d'autres cafards étaient placés de part et d'autre du « tube », qui était transparent, de telle sorte qu'une audience était présente (condition « audience »). Chacun de ces traitements avait son propre contrôle, où la configuration était exactement la même, mais il n'y avait pas d'audience ou pas de compagnon.

Que constate-t-on ? Dans la condition labyrinthe, les cafards sont plus rapides lorsqu'ils sont seuls que lorsqu'ils sont en coaction. De même, la présence d'une audience diminue la performance (voir partie gauche de la figure 6.2). En revanche, lorsque le tube est droit, la coaction ou la présence d'une audience augmentent la vitesse des cafards (partie droite). En d'autres termes, la simple présence d'autrui semble avoir « excité » les cafards et les avoir poussés à répondre de la façon dominante ce qui, selon la configuration des tubes, pouvait s'avérer salvateur (lorsque le tube était droit) ou non (lorsque deux tubes perpendiculaires étaient utilisés).

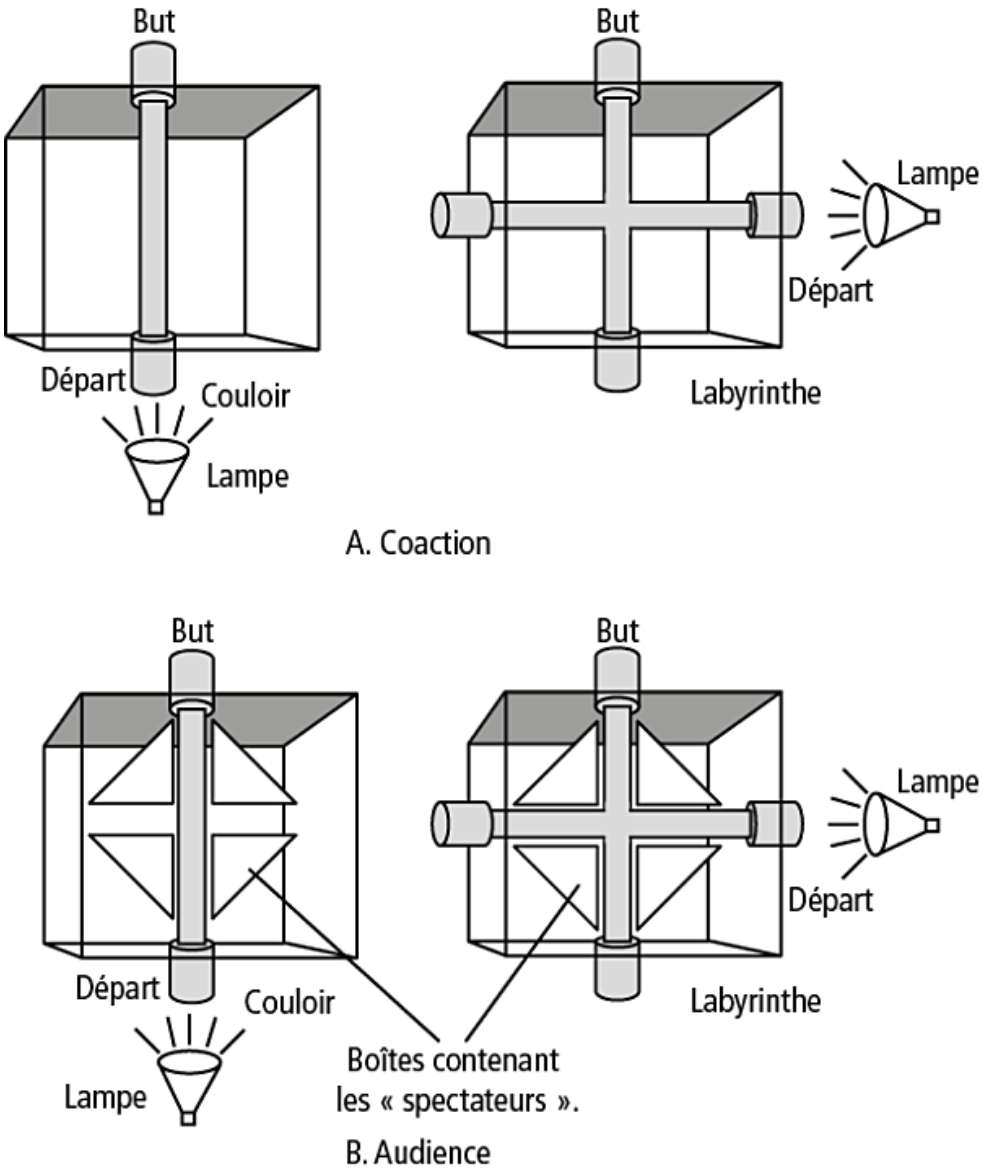


Figure 6.1. Matériel utilisé par Zajonc et al. (1969).

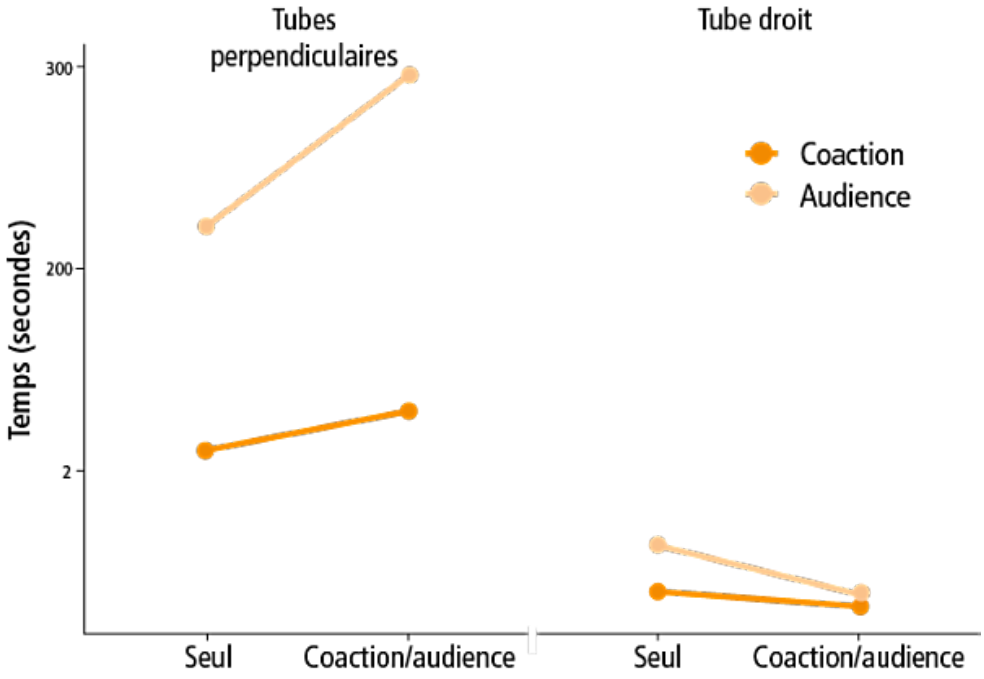


Figure 6.2. Temps utilisé pour atteindre l'objectif en fonction de la présence ou non d'autres cafards et de la configuration des tubes (d'après Zajonc, 1969)

Si ces résultats sont intéressants, on peut se demander si la simple présence d'autrui suffit pour exercer un tel effet et surtout si d'autres facteurs propres aux êtres humains ne jouent pas un rôle. À cet égard, l'influence d'autrui sur le soi pourrait être déterminante. L'*image de soi* pourrait également être un facteur important. Par exemple, alors que Zajonc entrevoit une cause génétique à l'augmentation de l'excitation produite par la présence d'autrui, Cottrell suggérait que la crainte que l'autre nous évalue serait responsable de cette augmentation. À l'appui de cette idée, Cottrell, Wack, Segeback, et Riddle (1968) ont montré que la présence d'une audience (un comparse) n'exerçait aucun effet sur la performance d'êtres humains si cette audience avait les yeux bandés et ne pouvait donc voir la performance du ou de la participante.

Même à considérer cet aspect, les résultats ne s'expliquent pas nécessairement par une excitation. Selon Bond (1982), par exemple, la présence d'autrui nous pousse à projeter une image favorable de nous-mêmes ***[chapitre 4]*** et pourrait dès lors exercer un effet positif sur la motivation. Si cette influence a un effet bénéfique sur la performance dans les tâches simples, elle aurait un effet négatif lorsque les tâches sont plus

complexes. Désireux de projeter une bonne image de lui-même, l'individu serait embarrassé par ses erreurs, ce qui exercerait une influence négative sur la performance (ceci pourrait aussi expliquer les difficultés que rencontre notre belle-mère pour se garer en créneau lorsqu'elle est observée). Pour tester cette hypothèse, Bond a demandé à ses sujets d'effectuer une tâche d'apprentissage soit de façon isolée soit en présence d'autrui. Il a par ailleurs fait varier la complexité moyenne de la tâche, qui comportait de façon prédominante des items simples, ou, au contraire, des items complexes. Toutefois, certains items étaient identiques d'une version à l'autre. Selon l'approche de Zajonc, l'effet de la présence d'autrui sur la performance à ces items devrait dépendre de leur difficulté. Elle devrait être meilleure en présence d'autrui pour les items simples et moins bonne pour les items difficiles. En revanche, elle ne devrait pas dépendre de la complexité moyenne de la tâche. Or, Bond constate que la présence d'autrui détériore également la performance sur les items faciles mais uniquement lorsque la tâche est complexe. Inversement, la performance aux items difficiles n'est pas influencée par la présence d'autrui lorsque la tâche est globalement simple. Ces résultats sont conformes à l'explication en termes de présentation de soi: lorsque la tâche semble difficile, les sujets craignent d'échouer, et de projeter une mauvaise image d'eux-mêmes, et leur performance sur tous les items, même les plus simples, s'en ressent. Au contraire, lorsque la tâche est globalement facile, ils ne nourrissent guère de crainte quant à leur réputation et leur performance aux items difficiles reste stable.

Selon une troisième approche (Baron, Moore, & Sanders, 1978), les effets de la présence d'autrui sur la performance pourraient dépendre de facteurs cognitifs et plus particulièrement de la capacité à se concentrer sur la tâche. L'idée est simple : lorsqu'on est en présence d'autrui, notre attention est en partie mobilisée par la présence de cette personne. Si la tâche à effectuer demande elle-même des ressources attentionnelles, il est probable que nous serons moins en mesure de focaliser notre attention sur tous les aspects de la tâche. Ceci peut s'avérer avantageux si réussir la tâche exige de se concentrer sur un nombre d'indices limité et d'ignorer les autres. En revanche, lorsqu'il faut faire attention à de nombreux éléments, le déficit de ressources attentionnelles pourrait s'avérer préjudiciable. Pour illustrer ceci,

imaginez le cas d'un joueur de football tirant un coup franc à l'abord du grand rectangle adverse. Il peut soit tirer de toutes ses forces sans se soucier de la position du gardien, de la taille du mur, ou de la position de ses coéquipiers, soit jouer plus subtilement en tenant compte de tous ces éléments. Dans certains cas (par exemple s'il est tout près du but et/ou que la balle est sur « son bon pied »), il est possible que les chances de marquer un but soient supérieures s'il essaye de faire abstraction de tous ces éléments que s'il en tient compte. Dans d'autres situations, ce sera l'inverse. Quoi qu'il en soit, l'élégance de l'approche de Baron réside dans le fait qu'elle fait les mêmes prédictions que celle de Zajonc, mais sur une base cognitive. Autrement dit, le rôle de l'attention se substitue à celui de l'excitation (drive).

L'une des démonstrations empiriques les plus convaincantes de ce phénomène a été proposée par Huguet, Galvaing, Monteil et Dumas (1999). Ces chercheure·s ont eu recours au test de Stroop. Dans ce test, les sujets sont exposés à des mots qui correspondent à des noms de couleurs. Les mots sont écrits dans une couleur qui correspond ou non à leur sens (par exemple, « vert » est écrit en vert ou en bleu). S'il est un phénomène robuste en psychologie, c'est le fait que les gens ont de la peine à ignorer le sens du mot : ils mettent plus de temps à identifier la couleur verte si le mot est «bleu» (sens du mot non congruent avec la tâche) plutôt que «vert» (sens du mot congruent avec la tâche). Ce résultat illustre la difficulté à *ne pas faire attention* à la dimension non pertinente. Ici, la lecture d'un mot étant une activité automatique et naturelle pour les sujets d'expérience, ils ne peuvent pas s'empêcher de lire le mot et donc d'être « contaminés » par son sens.

Cette tâche permettrait de départager les deux interprétations précédentes : si Zajonc a raison, la présence d'autrui dans ce type de tâche devrait favoriser la réponse dominante, à savoir la lecture du sens du mot, ce qui devrait se traduire par une détérioration des réponses lorsque la couleur du mot et son sens divergent (essais non congruents). En revanche, si Baron a raison, la présence d'autrui, en mobilisant des ressources attentionnelles, permettrait de focaliser celles qui « restent » sur les indices pertinents pour la tâche, à savoir la couleur du mot, et ne pas en « gaspiller » inutilement en traitant le sens du mot. Pour départager ces deux interprétations, Huguet et

ses collègues (2001 : expérience 1) ont soumis des étudiant·e·s français·es à la tâche de Stroop. Dans une condition contrôle, il·elle·s étaient seul·e·s. Trois autres conditions étaient incluses : dans une première, un·e comparse de même sexe était présent·e et observait leurs réponses. Dans une deuxième, ce·tte comparse n'observait pas leurs réponses et dans une troisième, le·la comparse n'était pas visible. On constatait un effet Stroop traditionnel dans la condition sans comparse : le temps était plus long pour les essais non congruents que congruents. En revanche, la présence d'un·e comparse diminuait fortement l'effet Stroop, et ce, tout particulièrement lorsque le·la comparse était attentif·ve ou invisible (ce qu'Huguet et ses collègues expliquent par le fait que le comportement du·de la comparse serait alors moins prévisible). Ces résultats corroborent donc l'hypothèse de Baron et al. (1978).

Dans les situations de coaction, un autre facteur peut favoriser la facilitation sociale : la *comparaison sociale* ***[chapitre 4]***. Confronté à un·e concurrent·e qui est plus performant·e, on peut ainsi se fixer un objectif plus ambitieux. La motivation accrue favoriserait ainsi la performance. À l'appui de cette hypothèse, Huguet et ses collègues (2001 : expérience 2) ont invité leurs participant·e·s à effectuer un test de Stroop tantôt seul·e·s, tantôt en présence d'un·e comparse de même sexe qui répondait soit plus, soit moins, soit aussi rapidement. Ces différences influençaient la performance : l'interférence diminuait lorsqu'un·e comparse était présent·e par rapport à la condition isolée (voir figure 6.3). Toutefois, sa rapidité exerçait également une influence importante : lorsque le·la comparse était plus rapide, l'interférence n'était plus statistiquement significative ! On constate en effet que la latence de réponse pour les essais non congruents est quasiment identique à la latence pour les essais congruents. L'interférence était plus élevée lorsque le·la comparse répondait à la même vitesse que le·la participant·e et encore légèrement plus élevée lorsqu'il·elle répondait plus lentement. En d'autres termes, des facteurs sociaux étaient à même de contrecarrer un phénomène aussi robuste et, jusque-là jugé inébranlable, que l'effet Stroop.

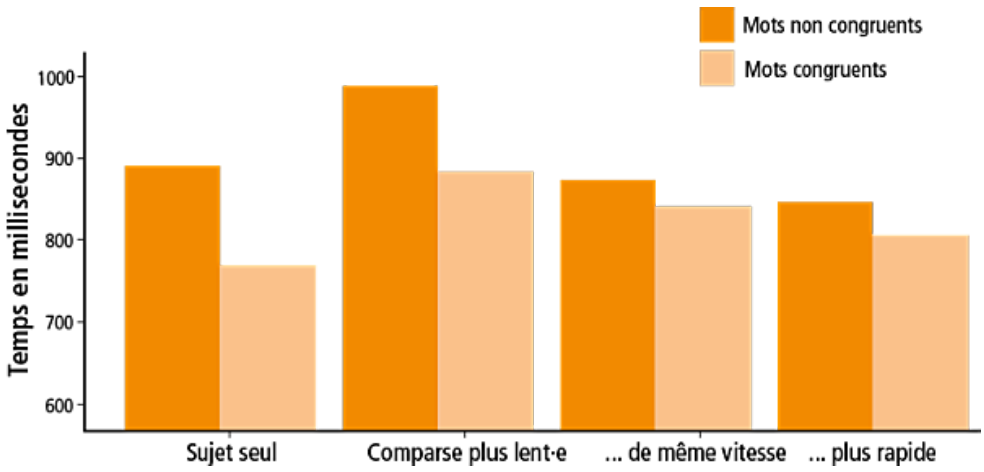


Figure 6.3. Temps de réaction en fonction du type d'essai et de la présence (performance) du·de la comparse (d'après Huguet et al., 1999).

Considérés dans leur ensemble, les travaux sur la facilitation sociale suggèrent que l'influence de la présence d'autrui sur la performance dépend d'une série de facteurs différents : émotionnels (drive), cognitifs (attention) et motivationnels (comparaison sociale).

1.2. La paresse sociale



Illustration de l'« effet Ringelmann ». À mesure que le nombre de participant·e·s augmente, l'énergie consacrée par chaque participant·e individuellement diminue. (© US Navy, Alexander Taurean)

Nous avons envisagé les effets de facilitation sociale dans deux types de situations : les situations de présence d'une audience passive et les situations de coaction, dans lesquelles on se trouve en compagnie d'une ou plusieurs autres personnes effectuant le même comportement. Nous allons à présent nous pencher sur une situation proche, mais distincte, à savoir que des individus collaborent ensemble à une même tâche. Dans ce type de situations, on a pu mettre en évidence le phénomène de *paresse sociale*. Ce phénomène renvoie au fait que les gens tendent à investir moins d'efforts dans une tâche s'ils s'y consacrent collectivement que s'ils s'y consacrent de manière individuelle. Le phénomène a été mis en évidence

pour la première fois en 1913 par un ingénieur français du nom de Ringelmann. Ce dernier a demandé à un groupe d'hommes de tirer (ensemble) sur une corde le plus fort possible. Il a constaté que plus la taille du groupe augmentait, plus la force exercée par chaque homme diminuait. Comment expliquer cette baisse de performance ? Était-ce dû aux difficultés de coordination induites par la présence d'un nombre de personnes plus important ? Ou les sujets se montraient-ils tout simplement moins investis dans la tâche ? Latané, Williams et Harkins (1979) ont cherché à résoudre cette énigme. Pour ce faire, ils ont demandé à des étudiant·e·s de crier le plus fort possible soit seul·e·s, soit en groupes de 2, soit en groupes de 6. Ils ont mesuré l'intensité du son produit et l'ont rapportée à chaque individu. Comme prévu (voir figure 6.4), cette intensité s'amenuisait à mesure que la taille du groupe augmentait. Mais ceci ne nous informe pas quant au fait de savoir si l'effet est dû à un manque de coordination ou à un effort réduit. Pour résoudre cette énigme, Latané et ses collègues ont demandé à un second groupe de sujets de crier les yeux bandés et en portant un casque. On laissait toutefois entendre à ces sujets qu'ils étaient en présence soit d'une autre, soit de cinq autres personnes. Dans ces « pseudo-groupes », on observait également une baisse de performance, ce qui tend à suggérer que les sujets s'époumonaient moins lorsqu'ils savaient que d'autres personnes étaient présentes pour vider leurs poumons !

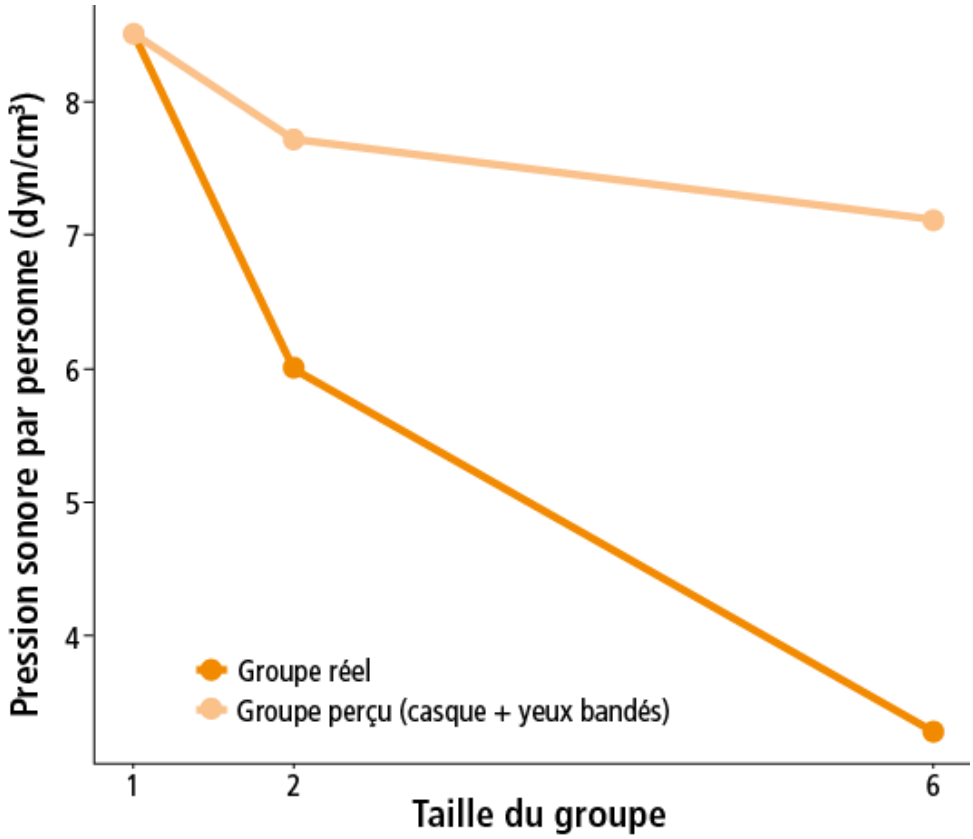


Figure 6.4. Pression sonore en fonction de la taille du groupe et de la présence réelle ou perçue d'un groupe (d'après Latané et al., 1979).

Psycho sociale en questions

Pourquoi recherchons-nous la compagnie d'autrui ?



La présence d'autrui joue également un rôle important dans la régulation des émotions, et plus particulièrement de l'anxiété. Selon Stanley Schachter (1959), lorsqu'on est angoissé·e, on recherche la compagnie d'autrui. Pour montrer cela, il a mis au point un scénario expérimental dans lequel il a informé la moitié des jeunes femmes participant à une expérience (nous les appellerons le

groupe de forte anxiété) qu'elles allaient subir un choc électrique qui, bien qu'inoffensif, serait douloureux. L'autre moitié (groupe de faible anxiété) apprenait que les chocs électriques seraient légers et peu douloureux. L'expérimentateur signalait alors aux participantes que la salle d'expérience n'était pas disponible tout de suite. Dans l'intervalle, il leur donnait la possibilité d'attendre dans une autre salle, soit seule, soit avec d'autres participantes. On constate que dans la condition de forte anxiété, les jeunes femmes sont beaucoup plus nombreuses (63 %) à préférer se regrouper que dans la condition de faible anxiété (où elles ne sont que 33 %). Comment expliquer une telle aspiration à la compagnie d'autrui ? Est-ce que nos jeunes filles espèrent que la compagnie d'autres angoissées va leur apporter un peu de sérénité ? Toute personne qui a attendu de passer un examen oral en compagnie d'autres étudiant·e·s sait qu'un tel espoir serait vain. Et de fait, Wrightsman (1960) a pu montrer ans une expérience similaire à celle de Schachter que la compagnie ne réduit pas l'anxiété. Autre explication envisageable : face à la perspective de l'échafaud, nos jeunes femmes souhaitent une dernière fois se divertir ce qui, en l'occurrence, consiste à pouvoir dialoguer avec d'autres personnes. Cette explication ne tient pas : tout d'abord, les résultats de Schachter sont reproduits dans une condition dans laquelle on signale aux jeunes femmes qu'il leur est interdit de communiquer. Mais, surtout, lorsqu'on leur donne la possibilité d'attendre en compagnie d'autres jeunes femmes qui ne participent pas à l'expérience, elles ne manifestent aucune préférence à attendre en groupe plutôt que seules. La misère cherche une compagnie miséreuse, en conclut Schachter.

Mais, s'il en est ainsi, quelle gratification peuvent-elles trouver à la compagnie d'autrui ? Selon des chercheurs qui ont travaillé ultérieurement sur cette question, la théorie de la comparaison sociale de Festinger (1954) pourrait offrir une explication à ce phénomène. De toute évidence, nos jeunes femmes sont dans

une situation d'incertitude quant à ce qui les attend. Certes, ça va faire mal, mais dans quelle mesure ? Et quel niveau d'émotion est approprié dans une situation pareille ? Est-il normal que mon cœur batte à 160 et que je sente de grosses gouttes de sueur perler sur mon front ? Selon la théorie de Festinger, dans une telle situation d'incertitude, on cherche précisément à se comparer à autrui. Pour mettre cette hypothèse à l'épreuve, Rabbie (1963) a reproduit la situation de Schachter en introduisant une manipulation : à la moitié de ses participantes (toujours des femmes), il a dit que « pour une personne sur quatre, les chocs seront assez douloureux alors que pour les autres, ils seront à peine détectables ». Dans cette condition, il créait donc une incertitude plus importante quant à l'effet des chocs. Conformément à la théorie de la comparaison sociale, les jeunes femmes étaient plus susceptibles de vouloir attendre en groupe dans cette condition que dans la condition contrôle, dans laquelle la douleur était présentée comme inéluctable.

Ces résultats suggèrent que le désir de compagnie d'autrui s'explique en partie par la volonté de cerner la réalité qui nous entoure. Pour comprendre ce que je ressens, et ce qu'il est « normal » de ressentir, on cherche à se comparer à autrui. À cet égard et dans bien d'autres situations où prévaut un certain degré d'incertitude, un phénomène important est ce qu'on appelle l'heuristique de « preuve sociale ». Nous y revenons un peu plus loin après un détour par l'imitation et l'apprentissage social.

Et, en effet, sur base d'une méta-analyse[8], Karau et Williams (1993) suggèrent que ce phénomène s'expliquerait principalement par une réduction de la motivation due à la présence d'autrui. Autrement dit, plus le nombre de participant·e·s à la tâche augmente, moins on a l'impression que nos propres actions sont utiles pour la réussite de celle-ci. Ceci conduirait à une réduction des efforts consentis par chacun·e. Toute personne habituée à

des travaux de groupes est sans doute familière de ce phénomène ! Son importance ne doit guère être sous-estimée. Il intervient probablement dans l'abstentionnisme électoral : certain·e·s électeur·rice·s considèrent que leur voix a peu d'influence sur l'issue des élections et laissent donc les « autres » contribuer à l'effort collectif consistant à désigner des représentant·e·s politiques de qualité.

2. Imitation et influence

L'imitation est vraiment ce qu'on peut appeler une spécialité humaine. De fait, les enfants de 30 mois sont généralement beaucoup plus précis·es que des chimpanzés ou des bonobos dans l'imitation de gestes simples comme, par exemple, le fait de poser ou de faire tourner un objet (Subiaul, 2016). Il·Elle·s sont également beaucoup plus performant·e·s quand les comportements à imiter sont nouveaux ou inconnus. Ceci implique que, même si certains primates non humains sont en mesure de développer des savoirs culturels (comme l'utilisation d'outils), la transmission de ces normes d'un individu à l'autre et, plus encore, d'une génération à l'autre sera limitée par le manque de fidélité de l'imitation.



▶ Exemple de stimuli utilisés par Zajonc et al. Note : pour chacun des époux, il s'agit pour le sujet d'identifier la véritable épouse parmi 6 possibilités.

2.1. L'effet caméléon

Vous l'avez peut-être remarqué mais plus ils sont mariés depuis longtemps, plus les visages des époux tendent à se ressembler (Zajonc et al., 1987). Une explication possible à ce phénomène réside dans le fait que l'un et l'autre tendent à imiter leurs comportements et leurs mimiques respectifs jusqu'à ce que les traits de leurs visages finissent par converger. S'il est bien un phénomène que suscite souvent la présence d'autrui, c'est

précisément l'imitation. Nous avons tendance à reproduire les gestes, les paroles ou les expressions faciales voire les états émotionnels des personnes avec lesquelles nous interagissons. L'imitation se produit souvent de façon incidente, sans que nous ayons conscience que nous sommes en train d'imiter. C'est ce qu'on appelle l'effet caméléon.

À cet égard, les résultats les plus probants concernent la dyade (l'auteur·e de l'imitation et sa cible). Ainsi dans une expérience de Chartrand et Bargh (1999), les participant·e·s étaient invité·e·s à décrire des photographies en présence d'un·e comparse qui se faisait passer pour un·e autre participant·e. Selon la condition expérimentale, le·la comparse imitait ou non le comportement du.de la participant·e (par exemple sa posture, ses tics de langage…). Dans la condition d'imitation, les participant·e·s rapportaient aimer davantage leur interlocuteur·rice que dans la condition sans imitation, et ce en l'absence apparente de toute conscience de l'imitation. Il semble donc que l'imitation exerce une fonction de consolidation des rapports sociaux. Dit de façon moins pompeuse, on peut considérer qu'il s'agit d'une sorte de « colle sociale ». Des travaux montrent d'ailleurs que les gens ont plus tendance à imiter autrui lorsqu'ils cherchent à établir une relation sociale avec cette personne (Lakin & Chartrand, 2003). Ceci se produit même si l'objectif relationnel avait été amorcé de façon non consciente (en présentant des mots de façon subliminale). Selon Lakin et Chartrand, l'imitation serait un des outils de « notre répertoire comportemental ». Cet outil se mettrait à fonctionner inconsciemment dans les situations dans lesquelles nous cherchons à établir des relations sociales.

Mais l'imitation exercerait des effets qui dépassent la relation sociale entre imitateur·rice et imité·e. Elle conduirait l'individu à se montrer globalement plus sensible aux aspects sociaux dans son environnement et à développer une vision d'eux·elles-mêmes comme plus interdépendant·e·s, et moins indépendant·e·s. Ceci se traduirait par exemple par un conformisme plus important. Ce phénomène pourrait trouver sa source dans une plus grande « dépendance au champ », c'est-à-dire le fait d'envisager les relations entre les objets et individus qui l'entourent plutôt que comme des entités isolées. À l'appui de cette hypothèse, van Baaren et al. (2004) ont demandé à leurs participant·e·s néerlandais·es d'évaluer une série de publicités. Selon la condition expérimentale, l'expérimentateur·rice imitait leur comportement

pendant cette tâche ou ne l'imitait pas. On passait ensuite à une seconde partie dans laquelle les participant·e·s devaient visualiser une grille dans laquelle étaient représentés une série d'objets. La tâche consistait à se souvenir du plus grand nombre d'objets possible et de leur localisation. Selon van Baaren et al., se souvenir de la localisation d'un objet dans la grille est un indicateur de dépendance au champ. Et, effectivement, les participant·e·s qui avaient été préalablement imité·e·s se souvenaient de la localisation d'un plus grand nombre d'objets que ceux·celles qui ne l'avaient pas été. En revanche, on n'observait aucun effet de l'imitation sur le nombre d'objets totaux mémorisés, ce qui corrobore l'hypothèse selon laquelle l'imitation affecte spécifiquement la dépendance au champ et non pas la mémoire en général.



▶ Les macaques Rhésus possèdent des neurones miroirs, probable fondement neurophysiologique de l'imitation (© Sharp Photography).

Mais comment s'explique l'imitation proprement dite ? Pourquoi imite-t-on ? Une explication vraisemblable réside dans le principe de l'action idéomotrice initialement formulée par le philosophe américain William Carpenter en 1874. Selon cet auteur, le fait de se représenter une action tend à induire une réponse motrice correspondant à cette action. Par exemple, le joueur d'échecs qui imagine un coup possible a souvent tendance à amorcer un mouvement correspondant à ce coup. Pour expliquer ce phénomène, on peut une nouvelle fois mobiliser le concept de « schéma » qui se réfère ici à un ensemble de connaissances et de mouvements liés au comportement qui fait l'objet de l'imitation (par exemple « taper des pieds »). On peut expliquer ce phénomène par l'idée que le comportement d'autrui active un schéma spécifique (par exemple lié à l'observation des pieds qui touchent le sol ou au son que cela produit). Le schéma correspondant lorsque le soi effectue le comportement sera quelque peu différent : par exemple, lorsque je tape des pieds, je bénéficie non seulement d'une information visuelle, mais également d'une information tactile et sensorielle liée à cette activité. Toutefois, les deux schémas

correspondant à un comportement se recouvrent en partie (en l'occurrence, d'un point de vue visuel et auditif). Du coup, l'activation du schéma lié à autrui favoriserait l'activation du schéma lié au soi et donc la mise en œuvre du comportement.

L'existence de « neurones miroirs » chez les macaques Rhésus suggère l'existence d'un fondement neurophysiologique à ce phénomène d'imitation. Les neurones miroirs sont des neurones qui sont activés aussi bien lorsque le macaque observe un comportement que lorsqu'il l'effectue lui-même. Même si on n'a pas encore trouvé de neurones miroirs chez les humains, des effets similaires ont été observés au niveau de certaines régions cérébrales. Par exemple, observer les mouvements des mains d'autrui active les mêmes aires cérébrales que le fait d'effectuer ces mêmes mouvements (Chartrand & van Baaren, 2009). Il importe par ailleurs de souligner que toutes les formes d'imitation ne reposent pas nécessairement sur les mêmes mécanismes. Ainsi l'imitation émotionnelle (ou contagion émotionnelle) s'expliquerait par le fait que les individus tendent à ressentir des émotions qui correspondent aux intentions qu'ils nourrissent à l'égard de la personne imitée. Lorsque je ressens de la joie face à une personne qui en ressent également, cela peut s'expliquer par le fait que nous sommes tou·te·s les deux motivé·es à établir ou entretenir une relation positive. Nous adoptons alors les émotions qui correspondent à cet objectif. Le phénomène ne demande pas d'invoquer la représentation des mouvements des zygomatiques qui se superposeraient (Hess & Fischer, 2014).

2.2. L'apprentissage social

Affirmer qu'un·e élève « singe » son maître revient à disqualifier son apprentissage, comme s'il n'était que superficiel. Or, force est de constater que de très nombreux savoirs reposent sur l'imitation.

Se penchant sur le rôle de l'imitation dans l'apprentissage, Bandura (1971, 1977) a développé la théorie de l'apprentissage social. Cette théorie suppose qu'un·e enfant peut apprendre par l'imitation d'autrui, à savoir le·la modèle. L'apprentissage se produira d'autant plus volontiers que l'enfant se sent similaire à ce modèle et, mieux encore, qu'il·elle s'y identifie. Influencée par le behaviorisme, cette approche prend en compte la question

des « renforcements ». On sait que selon l'approche du behaviorisme opérant (Skinner, 1953), les individus ont davantage tendance à apprendre un comportement si celui-ci est renforcé positivement (comme un rat qui reçoit de la nourriture s'il réussit à parcourir un labyrinthe, voir ***chapitre 8***). Inversement, un comportement peut disparaître (« s'éteindre ») s'il est renforcé négativement (« puni »). Bandura (1977) propose qu'on peut s'attendre à des effets similaires lorsque l'élève *imite* un·e modèle.

Un stage d'observation… plutôt long



Pensons par exemple aux itamae, les cuisinier·ère·s responsables de la préparation des sushis et des sashimis dans les restaurants japonais. Ceux·elles-ci passent plusieurs années à observer leur maître sans préparer le moindre sushi avant qu'une première tâche leur soit confiée : la préparation du riz. Une fois que le riz a la bonne consistance, et le bon goût (grâce notamment au vinaigre) aux yeux du·de la chef·fe, il·elle peut être promu·e.

Premièrement, l'enfant sera sensible au fait que l'imitation du·de la modèle est l'objet de renforcements, qui peuvent être externes (si les parents le·la félicitent par exemple) ou internes (il·elle se sent plus heureux·se en jouant à ce jeu). Mais, et c'est là l'élément neuf, l'enfant sera également sensible aux renforcements que subit le·la modèle lui·elle-même. Par exemple, si un·e enfant voit un·e modèle qui est félicité·e par ses parents pour avoir délaissé une tablette électronique au profit d'un jeu de construction, il·elle pourrait être d'autant plus enclin·e à s'adonner à ce dernier type d'activité. Pour mettre ses intuitions à l'épreuve, Bandura a accumulé une flopée de résultats expérimentaux. Le scénario de base est, somme toute, très simple et comprend toujours une phase d'acquisition et une phase de performance. Dans un premier temps, les gens apprennent en observant quelqu'un dans le rôle de modèle. C'est l'étape d'acquisition. Dans un second temps, les gens reproduisent spontanément le comportement du·de la modèle. C'est l'étape

de performance. Le défi c'est de pouvoir s'assurer que le comportement observé lors de cette seconde étape résulte bien de l'imitation. Ce n'est pas parce qu'un comportement ressemble à un autre qu'il résulte de l'imitation. Si un cycliste tend le bras à gauche pour tourner de ce côté et qu'un autre derrière lui fait de même, pas besoin d'en appeler à de l'imitation. Il suffit d'invoquer la connaissance du code de la route par l'un et l'autre pour rendre compte de la similitude de leur réaction. Mais alors, comment faire ? C'est pour surmonter cette difficulté que Bandura met au point la méthode des comportements anecdotiques. Un exemple permet de s'en faire une bonne idée. Un des auteurs se souvient de son fils de 10 ans au lendemain du passage télévisé d'un épisode de *Star Wars*. Sur le point de quitter le domicile le matin pour débuter sa journée de travail, il dit au revoir à sa progéniture. C'est alors que le fils se tourne vers lui et dit : « au revoir, papa, que la force soit avec toi !» On comprend qu'aucune coïncidence au monde n'aurait permis que le fils prononce ces paroles s'il n'avait pas vu les aventures de Luke Skywalker et de Dark Vador la veille. Le doute n'est pas permis : il y a bien imitation.

Dans une étude classique, Bandura (1965) invite des enfants à venir au laboratoire et à visionner un film dans lequel un modèle manifeste une agressivité gestuelle et verbale indéniable. Dans une condition, le film se termine avec une récompense octroyée au modèle. Dans une autre condition, le modèle est puni à la fin du film. Une dernière condition prend fin sans que le modèle ne soit récompensé ou puni. Au terme de cette première phase, les enfants se retrouvent dans une pièce en tous points semblable à celle montrée pendant le film et on prend note des comportements manifestés par les enfants. Après ce test de performance intervient une épreuve d'acquisition au cours de laquelle les enfants doivent rappeler les différents comportements manifestés par le modèle. Comme le montre la figure 6.5, le niveau d'acquisition est indifférent au sort du modèle. En revanche, la condition dans laquelle le modèle est puni révèle une différence sensiblement plus élevée entre acquisition et performance. Il semble donc que le fait qu'un comportement soit récompensé chez un modèle peut encourager à *l'imiter,* mais, en soi, la récompense n'influence pas la connaissance de ce comportement. Il y a bien distinction entre imitation et connaissance. Cette théorie a été abondamment exploitée dans

un contexte thérapeutique. Ainsi, Bandura et al. (1967) ont invité des enfants terrifié·e·s par les chiens à observer tous les jours pendant vingt minutes un enfant jouant avec un chien (et y trouvant beaucoup de plaisir !). Après quelques jours, la majorité des enfants acceptaient de rester seul·e·s avec un chien.

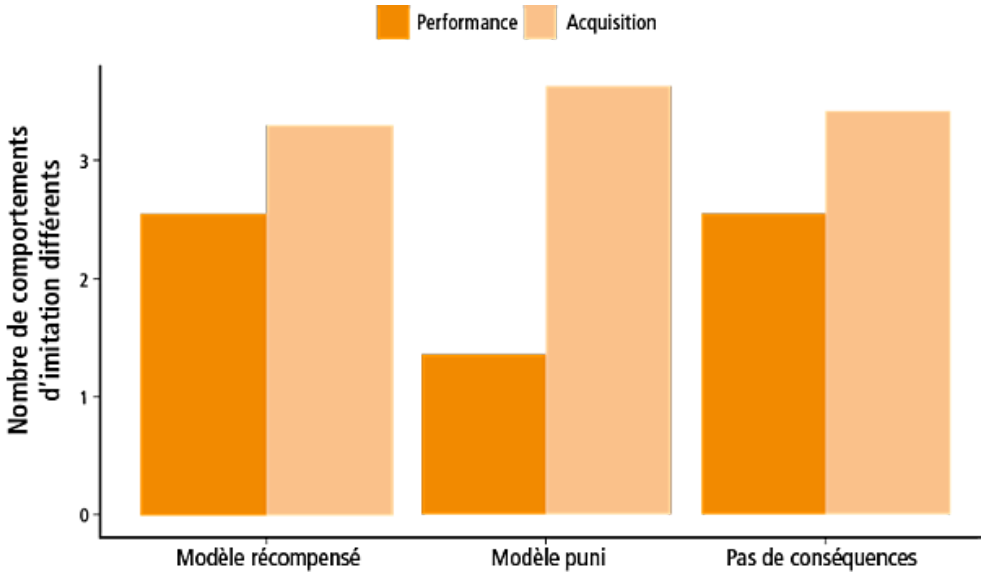


Figure 6.5 Nombre de comportements d'imitation différents relevés en phase de performance et d'acquisition en fonction du sort réservé au modèle (d'après Bandura, 1965)

L'utilisation de cette forme d'apprentissage semble en partie influencée par des facteurs culturels. Par exemple, dans les cultures orientales « collectivistes » le fait de s'inspirer des comportements d'autrui est beaucoup plus valorisé que dans les cultures occidentales « individualistes » ou l'apprentissage individuel par soi-même tend à être est perçu comme préférable. Pour examiner cette hypothèse, Mesoudi, Chang, Murray, et Ju (2014) ont élaboré un jeu vidéo consistant à façonner des flèches permettant de chasser des animaux dans un environnement préhistorique. Les paramètres du jeu étaient optimisés de telle sorte que certaines flèches soient plus « efficaces ». Certain·e·s participant·e·s étaient seul·e·s et d'autres bénéficiaient d'un modèle (un·e des participant·e·s seul·e·s). Le jeu impliquait plusieurs « tours » et plusieurs « saisons » de telle sorte que les auteurs pouvaient examiner le taux d'imitation des modèles. Les participant·e·s provenaient de quatre groupes différents : Britanniques, Chinois·es récemment immigré·e·s au Royaume-Uni, Résident·e·s de Hong-

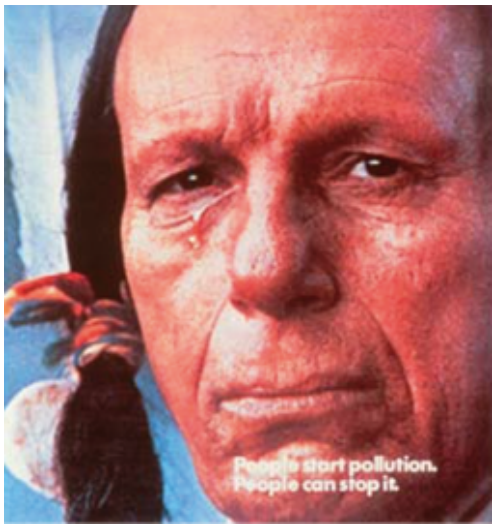
Kong (colonie britannique jusqu'en 1997) et Chinois·es (hors Hong-Kong). Les auteurs constatent que le taux d'imitation est plus élevé dans ce dernier groupe que dans les trois autres, ce qui corrobore une explication culturelle. Il semblerait que les immigré·e·s chinois·es et les Hong-Kongais·es aient assimilé le modèle « asocial » d'apprentissage.

De façon intéressante, lors de la dernière « saison » du jeu, les auteurs avaient modifié l'environnement de telles sortes que les paramètres des flèches les plus efficaces variaient. Dans cette situation, les Chinois·es continuaient à imiter autant. En revanche, les autres groupes imitaient davantage que durant les saisons précédentes. Selon les auteurs, le recours à l'imitation pourrait s'expliquer par l'incertitude générée par le changement d'environnement. Et, en effet, comme nous allons le voir, le recours à des indices de nature sociale est d'autant plus probable que l'incertitude est élevée.

2.3. La preuve sociale

Pour savoir s'il est convenable ou pertinent d'adopter tel ou tel comportement, de ressentir telle ou telle émotion, on s'inspire du comportement des autres. Ce phénomène, qu'on qualifie d'heuristique de la *preuve sociale*, guide l'utilisation des « rires en boîtes » dans les comédies télévisées, comme « The Big Bang Theory ». Cette technique trouve son origine dans la « claque », une pratique ancienne consistant à engager des « applaudisseur·euse·s » dans les théâtres afin de consolider la réputation du spectacle.

La preuve sociale est également utilisée dans la publicité. On vous affirme par exemple que telle marque est la « préférée » des Français·es. De même, la vision de longues queues passant la nuit à l'entrée d'un magasin pour accéder à un nouveau produit incite le public à juger l'objet convoité davantage désirable. Au-delà de ces objectifs bassement commerciaux, l'heuristique de la preuve sociale peut également être utilisée pour favoriser des comportements éthiques ou responsables. Ainsi Cialdini (2014) cite l'exemple d'un spot télévisé visant à décourager les gens de jeter leurs déchets n'importe où. Ce spot mettait en scène un Indien d'Amérique ramant en canoë dans une rivière remplie de déchets. Sortant de son canoë



Extrait du spot de « l'Indien qui pleure », diffusé aux USA entre 1971 et 1983.

aux abords d'une route, il voit un automobiliste jeter des déchets de sa voiture. Une larme coule sur sa joue et un slogan condamnant la pollution apparaît. Bien que couronné de nombreux prix, ce spot pose un problème : en montrant que la pollution est un comportement commun, il pourrait servir de « preuve sociale » au fait que la pollution est acceptable.



Tableau de Wilhelm Arberg (1822-1899), Lecture de Werther (Alte Nationalegallerie, Berlin)

Pour tester cette idée, les sujets de Cialdini, des automobilistes, découvraient un déchet sur le pare-brise de leur voiture. Par ailleurs, les auteurs s'étaient arrangés pour que l'environnement immédiat de la voiture soit soit propre, soit jonché de déchets. Indépendamment de cette manipulation, les automobilistes voyaient un comparse passer. Dans la moitié des cas, celui-ci jetait des déchets par terre. Ceci rendait saillante la norme selon laquelle il était acceptable de jeter ses déchets au sol. Conformément au principe de la preuve sociale, on constate que le fait que l'environnement soit déjà sale augmentait les chances que les sujets jettent le billet par terre. Toutefois, cet effet était amplifié lorsque le modèle jetait lui aussi ses déchets sur le sol. La preuve sociale influence donc le comportement.

Les conséquences de la « preuve sociale » sont parfois plus tragiques. Ainsi a-t-on pu observer une épidémie de suicides lors de la sortie des *Souffrances du jeune Werther,* en 1774. De fait, il s'avère que de nombreux lecteurs s'identifient au héros du roman de Goethe, un jeune homme amoureux qui, comprenant que son amour est impossible, met fin à ses jours à l'issue du récit. Une romancière influente de l'époque écrira même

que « Werther a causé plus de suicides que la plus belle femme du monde ». Après les autorités de Leipzig, plusieurs pays d'Europe se sont résolus à interdire le roman pour mettre fin aux ravages. Une telle forme de censure, on parlera plus volontiers de « réserve » au niveau de l'information, prévaut-elle encore aujourd'hui ? En Belgique, les autorités responsables de chemins de fer ou celles en charge des transports en commun bruxellois se montrent très discrètes quant aux suicides et tentatives de suicide sur leurs lignes. Ce type de faits n'est quasi jamais rapporté de manière directe dans la presse et même les termes utilisés dans les annonces aux voyageurs lors de retards causés par ce genre d'événements sont d'une extrême pudeur. Le phénomène n'est pourtant pas rare et on dénombre pas moins de 95 suicides en 2013 rien que sur le rail belge. Le fait de limiter la publicité au sujet de tels incidents n'est pas dû au hasard.

L'effet Werther aujourd'hui

Des « contagions de suicide » telles que celles qui ont suivi le geste de Werther ont été observées plus récemment. On pense aux nombreux émules qui ont emboité le pas d'icônes de l'univers musical comme le chanteur rock Kurt Cobain ou le DJ Avicii.

Phillips (1979, 1980) est l'auteur qui a étudié au plus près cette question qualifiée d'« *effet Werther* ». Il a constaté que l'évocation de suicides dans la presse est effectivement suivie d'une augmentation, allant parfois jusqu'à 1000 %, du nombre de suicides dans la région couverte par la publication. Plus troublant encore : les caractéristiques des suicidé·e·s « modèles » influencent le profil des victimes ultérieures. Par exemple, Phillips a examiné les accidents de voiture mortels impliquant un·e seul·e conducteur·rice. Or, suite au suicide médiatisé d'une personne jeune, le nombre de jeunes victimes de tels accidents augmentait, ce qui permet de douter du caractère réellement involontaire des accidents. Pour revenir à notre exemple des chemins de fer, Schmidtke et Häfner (1988) montrent que la diffusion télévisée d'un suicide ferroviaire entraîne une

recrudescence de suicide dans la tranche d'âge correspondant au protagoniste. Plus récemment, Bridge et al. (2019) se sont intéressés à la diffusion de la série télévisée *13 Reasons Why* narrant les événements conduisant au suicide d'une adolescente. Dans une étude menée aux États-Unis, ces auteurs ont constaté une augmentation importante du nombre de suicides chez des adolescent·e·s de 10 à 17 ans dans les deux mois qui ont suivi la diffusion de la série (mais pas chez des personnes plus âgées). En revanche, des personnes plus grisonnantes succombent à des accidents de la route lorsque des suicidé·e·s d'âge mûr sont à la une des journaux. Ces exemples confirment une réalité bien établie dans la littérature : l'imitation est renforcée par la similarité. Comme les émules de Werther, il était nécessaire que les victimes de ces accidents s'identifient aux victimes médiatisées pour les imiter. Il convient évidemment de bien saisir la nature du phénomène. Il ne s'agit pas ici de personnes qui sont en pleine forme et d'un instant à l'autre songent au suicide. Il est juste question d'un petit coup de pouce chez des individus qui voient le suicide comme une apparente solution parmi d'autres à leurs problèmes personnels.

Pour conclure, nous avons envisagé différentes formes d'imitation. Outre l'objet même de l'imitation (gestes, émotions, paroles, expressions faciales), il est important de distinguer l'imitation consciente et délibérée des apprenti·e·s *itamae* de l'imitation automatique et inconsciente révélée par l'effet caméléon. À travers les exemples que nous avons envisagés, il apparaît également que les effets de l'imitation peuvent se produire même en l'absence physique de l'autre. De fait, apprentissage social se produit lorsque le modèle est présenté sur un écran de télévision et l'effet Werther passe par les médias. Et même des êtres fictifs représentés en réalité virtuelle suscitent un effet « caméléon » (Bailenson & Yee, 2005).

3. La formation des normes

Sur base des exemples que l'on vient d'évoquer, il est tentant d'envisager l'imitation comme un levier important dans la création de normes. L'une des illustrations les plus poignantes de ce phénomène réside dans la façon

dont de nombreux Français·es ont arboré des badges « Je suis Charlie » juste après les attentats de janvier 2015. Il en va de même de certains « hashtags » sur Twitter (#Balancetonporc, #Metoo) qui semblent tout à coup représenter la valeur que souhaite transmettre l'internaute. De ce point de vue, la formation des normes s'apparente à un phénomène de contagion : dès que l'on est confronté·e à une personne qui effectue le comportement X, on est susceptible de l'effectuer à son tour et de le diffuser à d'autres personnes. Ce modèle épidémiologique de la diffusion des idées, qualifié parfois de « contagion sociale », est très présent dans le sens commun au point que l'on décrit parfois certaines idéologies nauséabondes comme des « maladies » qui se transmettent. Bien que cette perspective soit tentante, elle se révèle insuffisante. Les normes ne se communiquent pas comme des virus. Les humains n'imitent pas n'importe qui et pas n'importe quand ! On n'imite autrui que dans la mesure où cette personne partage une identité avec le soi. Par exemple, si la source du slogan « je suis Charlie » avait été un·e membre du Front National, il est peu probable qu'il ait connu une telle diffusion. On voit du reste dans les travaux de Phillips que les victimes semblent devoir s'identifier aux modèles. C'était d'ailleurs le cas des émules de Werther ! Bref, l'effet de l'imitation sur la transmission des normes est donc contraint par l'existence de « groupe de référence », un concept qu'on retrouvera dans la suite de ce chapitre.

3.1. L'effet autocinétique

Les travaux les plus influents sur la formation des normes sont en fait bien plus anciens que ceux sur l'imitation et remontent à Sherif (1936). Ceux-ci émergent d'un constat révélé par les anthropologues de l'époque : selon la culture, des normes sociales très différentes sont d'application dans une même situation. Par exemple, alors que dans certaines cultures, il importe de conserver le silence lors du deuil d'un proche, dans d'autres, il est convenu de pleurer bruyamment. Il s'agit là sans doute uniquement de coutumes, d'habitudes comportementales. Mais qu'en est-il des croyances ? Qu'en est-il même de la perception ? Citant l'anthropologue Margaret Mead, Sherif signale par exemple que la façon dont les individus perçoivent les couleurs et les frontières qu'ils établissent entre celles-ci sont différentes d'une culture à l'autre, un constat aujourd'hui soutenu de manière

empirique. Il semble donc que les normes qui guident ce que nous considérons comme « réalité » soient variables. La perception de la réalité serait-elle elle-même sujette à des normes sociales ? Et si oui, comment s'élaborent ces dernières ?

Pour Sherif, l'apparition de ces normes correspond au fait que les normes se construisent par rapport à celles d'autres personnes, qui lui offrent un *cadre de référence*. Alors que l'anthropologie se donnera pour objectif de décrire les normes d'une culture particulière, il revient à la psychologie sociale d'identifier les processus psychologiques par lesquels elles se forment. Pour Sherif, les individus utilisent un cadre de référence pour effectuer de nombreux jugements. Par exemple, si on doit évaluer le poids d'un objet de 96 g, on l'évaluera comme « lourd » si on a précédemment tenu des objets dont la masse se situe entre 84 et 100 g alors qu'on l'évaluera peut-être comme « léger » si on a dû évaluer des objets dont la masse se situe entre 90 et 150 g.

Selon Sherif, si les gens se retrouvent en situation d'incertitude, ils iront rechercher l'opinion d'autrui pour formuler un jugement. Les autres deviennent alors le cadre de référence de l'individu. L'interaction entre les membres du groupe les mènera à développer une norme qui correspondra au jugement plébiscité par ses membres. Contrairement à l'imitation, qui implique une forme de hiérarchie entre le·la modèle·e et l'imitateur·rice, Sherif envisage le processus de formation des normes comme le résultat d'une interaction entre les membres du groupe sans qu'il n'y ait de hiérarchie entre ceux·celles·ci.

Pour examiner le rôle du groupe dans l'élaboration d'un cadre de référence, Sherif recourt à une illusion d'optique, l'*effet autocinétique* : si l'on introduit un point lumineux dans une pièce complètement sombre, le point lumineux semble se déplacer dans l'obscurité. Ceci est dû à l'absence totale de cadre de référence pour juger la position du point lumineux. La tâche des participants (tous masculins) consistait à évaluer individuellement dans quelle mesure le point s'était déplacé. Ils effectuaient ces jugements à 100 reprises. Cette première situation montrait que les réponses des sujets tendaient à se répartir autour d'une valeur centrale qui différait d'un sujet à l'autre. Il en allait de même pour l'étendue des réponses autour de cette

valeur centrale. Par exemple, pour un sujet, la médiane sera de 20 cm et l'étendue des réponses se situera entre 10 et 30 centimètres. Sherif qualifie la combinaison de cette valeur médiane et de l'étendue des réponses de « norme ». En l'occurrence, il s'agit d'une norme individuelle. Laissés à eux-mêmes, les participants doivent élaborer leur propre cadre de référence.

Dans une seconde condition, les sujets effectuaient l'expérience par groupes de deux ou trois, mais devaient formuler leur estimation individuellement. On constate alors qu'une norme groupale émergeait. En d'autres termes, les réponses des sujets tendaient à se rapprocher d'une valeur médiane et d'une étendue de réponses propres au groupe. Cette norme (valeur médiane et étendue des réponses) subsistait dans une deuxième phase de l'expérience, dans laquelle les sujets répondaient seuls après avoir effectué la tâche en groupe. La norme du groupe devenait donc le cadre de référence de l'individu.

Inversement, Sherif a examiné ce qui se passait lorsque les sujets effectuaient la tâche en groupe après l'avoir effectuée individuellement. Dans ce cas, on constatait que les réponses des membres du groupe convergeaient petit à petit. Le groupe crée donc une norme qui se maintient quand l'individu est isolé du groupe. En revanche, même si l'individu a déjà établi sa propre norme personnelle, celle-ci se transforme au contact des autres membres du groupe. Selon Sherif, ceux-ci auraient remis en question leur propre norme au contact des réponses divergentes des autres membres du groupe, ce qui les aurait amenés à élaborer une réponse collective, même si la convergence n'était pas aussi marquée que lorsque les individus commençaient la tâche en groupe. Grâce à l'effet autocinétique, Sherif parvient donc à mettre en évidence l'élaboration d'une « micro-culture » au sein des groupes de sujets. En effet, à partir du *même stimulus* (un point lumineux qui, en réalité, est immobile), ceux-ci développent des jugements différents en fonction du groupe auquel ils appartiennent.

En somme, Sherif montre que les groupes développent des normes quant au mouvement d'une lumière qui ne bouge pas, à savoir une illusion, et que ces normes persistent même lorsque les individus sont seuls et que le groupe n'est plus présent. Pour Sherif, la norme émergente ne se réduit

donc pas à une simple superposition de processus intra-individuels. Elle dépend d'une véritable interaction entre les membres du groupe et continue encore à les influencer même quand ils ne sont plus au sein du groupe. En envisageant un tel phénomène, il faut garder à l'esprit l'analogie que Sherif envisage par rapport à des croyances culturellement partagées, qui pourraient s'avérer totalement fausses. Si l'on souhaite généraliser les résultats de Sherif, il faut envisager la formation de nouvelles normes comme particulièrement susceptible de se produire dans des périodes d'incertitude, par exemple suite à des transformations sociétales, politiques ou économiques.

Si ces résultats s'avèrent très stimulants, ils ne permettent toutefois pas d'établir si la norme est liée aux individus qui composent le groupe. Le propre d'une culture réside en ceci qu'elle se transmet par-delà la disparition des individus qui composent le groupe (voir aussi ***chapitre 5***). Par exemple, l'andouillette, une spécialité culinaire bien française, a été transmise de génération en génération et les premier·ère·s consommateur·rice·s de ce mets sont depuis longtemps décédé·e·s. Jacobs et Campbell (1961) ont cherché à examiner si les normes établies dans les expériences de Sherif pouvaient se transmettre culturellement. Pour ce faire, ils ont reproduit l'expérience en introduisant une manipulation supplémentaire dans la condition groupale : après chaque série de trente jugements, l'un·e des membres du groupe était remplacé·e par un·e autre. Un tel remplacement était effectué entre 9 et 11 fois selon les conditions expérimentales, chaque remplacement, correspondant à une génération. Par ailleurs, dans certaines conditions expérimentales, un·e ou plusieurs comparses fournissaient une réponse élevée lors de la première génération (avant d'être remplacé·e·s petit à petit par des sujets naïfs). Question : est-ce que cette réponse va influencer les autres participant·e·s. La réponse est positive. Cette influence se perpétuait sur +/ - 4 générations, c'est-à-dire longtemps après le départ du·de la/des comparses/des comparse(s) avant que la norme ne rejoigne celle du groupe contrôle. En d'autres termes, la norme extrême pouvait se perpétuer, mais sur un temps limité. En revanche, le fait qu'il y ait un·e, deux ou trois comparses lors de la première génération n'influençait guère la force de la norme.

3.2. L’adhésion aux normes

Depuis plusieurs années, des communes ont opté pour un changement de cap en matière de réduction des quantités de déchets et d’ordures ménagères. Le compostage constitue une voie de prédilection à cet égard. Dans le quartier où habite l’un de nous deux, différentes actions ont été menées au fil du temps comme l’envoi de prospectus ou la distribution de toutes-boites, des conférences à la Maison de la Culture et bien d’autres initiatives. La démarche qui emporte la palme en matière d’efficacité est sans conteste l’organisation de rencontres entre des habitant·e·s de quartier. À cette occasion, les participant·e·s échangent leur expérience, font bien entendu part de certaines hésitations, mais transmettent aussi leur savoir. Surtout, et c’est ce qui fait réellement recette, les gens prennent ensemble des engagements au vu et au su de tout leur voisinage. Le principe est bien connu et se retrouve dans des pratiques aussi diverses que les fameuses soirées Tupperware ou ce qu’on a coutume d’appeler les cercles de qualité dans les entreprises, mais son champ d’application est bien plus vaste encore. C’est à Lewin (1943), considéré comme le père de la psychologie sociale expérimentale, que l’on doit d’avoir mis au jour ce phénomène.

Pour bien saisir la portée de ces travaux, il faut se reporter au siècle dernier, au début des années quarante. Dans le cadre des efforts de guerre lors du second conflit mondial, l’industrie de la viande aux États-Unis se trouve face à une difficulté majeure. Les morceaux les plus nobles comme les steaks se font rares. Or, les consommateur·rice·s américain·e·sa rechignent à cuisiner du foie, des rognons et autres abats alors que les autorités veulent en promouvoir la consommation pour maintenir la santé publique à un niveau satisfaisant. Toutes les campagnes de sensibilisation semblent échouer et les conférences organisées dans tous les points du pays ne parviennent pas à modifier les



▶ Poster de sensibilisation diffusé aux États-Unis en 1943. Ce type de campagne a largement échoué,

habitudes alimentaires. C’est alors que Lewin imagine de tabler sur la force du groupe. Il réunit des ménagères en petits comités et les encourage à discuter des possibilités nouvelles qu’offrent ces mets inhabituels. Peu à peu, les discussions évoluent et les pratiques culinaires séduisent de plus en plus de monde. Une étude révèle que plus de 30 % des ménagères ayant pris part à ces discussions s’essayent effectivement à cuisiner des abats. C’est dix fois plus que les 3 % observés parmi les personnes qui assistent aux conférences. Cette approche fera rapidement des émules. Confier à chacun des participant·e·s d’un groupe le soin d’imaginer des solutions innovantes afin de mettre en place des changements s’avère une stratégie des plus efficaces. Elle rencontre des succès incontestables dans les milieux industriels de l’époque au vu des nombreux bouleversements que requièrent les nouveaux modes de production et la compétition accrue entre les différents fabricants de tous ces objets qui seront au cœur de la société de consommation. Comme le montrera de façon magistrale l’entreprise automobile Volvo, l’idée est de laisser les travailleur·euse·s prendre les décisions qui permettent d’améliorer la production plutôt que d’en laisser l’exclusivité au management. Et ce qui ne gâche rien, la satisfaction des travailleur·euse·s est elle aussi au rendez-vous.

menant notamment aux travaux de Lewin.



Les normes groupales sont donc un levier puissant pour diffuser de nouvelles normes et, du coup, modifier les comportements. Une étude de Paluck, Shepherd et Aronow (2016) illustre cela de façon particulièrement éloquente. Ces auteur·e·s s’intéressent aux comportements « conflictuels » en général et au harcèlement en particulier dans un contexte scolaire. L’intérêt pour ce type de comportement se justifie par le fait que, contrairement à l’idée reçue selon laquelle le harcèlement serait l’œuvre d’un petit groupe de « tyrans » (ou de « pestes ») au sein de chaque école, les recherches dans ce domaine mettent en évidence que le harcèlement relève d’un climat général au sein de chaque établissement. Lorsque des normes « conflictuelles » existent au sein d’un établissement, c’est la majorité des élèves qui sont susceptibles de manifester des conduites en lien

avec ces normes. Au-delà des élèves harcelant·e·s, il y a donc avant tout des *écoles harcelantes*. Les actes les plus extrêmes ne sont que l'émanation d'un ensemble de « micro-agressions » qui participent à cette norme généralisée. Ceci justifie également de s'attaquer à ce climat global cautionnant des comportements à caractère conflictuel.

C'est précisément l'idée qui a inspiré l'étude de Paluck et de ses collègues. Celle-ci a été menée dans 56 écoles (*middle schools*, écoles « à cheval » entre le primaire et le secondaire) de l'état du New Jersey auprès d'élèves de 11 à 15 ans. 28 écoles parmi ces 56 ont été sélectionnées aléatoirement pour bénéficier de cette intervention. En quoi consistait-elle ? Dans chaque école, un petit groupe d'élèves sélectionné·e·s aléatoirement (+/ - 15 % de la population totale) se réunissait toutes les deux semaines pendant toute l'année scolaire en présence d'un·e chercheur·e impliqué·e dans l'étude. Il·Elle·s faisaient l'objet d'une prise de conscience de la dynamique du conflit entre élèves et se voyaient confier la responsabilité de diffuser des bonnes pratiques au sein de l'établissement. On appellera ce sous-groupe le groupe « germe » (*seed group*), car sa fonction sera d'essaimer les comportements « anti-conflictuels » dans l'école. Par exemple, les membres de ces groupes recevaient des bracelets orange qu'ils pouvaient donner à un·e élève lorsqu'ils constataient que cette personne avait apaisé un conflit. Ils développaient des posters anti-harcèlement sur lesquels figuraient leurs photos ou diffusaient des messages sur Twitter contenant des hashtags en référence à des comportements de harcèlement, etc.

Bien qu'étant facultative, cette intervention prenait place pendant la journée d'école. Les auteur·e·s de l'étude faisaient en sorte que l'activité soit aussi plaisante que possible afin de favoriser la participation. Par ailleurs, ces activités prenaient parfois place au même moment que des cours ordinaires (dont les étudiant·e·s étaient dispensé·e·s), mais chaque fois à une heure différente pour éviter de pénaliser un cours particulier. Grâce à ces mesures, les auteur·e·s atteignaient un taux de participation de 55 %, ce qui est remarquablement élevé pour une activité optionnelle. Au bout de cette année, on évaluait le nombre d'incidents disciplinaires dans chaque école : l'effet de cette intervention est énorme, avec 30 % de baisse dans les écoles concernées par rapport aux écoles contrôle !

Mais l'originalité de l'étude réside ailleurs. Paluck et ses collègues ont souhaité cartographier le réseau social de chaque élève de l'école. Il s'agissait de demander à l'ensemble des élèves de citer les condisciples avec qui il·elle·s avaient choisi délibérément de passer du temps (en ligne ou hors ligne). De cette façon, on peut représenter la sociométrie de chaque école. Par exemple, les deux réseaux ci-dessous présentent chacun une école ayant subi l'intervention. Les « étoiles » correspondent à des élèves influents (au centre des réseaux) et les cercles blancs à des élèves moins influents (souvent en périphérie).

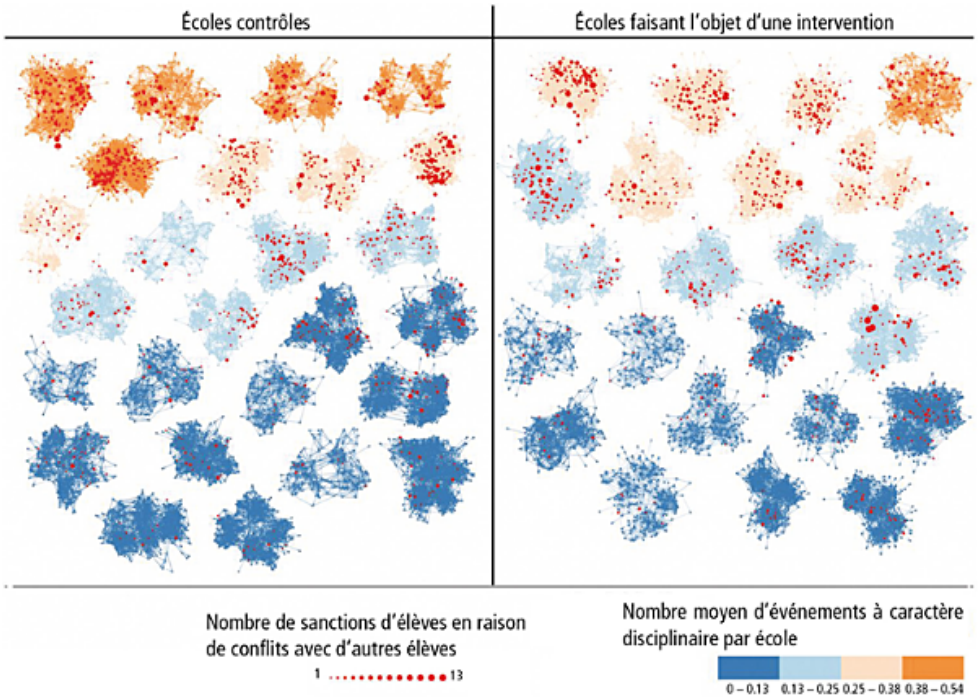


Figure 6.5 Les deux types de réseaux selon que les écoles ont subi l'intervention ou non (Paluck et al., 2016)

Ceci nous permet aussi de savoir pour chaque élève dans quelle mesure sa position dans le réseau se rapproche de celle de membres du groupe germe. Paluck et ses collaborateur·rice·s montrent que cette proximité influence la perception de la norme par rapport au conflit. Ceux·elles qui, à l'issue de l'intervention, sont proches d'au moins un membre du groupe germe pensent que les comportements conflictuels sont moins bien perçus au sein de la population de leur école que ceux·elles qui sont éloigné·es de membres du groupe germe. Par exemple, alors que ceux·elles qui sont exposé·e·s à au moins un membre de ce sous-groupe dans leur réseau

considèrent que 75 % des élèves désapprouvent les blagues à caractère ethnique, les autres expriment que seulement « quelques » élèves épousent ce type d'attitude.

Enfin, Paluck et ses collègues ont compté, pour chaque école, la proportion d'élèves du groupe germe qui étaient par ailleurs fortement représenté·e·s dans le réseau social des autres élèves. En d'autres termes, on pouvait pour chaque école, déterminer dans quelle mesure le groupe germe comprend des élèves populaires fortement connecté·e·s aux autres. Que constatent les auteur·e·s ? Ce sont précisément dans les écoles au sein desquelles le groupe « germe » est composé d'élèves populaires que les incidents disciplinaires ont le plus baissé. Dans celles dont le groupe germe est composé d'au moins 20 % d'élèves populaires (donc fortement connecté·e·s au sein du réseau de cette école), on relève une baisse de 60 % d'incidents disciplinaires !

En somme, ces travaux montrent que le rapport au conflit interpersonnel et au harcèlement au sein d'une école est tributaire en grande partie des normes que parviennent à insuffler les autres élèves et en particulier les élèves « prescripteur·rice·s », ceux·elles que l'on choisit délibérément de fréquenter.

Si Sherif montre merveilleusement comment les gens peuvent compter sur autrui pour faire face à une situation ambiguë, Lewin illustre de façon magistrale à quel point l'implication consensuelle des membres du groupe exerce un impact profond sur le cours des choses. Que ce soit donc pour l'émergence de nouvelles façons de faire ou pour le changement de pratiques anciennes, l'influence du groupe ne fait aucun doute. Pour autant, cela ne signifie pas que tous les membres du groupe exercent un impact équivalent. Il ne faudrait pas croire qu'on est ici devant un fonctionnement démocratique au sens égalitaire du terme. Certains individus ont un poids plus important que d'autres, soit parce qu'ils sont plus populaires, plus intelligents ou tout simplement parce qu'ils se montrent plus assurés dans leurs opinions. C'est une dimension importante qui devrait faire réfléchir toutes les personnes qui se rallient sans réserve derrière certaines formes de démocraties participatives. D'ailleurs, pour l'anecdote, si le quartier s'en sort bien au niveau du compostage, les choses sont bien moins glorieuses en

ce qui concerne la réaction au nouveau plan de stationnement mis en place par les autorités municipales. Quelques membres du voisinage ont décidément bien du mal à concevoir ce qu'est l'intérêt général. Mais ces rapports de force ne devraient en rien nous étonner. C'était déjà le cas avec le modèle et son élève en matière d'imitation. Certaines personnes orientent les choses plus que d'autres. C'est précisément ce que Paluck et ses collègues exploitent dans leur étude au sein des écoles. C'est aussi ce qu'on pourra observer dans les études de Newcomb (1943) sur les étudiantes du Collège de Bennington que nous rencontrerons au ***chapitre 12*** consacré aux phénomènes intragroupes. Mais s'ils ne sont pas forcément ces lieux parfaitement démocratiques, et pourquoi le seraient-ils d'ailleurs, les groupes auxquels nous appartenons contribuent sans le moindre doute à forger et à faire évoluer nos modes de vie. Bref, ils créent nos réalités. La section suivante décrit un des processus en jeu à cet égard.

3.3. La théorie de la réalité partagée

Les travaux de Sherif soulignent un élément essentiel. En situation d'incertitude, pour établir si quelque chose est vrai ou faux, le groupe devient le cadre de référence de nos jugements par rapport à la réalité. Ultérieurement, Festinger (1950) développera cette idée et inspirera de nombreux·ses chercheur·euse·s dans la foulée. Selon lui, on peut distinguer deux types de situations. Dans certaines, la validité des jugements est fonction uniquement de la réalité physique. Pour ce type de jugement, on n'a guère besoin de l'opinion d'autrui pour élaborer un jugement qui nous semblera valide. Par exemple, admettons que je souhaite savoir si en lançant mon smartphone de la marque « grapefruit » par terre, l'écran se brisera, je peux joyeusement me consacrer à cette activité. Même si mon petit frère et la vendeuse m'ont juré que l'engin était incassable, ils n'auront guère d'influence sur mon jugement face au téléphone éclaté en mille morceaux sur le carrelage de ma salle de bain. D'autres jugements sont dépendants d'une *validation* sociale : par exemple, admettons que je souhaite déterminer si Ségolène Aubrysson aurait pu éviter la victoire de Valéry Macrac aux dernières élections présidentielles ? Dans ce cas, je n'aurai confiance en la validité de mon opinion que si elle est également partagée par d'autres. En d'autres termes, je chercherai une validation

sociale. Mais que se passe-t-il si les perspicaces politologues de bistrot avec lesquel·le·s j'évoque la question ne sont pas d'accord ? Je souhaiterai les convaincre de la validité de mon opinion ! Et même chose de leur côté ! Bref, la motivation collective sera de nous mettre d'accord, ce qui nous permettra de formuler une opinion valide sur les chances rétrospectives de Ségolène et Valéry. Selon Festinger, l'une des fonctions essentielles de la communication au sein d'un groupe consiste à atteindre le consensus et l'on échangera d'autant plus volontiers que le consensus est fortement recherché.

Les travaux de Sherif et Festinger seront le fondement d'une théorie bien plus récente, la théorie de la réalité partagée (TRP : Echterhoff, Higgins et Levine, 2009). Cette théorie reprend l'idée de validation sociale de Festinger. Toutefois, alors que Festinger voit la communication comme un outil servant à *convaincre* les membres du groupe de la validité de notre opinion, les auteurs de cette théorie avancent que la communication sert *elle-même* à construire cette réalité. C'est à travers la communication que l'on élabore un consensus avec autrui quant à la nature d'une réalité ambiguë ou incertaine et c'est ce consensus qui nous permet de considérer notre jugement sur cette réalité comme valide. Pour élaborer cette théorie, Echterhoff et al. (2009) se sont inspirés d'un phénomène déjà ancien, le « dire-c'est-croire », établi par Higgins et Rholes (1978).

Higgins et Rholes avaient demandé à leurs participant·e·s de lire la description d'un individu, appelons-le Hervé, et qu'il·elle·s ne connaissaient guère. Cette description avait été élaborée de façon à être ambiguë. Elle mentionnait des comportements d'Hervé qui pouvaient être vus plutôt positivement ou plutôt négativement : par exemple, un même comportement pouvait être perçu comme reflétant un caractère « borné » ou au contraire de la « persévérance ». Avant la lecture de cette description, on informait les participant·e·s qu'un autre sujet, qu'on appellera Gontrand et qui connaissait prétendument Hervé, les attendait dans une autre salle. Il s'agissait en réalité d'un comparse de l'expérimentateur. Selon la condition expérimentale, on signalait aux sujets que Gontrand appréciait (condition attitude favorable) ou n'appréciait pas (condition attitude défavorable) Hervé. La tâche des participant·e·s consistait à décrire Hervé par écrit à Gontrand de telle sorte que ce dernier puisse le reconnaître.

Des juges indépendants lisaient ensuite ces descriptions et évaluaient dans quelle mesure elles dépeignaient Hervé de façon positive. On peut ainsi établir un score de favorabilité du *message* : les descriptions d'Hervé étaient-elles favorables ou défavorables ? Que constate-t-on ? Comme on pouvait s'y attendre, dans la condition « attitude favorable », les messages sont plus favorables que dans la condition « attitude défavorable ». Rien d'étonnant à cela : pour que Gontrand reconnaisse Hervé, le·la locuteur·rice a adapté sa description à l'attitude de son audience.

Ultérieurement, on demandait aux participant·e·s de reproduire aussi fidèlement que possible la description originale qui leur avait été faite (voir figure 6.6). Des juges indépendants évaluaient dans quelle mesure les éléments initiaux de la description avaient été transformés et le cas échéant, s'ils avaient été transformés de façon plutôt positive ou plutôt négative. On constate que, comme le message, la mémoire, c'est-à-dire le rappel de la description initiale, a également été déformée dans le même sens (voir volet gauche de la figure 6.7). En d'autres termes, il semblerait que le message ait influencé la mémoire.

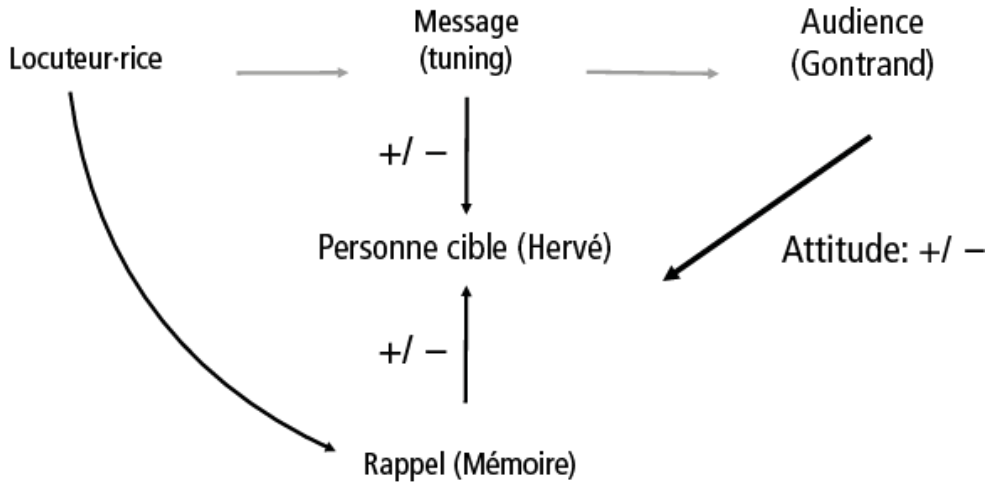


Figure 6.7 Paradigme du « dire, c'est croire » (d'après Higgins & Rholes, 1978).

Naturellement, pour se convaincre de cela, il faudrait montrer qu'en l'absence de communication, la mémoire n'est pas influencée par l'attitude de Gontrand à l'égard d'Hervé. De fait, Higgins et Rholes ont introduit une condition sans message. Après avoir lu la description d'Hervé et avoir été informés de l'attitude de Gontrand, les sujets étaient informés qu'ils étaient dans la « mauvaise condition » et qu'ils ne devraient finalement pas écrire

de message à l'intention de Gontrand. Comme prévu, dans cette condition sans message, l'attitude n'exerçait aucune influence sur le rappel de la description initiale (voir volet droit de la figure 6.7).

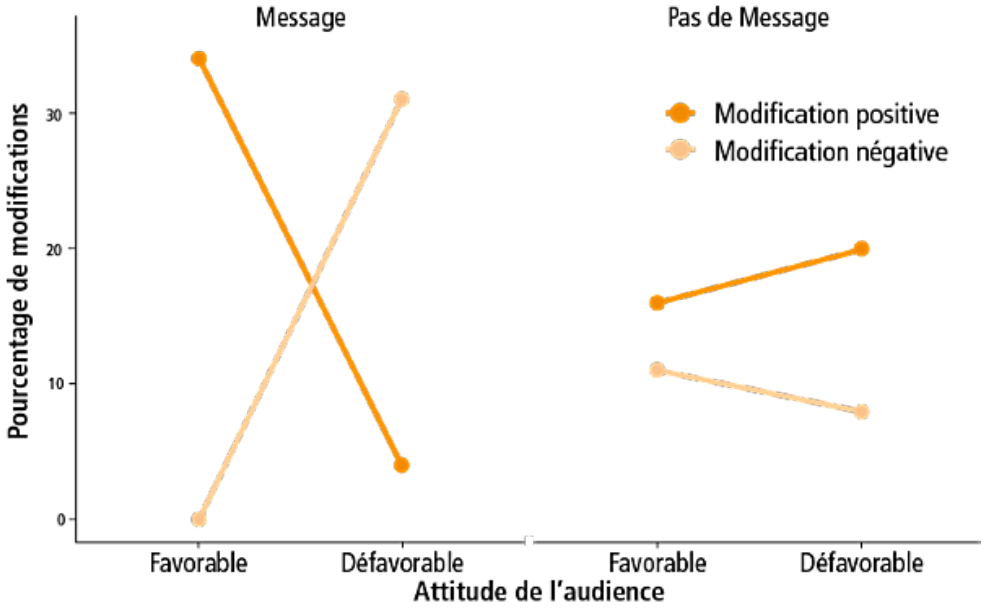


Figure 6.8. Pourcentage de modifications dans le rappel en fonction de la production d'un message, de l'attitude de l'audience (Gontrand) à l'égard de la cible (Hervé) et du type de modification (d'après Higgins & Rholes, 1978).

Cette expérience complexe met donc au jour un phénomène troublant. Tout se passe comme si le fait de communiquer à propos d'une réalité (ici le personnage d'Hervé) avait influencé la façon dont nous appréhendons et dont nous nous souvenons de cette réalité. Rendre compte de cet effet n'a pas été une mince affaire et c'est finalement *la théorie de la réalité partagée* qui en a apporté l'explication la plus convaincante. Selon cette théorie, les locuteur·rice·s pénètrent dans cette expérience en étant incertain·e·s. Après tout, il·elle·s ne connaissent pas Hervé et le texte sur lequel il s'agit de s'appuyer pour se former une opinion d'Hervé est plutôt ambigu. Il·Elle·s utilisent donc un indice d'ordre social, l'attitude de Gontrand, pour se former une opinion. Mais cette opinion ne se forme pas dans un vide social. C'est à travers la *communication* avec Gontrand et plus particulièrement l'élaboration du message qu'elle se construit. Communiquer permet de forger une réalité partagée. Une réalité partagée existe si les individus impliqués ressentent des états communs à propos d'un objet particulier dans le monde qui les entoure. Par exemple, s'ils

voient cet objet de la même façon. En l'occurrence, pour que Gontrand identifie Hervé, le·la locuteur·rice doit parvenir à envisager Hervé du point de vue de Gontrand et donc d'établir une réalité partagée avec lui.

Selon Echterhoff et ses collaborateurs, parvenir à cette réalité partagée implique une *motivation* de la part des membres du groupe impliqué. Ces auteurs distinguent deux types de motivations : des motivations *relationnelles* et *épistémiques*. Les premières font référence à l'affiliation, à la volonté d'établir des relations sociales avec les autres membres du groupe (ou avec l'audience dans le cas du paradigme). Notre motivation à établir une réalité partagée à propos d'un objet serait d'autant plus forte que nous souhaitons établir ou entretenir une relation positive avec l'audience. Par ailleurs, la réalité partagée aurait une fonction *épistémique*, qui correspond à la validation sociale de Festinger. Les individus sont motivés à établir des jugements valides de la réalité qui les entoure. La réalité partagée permettra de considérer qu'une réalité est fidèle et fiable.

On comprend aisément qu'on sera d'autant plus susceptible d'élaborer une réalité partagée avec autrui que l'on souhaite établir des relations harmonieuses avec cette personne (motivation relationnelle) et/ou que nous avons confiance en son jugement (motivation épistémique). Des travaux inspirés du paradigme « dire-c'est-croire » étayent cette affirmation. Par exemple, si l'audience appartient à un exo-groupe ou est supposée peu informée sur le sujet, les gens adaptent leur message à l'attitude de l'audience, mais leur mémoire n'est pas influencée. Le dire-c'est-croire n'apparaît pas. Ce sont des situations dans lesquelles les motivations relationnelles et épistémiques sont plus faibles. Toujours à l'appui de cette thèse, Echterhoff et ses collègues ont également montré que le phénomène ne se produisait pas si le·la locuteur·rice n'était pas motivé·e à établir une réalité partagée, par exemple si le but est de divertir Gontrand ou de recevoir une récompense.

3.4. L'influence sociale de référence

Une approche voisine, inspirée de la théorie de l'auto-catégorisation (Turner et al, 1987) postule que les individus sont d'autant plus enclins à établir un consensus par rapport à une réalité particulière qu'ils se

définissent comme membres d'une même collectivité. Comme celle de Festinger, cette approche suggère que le fait d'appartenir à un groupe se traduirait souvent par une pression à l'uniformité. Là où cette approche s'en distingue, c'est en considérant que la définition même du groupe est éminemment changeante. Selon le contexte, on se définira d'une façon ou d'une autre en termes sociaux et la notion de consensus n'a d'intérêt que par rapport à une réalité sociale particulière.

Si je me définis comme amateur·rice de smartphones « Grapefruit », il peut être important pour moi d'être en accord avec les autres fans de cette marque quant à leur solidité. Je rechercherai donc à convaincre ceux·elles qui sont en désaccord avec moi. En revanche, leur opinion sur les chances qu'aurait eues Ségolène d'accéder à la présidence m'est largement indifférente et qu'il y ait un accord sur cette question m'importera peu. En revanche, dès que j'entre dans le bistrot où que je discute de politique avec les pseudo-politologues, c'est le consensus sur cette question, avec elles·eux, qui m'importera. Comme chez Sherif, cette approche considère le groupe comme un « cadre de référence » : ce que je pense sera influencé par ce que le groupe pense.

De ce point de vue, le désaccord n'est un problème que dans la mesure où l'autre est catégorisé·e dans un même groupe du point de vue du problème qui est saillant au moment X. C'est à ce moment que l'on va chercher à établir une réalité partagée. Si un membre du groupe a une opinion divergente du reste du groupe sur ce point, on cherchera à modifier son opinion et à rétablir le consensus. En cas d'échec, le.la déviant·e est même susceptible de ne plus pouvoir être catégorisé·e comme membre de celui-ci.

Envisageons le cas (totalement imaginaire) suivant : suite aux agressions sexuelles commises par un puissant producteur hollywoodien à l'encontre de femmes, un groupe de féministes se mobilise et dénonce l'omniprésence du harcèlement sexuel dans la société française contemporaine. C'est là un point de vue qui correspond à une définition classique du féminisme et on peut donc s'attendre à un consensus de la part des féministes sur cette question. Admettons à présent que d'autres personnes se définissant comme féministes avancent une opinion distincte : par exemple, le fait qu'il faut tolérer certains comportements de séduction même en entreprise, voire qu'il

faille une différence marquante entre « drague » et « harcèlement ». Cette situation devrait mener à une discussion entre personnes se définissant comme féministes et pourra aboutir à différentes situations : soit l'une des deux parties change d'opinion de façon à converger vers l'autre, soit un consensus émerge suggérant qu'en réalité, les deux points de vue ne sont nullement incompatibles, soit, enfin, les deux groupes se revendiquent d'appartenances différentes correspondant à deux types de féminismes.

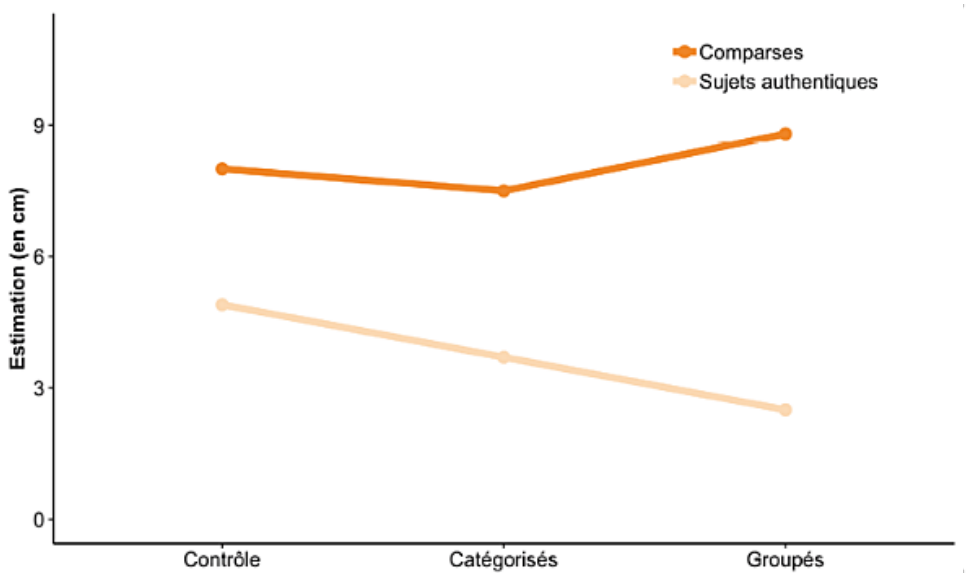


Figure 6.9 Estimation moyenne par les comparses et les sujets authentiques en fonction de la saillance de la catégorisation (d'après Abrams et al., 1990). Remarque : la réponse « exacte » est 0 cm.

De ce point de vue, le fait qu'un membre d'un exogroupe soit en désaccord avec soi ne devrait pas pousser à rechercher le consensus avec cette personne. Cela ne devrait se produire qu'au sein de l'endogroupe. À l'appui de cette hypothèse, Abrams et al. (1990) ont élaboré une modification de l'expérience de Sherif dans laquelle les groupes étaient composés de trois participant·e·s naïf·ve·s et de trois comparses qui définissaient une norme supérieure. Au cours d'une phase initiale de jugement, ces dernier·ère·s avaient reçu pour instruction de donner une réponse de 5 cm supérieure à celle d'un sujet naïf auquel chacun·e d'entre eux·elles était apparié·e. Dans une condition, les comparses et les naïf·ve·s étaient catégorisé·e·s dans deux groupes distincts. Dans une autre (« groupée »), cette catégorisation était accentuée (les sujets faisaient préalablement une tâche avec leur groupe et devaient en outre énoncer le nom de leur groupe avant d'émettre leur

jugement). Enfin, il y avait une condition contrôle sans catégorisation. On constate que les sujets naïfs convergent davantage vers la norme des comparses dans la condition contrôle que dans la condition catégorisée et davantage dans cette dernière que dans la condition groupée (voir figure 6.8). En d'autres termes, on ne cherche à établir un consensus qu'avec les membres de l'endogroupe et les comparses en font partie dans la condition contrôle, mais pas dans les deux autres conditions. Le groupe de comparses avait manifestement des jugements plus extrêmes. Du point de vue des participant·e·s, la catégorisation entre les deux groupes était donc pertinente vu qu'elle était associée à une réponse différente à la tâche.

Remarquons que cette approche est assez radicale dans la mesure où elle récuse la distinction entre validation physique et validation sociale. Toute validation est sociale et cela vaut même pour la réalité physique. Prenons le cas du smartphone incassable. Je le jette par terre et constate que l'écran est brisé. J'en déduis qu'il est moins solide que prévu. Mais est-ce que je me base uniquement sur ma perception de la réalité physique pour faire ce jugement ? Admettons qu'avant d'avoir jeté mon smartphone au sol, j'ai demandé à cinq amis de faire le même geste et que, chaque fois, mon smartphone en sorte indemne. J'incriminerai peut-être le fait que je l'ai jeté « trop fort ». Ou, plus radicalement encore, admettons qu'une fois que je l'ai jeté au sol, je le vois brisé en deux, mais que mes cinq amis contestent ce jugement en affirmant que l'écran est toujours intact. À tout le moins, je risque de remettre la validité de mon jugement en doute. L'appartenance qui est pertinente à ce moment-là est le fait d'être membre de la catégorie sociale de ceux et celles qui ont une vue suffisamment bonne pour estimer si l'écran d'un smartphone est brisé. C'est d'ailleurs ce que nous aborderons plus en détail au chapitre suivant avec la fameuse expérience de Asch.

4. Conclusions

Dans ce chapitre, nous avons pu examiner différentes conséquences de la présence d'autrui sur le comportement (imitation) et la performance

(facilitation ou paresse sociale par exemple). Nous nous sommes également penchés sur la formation des normes, et sur la création de microcultures. Ces recherches mettent en exergue la nécessité d'envisager la formation des normes comme un processus de « co-construction ». C'est à travers la relation à autrui, et plus particulièrement à travers le sentiment d'appartenance à une même collectivité, que les normes s'élaborent et se transmettent. La métaphore médicale de la contagion, qui voudrait qu'au contact d'autrui, on adopte aveuglément ses comportements ou ses attitudes, est une simplification trompeuse. Cette conception tend à promouvoir l'idée qu'en présence d'autrui, et plus particulièrement dans les groupes, les gens agissent sans avoir conscience de ce qu'ils font, comme des automates. Ce faisant, on dénie toute légitimité à ces comportements, qui semblent irrationnels. Quand ils sont le fait de groupes stigmatisés (pensons par exemple aux émeutes dans les banlieues en 2005), ce type d'interprétation renforce une telle stigmatisation.



▶ Ola dans le Michigan Stadium (Ann Arbor, USA), le deuxième plus grand stade au monde (© Ken Lund).

Or, les comportements collectifs font l'objet d'une élaboration. Par exemple, affirmer que la « Ola » dans un stade de football correspond à la simple contagion d'un comportement moteur d'un voisin à l'autre ne permet nullement de comprendre ce comportement — il n'y a là qu'une pure description. Il faut y voir l'expression collective d'une attitude à l'égard de son équipe, ou du match, et les mouvements du public ne sont qu'une manifestation parmi d'autres de cette orientation. Ce type d'analyse est transposable à des comportements beaucoup moins anodins, comme les violences dans les banlieues qui, selon des sociologues ayant analysé ces événements en profondeur (Cortéséro & Marlière, 2015), répondaient à la volonté d'exprimer une identité valorisante face au racisme dont sont victimes les habitant·e·s des banlieues. Une fois encore, voir les émeutier·ère·s comme des moutons qui se seraient contenté·e·s d'imiter des « meneur·euse·s » est une lecture profondément erronée.

8. Méthode statistique permettant de synthétiser un grand nombre d’études portant sur un même sujet.

L’essentiel

Résumé

La présence d’autrui joue un rôle déterminant sur nos comportements et performances. Ceci conduit à s’interroger sur la formation des normes et des microcultures, que l’on envisage actuellement de plus en plus comme des réalités co-construites. C’est précisément au contact d’autrui que se forment ces normes, et qu’elles se transmettent. Toutefois, cette explication de la transmission comme une sorte de propagation par contagion demande à être dépassée pour aborder les causes de ces comportements collectifs. C’est ce que nous avons pu montrer au travers de divers exemples, des actes de violence de la part de groupes stigmatisés aux phénomènes de harcèlement scolaire.

Questions pour s’auto-évaluer

1. Quelles sont les principales explications du phénomène de facilitation sociale ?

2. Imaginez que vous deviez présenter avec trois autres personnes un article scientifique dans le cadre d’un travail dirigé. Au vu de la littérature envisagée dans le cours,

comment pourrait-on minimiser le risque de paresse sociale dans ce cadre ?

3. En quoi l'effet caméléon et l'apprentissage social (au sens de Bandura) se distinguent-ils ?

4. En utilisant l'heuristique de la preuve sociale, quelle campagne publicitaire proposeriez-vous pour diminuer le jet de déchets dans la nature ?

5. Proposez deux exemples d'influence de la présence d'autrui sur la performance qui dépendent du phénomène de comparaison sociale.

6. Imaginons que vous deviez faire un discours à de futur·e·s étudiant·e·s vantant les rémunérations élevées que l'on peut obtenir grâce à un master en psychologie (bien vous n'en soyez pas forcément convaincu·e). Succomberez-vous au phénomène du « dire-c'est-croire » ? Justifiez votre réponse sur base des approches théoriques vues dans le chapitre.

Lectures pour aller plus loin

En Français

Butera, F., Darnon, C., Buchs, C., & Muller, D. (2006). Les méfaits de la compétition: comparaison sociale et focalisation dans l'apprentissage. *Bilans et perspectives en psychologie sociale*, 15-44.

Monteil, J-M., & Huguet, P. (2013). *Réussir ou échouer à l'école: une question de contexte* ? Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

Nugier, A. & Chekroun, P. (2011). *Les influences sociales*. Paris: Dunod.

En Anglais

Chartrand, T. L., & Van Baaren, R. (2009). Human mimicry. *Advances in Experimental Social Psychology*, 41, 219-274.

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, *7(2)*, 117-140.

Heath, C. (2007). *Made to stick: Why some ideas stick and others die*. New York: Random House.

Huguet, P., Dumas, F., Marsh, H., Régner, I., Wheeler, L., Suls, J., ... & Nezlek, J. (2009). Clarifying the role of social comparison in the big-fish–little-pond effect (BFLPE): An integrative study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97(1), 156.

Phillips, D. P. (1974). The influence of suggestion on suicide: Substantive and theoretical implications of the Werther effect. *American Sociological Review*, 39, 340.354.

Turner, J. C. (1991). *Social influence*. Milton Keynes: Open University Press.

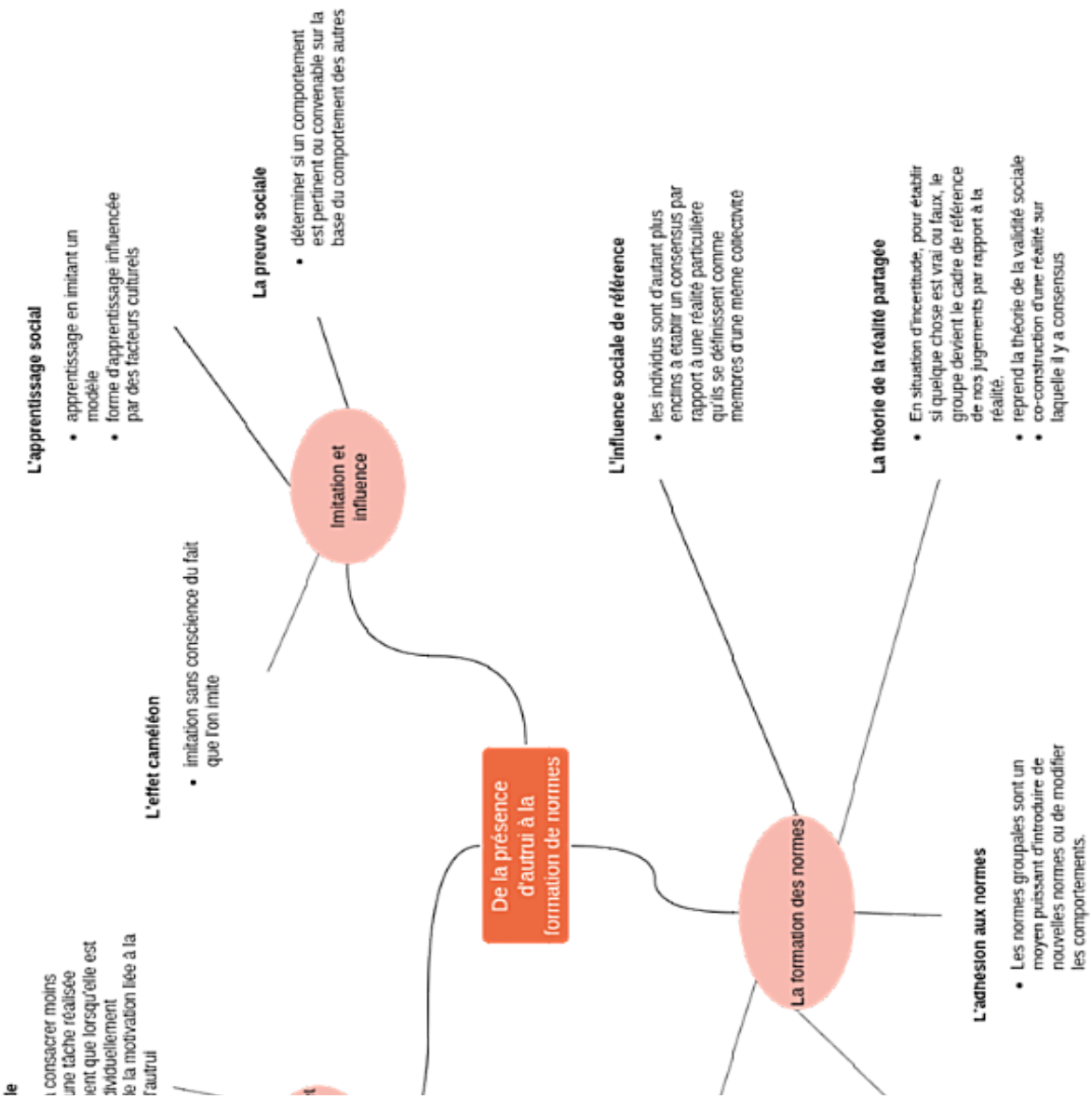
Pour illustrer

Spot : L'Indien qui pleure.

« Forcément, c'est quand on me regarde que j'y arrive

plus ».

L’effet Werther




La paresse socia
tendance
d'efforts à
collectivem
réalisée in
réduction
présence
Facilitation et détérioration sociale
facilitation sociale : la performance est améliorée en présence d'autrui
détérioration sociale : phénomène inverse
peut dépendre du caractère correct ou incorrect de la réponse dominante (drive)
peut dépendre de la volonté de projection d'une image positive de soi (motivationnel)
peut dépendre des capacités (cognitif)
Présence d'autrui e
performance
Le modèle de la "contagion sociale" ne peut expliquer la formation de toutes les normes.
L'effet autocinétique
Les autres constituent le cadre de référence d'un individu.
Influence continue du groupe sur l'individu, même en l'absence de celui-ci.


" Je ne suis pas d'accord avec ce que vous dites, mais je me battrai jusqu'à la mort pour que vous ayez le droit de le dire "
Voltaire
JE SUIS CHARLIE
TOUS ENSEMBLE

CHAPITRE

7

Du conformisme à la rébellion

“It’s weird not to be weird.”
John Lennon

Dans le chapitre précédent, nous avons vu comment des normes sociales émergeaient au sein d’un groupe. Par définition, ces normes sont ensuite amenées à influencer les membres de celui-ci. L’individu est-il capable de résister à l’imposition de normes par son groupe, ou par une figure d’autorité ? C’est la question qui nous occupera durant la première partie de ce chapitre. Nous nous intéresserons également au processus inverse : est-ce qu’un individu, ou une minorité, est en mesure d’influencer un groupe majoritaire ? Comme vous allez le voir, cette tension entre l’individu et

le groupe est un enjeu constant, qui pose des questions existentielles. Jusqu'où l'influence d'autrui peut-elle nous conduire ? Est-ce que le groupe est en capacité de nous libérer de notre conscience pour nous amener à commettre l'irréparable ? Sommes-nous susceptibles de reléguer nos valeurs morales au placard sous l'influence d'une autorité ou d'un groupe ? Inversement, est-ce qu'un individu, ou une minorité, est en capacité de transformer les croyances et les modes de pensée d'une collectivité ? Ce sont ces questions que nous allons examiner en envisageant tour à tour l'influence du groupe sur la minorité, parfois réduite à un seul individu, et l'influence de la minorité sur le groupe majoritaire.

Au ***chapitre 6***, nous nous sommes intéressés à l'imitation d'une part et aux situations de jugement perceptif dans les petits groupes d'autre part, singulièrement à travers l'expérience de Sherif sur l'effet autocinétique. Nous avons également vu que, pour rendre compte de la formation des normes, certain·e·s auteur·e·s appliquaient un modèle de « contagion » selon lequel les comportements, les croyances, les jugements se transmettent d'une personne à l'autre de façon quasiment automatique et inconsciente. Cette vision des choses n'est pas sans rappeler l'approche behavioriste, en vogue au début du XX^{e} siècle. Selon cette perspective (par exemple Miller & Dollard, 1941), les normes se transmettent à travers un processus de « renforcement » : se comporter comme les personnes qui nous entourent ferait l'objet de gratifications alors que la déviance aurait été punie. Cette idée d'une contagion des comportements et des jugements ne fait pas l'unanimité en psychologie sociale, loin de là. À la suite des premières recherches sur les normes, les regards se tourneront vers la question du conformisme.

1. Du conformisme à l'influence minoritaire

Pour Solomon Asch (1951), en particulier, la perspective dominante au milieu du 20^{e} siècle « tend à prendre la soumission servile au groupe comme une évidence et a négligé ou nié implicitement la capacité des individus à se montrer indépendants » (Asch, 1952, p. 451). Ce chercheur a dès lors élaboré une situation permettant de confronter deux types de réactions : se soumettre à la pression sociale versus rester indépendant·e. La situation en question repose sur une tâche perceptive. On présente à des sujets deux panneaux en carton côte à côte. Sur le panneau de gauche apparaît une ligne cible (dont la taille varie entre 2,5 et 23 cm). Sur le panneau droit, on peut voir trois lignes de longueurs variables (les lignes de comparaison), dont l'une a la même longueur que la ligne (voir figure 7.1). La tâche du sujet est d'identifier cette dernière. C'est là une tâche extrêmement aisée pour toute personne dont la vision est nette. Contrairement à la situation mise en place par Sherif dans ses expériences

sur l'effet autocinétique, il n'y a ici aucune d'ambiguïté. L'expérience comporte 12 essais. Rien de bien insolite somme toute.

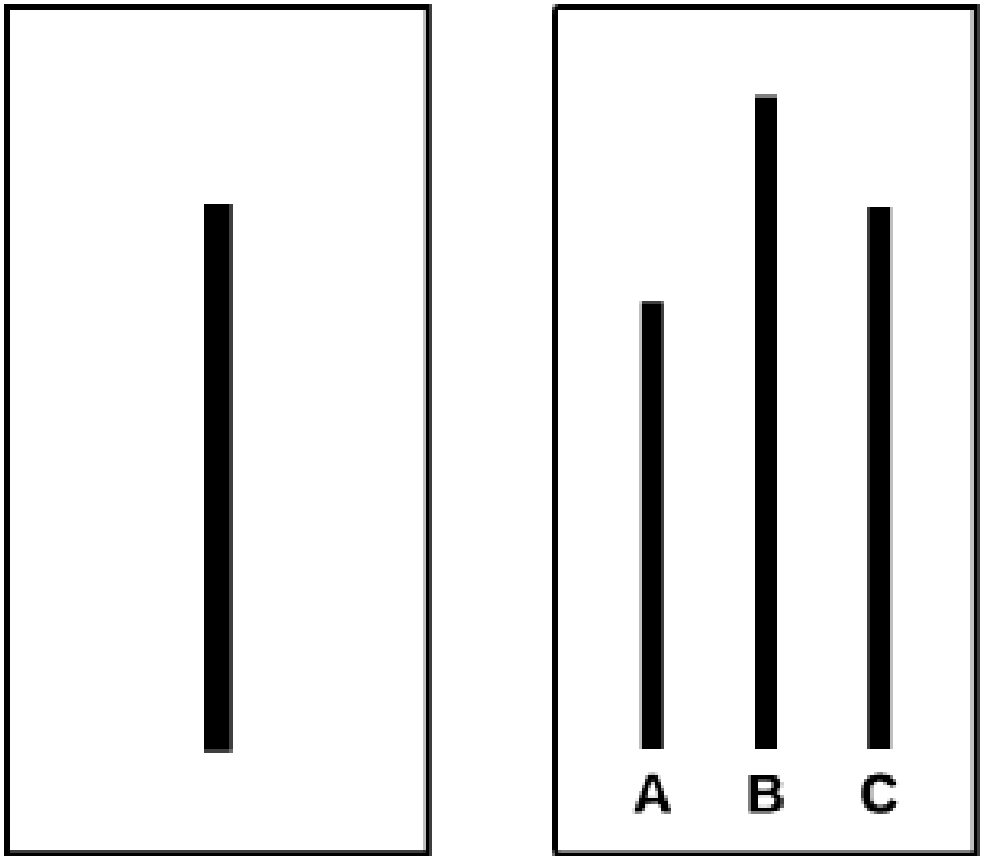


Figure 7.1. Exemples de stimuli utilisés par Asch. Note : la ligne de gauche est la ligne de référence ; les trois lignes de droite sont les lignes de comparaison.

Là où la situation devient plus intrigante, c'est lorsqu'on apprend que cette expérience se déroulait en groupes, de 7 à 9 individus. Chaque sujet communique sa réponse successivement et publiquement de telle sorte que tous les participants (tous des hommes) l'entendent. Cependant, tous les membres de ce groupe, à une seule exception, sont des complices de l'expérimentateur. Ce dernier leur a enjoint de fournir des réponses incorrectes, et unanimes, à 7 des 12 essais. En outre, le seul sujet naïf doit s'exprimer en dernier lieu. Il est donc confronté à une situation pour le moins troublante : il vient d'entendre au moins six individus émettre une réponse qui contredit sa perception visuelle. Qui plus est, cette réponse émane de personnes apparemment indépendantes les unes des autres. La pression du groupe semble donc maximale.

Comment faire face à une telle situation ? Sur les 217 jugements critiques émis par les 31 participants naïfs, 66.8 % s'avèrent corrects. La réponse dominante consiste donc à *ne pas se soumettre* à la pression du groupe. Toutefois, cela reste bien moins que le pourcentage de réponses correctes (92.75 %) observé chez un groupe contrôle qui n'est soumis à aucune pression. Plus généralement, on observe que 81 % des sujets commettent au moins une erreur contre 44 % dans le groupe contrôle et que 58 % font au moins 2 erreurs contre 2 % dans le groupe contrôle. Inversement, 95 % des sujets sont une ou plusieurs fois allés à l'encontre du jugement du groupe.

Ces résultats peuvent s'envisager de deux façons : sous l'angle du verre à moitié plein ou à moitié vide. D'une part, on constate que pour la plus grande partie des jugements, l'indépendance reste de mise, en dépit d'une pression qui peut sembler très importante de la part de la majorité. D'autre part, on peut s'étonner qu'en dépit du caractère manifeste de la bonne réponse, tant d'erreurs surviennent. Pour expliquer celles-ci, Asch récuse totalement l'interprétation behavioriste. De son point de vue, la réponse des sujets est éminemment rationnelle. Face à la présence de tant de jugements indépendants, contraires à leur propre impression, les participants en viendraient à remettre en doute leurs propres sens. « Si tous ces gens équipés d'un appareil visuel bien conformé parviennent aux mêmes conclusions, je dois me tromper », se disent-ils. Les sujets ne se contentent donc pas d'imiter servilement la réponse des autres. Leur réponse serait l'objet d'un raisonnement conscient.

Est-ce à dire que ceux qui résistent ne se soucient pas de l'opinion du groupe ? Non, mais ils ont davantage confiance en leurs sens qu'en l'opinion du groupe. Cette confiance est ancrée dans le fait que l'objet du jugement est non ambigu. Aux yeux de Asch, l'expérience est donc une démonstration qu'une indépendance de jugement *est possible* dans certaines conditions. Cette expérience, l'une des plus célèbres en psychologie sociale, a depuis été répliquée dans de nombreux pays. On constate que l'indépendance tend à augmenter dans les études les plus récentes. On observe également un plus grand conformisme dans les cultures « collectivistes » que dans les cultures « individualistes » (Bond & Smith, 1996, voir aussi ***chapitre 5***). En effet, dans ces dernières, il serait particulièrement important de préserver l'harmonie entre les membres du

groupe dont on fait partie. Se conformer permettrait précisément d'atteindre cet objectif.



Le conformisme se manifeste notamment dans nos habitudes vestimentaires (© Elizabeth Thomas).

1.1. Influence normative et informationnelle

Si Asch mettait l'accent sur l'indépendance davantage que sur la conformité, les travaux ultérieurs vont se centrer presque exclusivement sur une tentative d'explication du conformisme. À cet égard, une distinction proposée par Deutsch et Gerard (1955) va revêtir une importance croissante. Ces auteurs qualifient d'influence *normative* le fait de se conformer aux *attentes* d'autrui pour recueillir leur approbation. En gros, il s'agit donc d'un conformisme de surface qui consiste à dire ce qui est attendu même si dans la plupart des cas, on n'en pense pas moins. Par contre, l'influence *informationnelle* consiste à considérer l'information fournie par autrui comme une *preuve* de la réalité.

Certains des sujets de l'expérience de Asch se conformaient à la majorité, car ils doutaient de la validité de leur jugement. C'est de l'influence informationnelle. D'autres, en revanche, ne remettent pas en cause leur jugement (ils savent quelle ligne est la bonne), mais se conforment simplement parce qu'ils ne « veulent pas avoir l'air différents » — ils veulent se conformer aux attentes de similarité. Il s'agit là d'influence normative. Pour mettre cette distinction à l'épreuve, Deutsch et Gerard ont reproduit l'expérience de Asch en introduisant une condition dans laquelle les sujets s'exprimaient de façon anonyme, ce qui en toute logique devrait neutraliser l'influence normative. En effet, l'anonymat a pour conséquence de ne provoquer aucune sanction sociale associée au fait de ne pas se conformer au jugement majoritaire. Comme attendu dans ce type de situation, le conformisme diminuait par rapport à la condition individuelle

en face à face, qui correspond à la situation de Asch (voir figure 7.2). Cependant, éliminer l'influence normative n'annule pas totalement le conformisme à la majorité, ce qui suggère, aux yeux de Deutsch et Gerard, que l'influence informationnelle opère également. De même, Deutsch et Gerard ont introduit une condition dans laquelle les sujets étaient encouragés à voir l'ensemble des participants (comparses et eux-mêmes) comme un groupe, dont le plus performant recevrait une récompense. Cette situation, susceptible d'accentuer l'influence normative telle qu'envisagée par Deutsch et Gerard, se traduisait par une augmentation du nombre d'erreurs allant dans le sens de la majorité pour les essais critiques (voir barre droite de la figure 7.2).

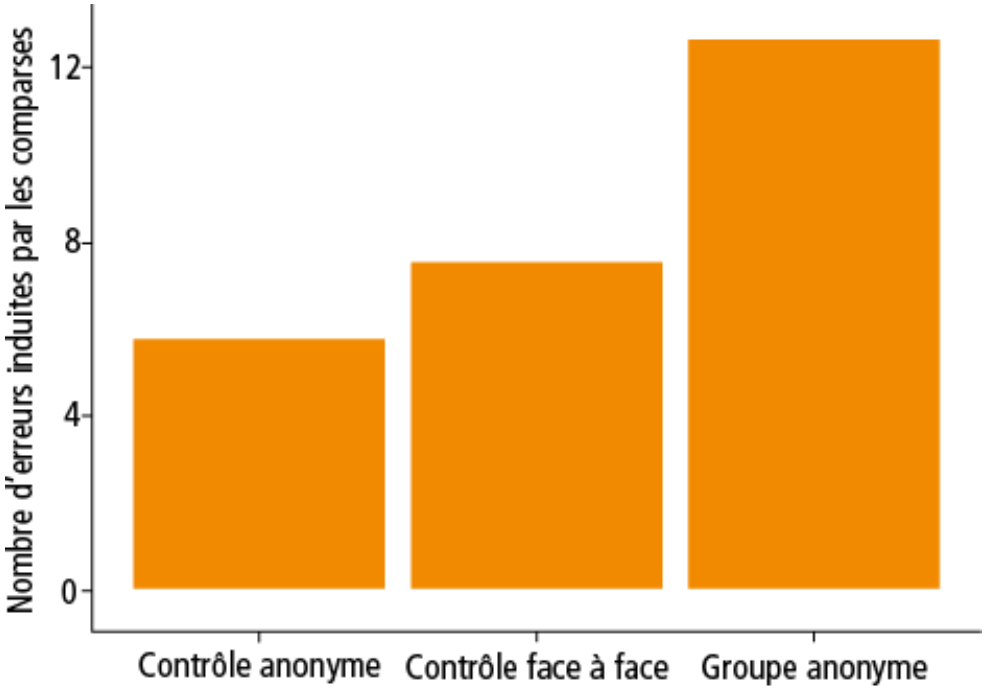


Figure 7.2. Nombre d'erreurs socialement induites en fonction de la condition expérimentale (d'après Deutsch & Gerard, 1955)

1.2. L'influence minoritaire

Comment devenir saint·e ?

Si vous devez être un jour canonisé·e, vous subirez un procès en béatification (vous serez depuis longtemps dans les cieux). Si,

bien entendu, vous serez l'objet de nombreuses louanges pour vos bonnes actions, vous souffrirez également les attaques d'un « promoteur de la foi », ou « avocat du diable », dont la tâche officielle au sein du tribunal ecclésiastique mis sur pied pour ce procès d'un genre particulier consiste à formuler tous les arguments à l'encontre de votre béatification. Grâce à cette pratique, qui remonte au XVI^{e} siècle, l'Église catholique contourne les pièges du conformisme que l'aura d'un·e candidat·e à la béatification peut faire peser sur la qualité de ses décisions.



▶ Rassemblement de suffragettes à Manchester en 1908 (© New York Times).

Asch s'intéresse à l'influence d'une majorité sur le jugement. Ce type d'influence conduit à terme à une uniformisation des jugements. Si, en effet, toutes les cibles de la majorité se conforment, les jugements et comportements deviennent identiques. Naturellement, cette approche aboutit à une vision extrêmement conservatrice de l'influence : celle-ci ne servirait qu'à ramener les membres déviants dans le droit chemin. Or, l'influence ne s'exerce pas uniquement depuis le groupe vers l'individu. Des minorités peuvent parfois avoir une influence sur l'ensemble du groupe. C'est même souvent cela qui permet le changement social et l'innovation. Pensons par exemple aux suffragettes, qui ont combattu pour le droit de vote des femmes dans l'Angleterre victorienne. Elles furent vilipendées à l'époque, mais leur voix se fait entendre aujourd'hui encore chaque fois que des femmes entrent dans l'isoloir. On peut aussi penser aux émeutes qui se déroulèrent au Stonewall Inn, un bar fréquenté par des homosexuel·le·s new-yorkais, en 1969 suite à une descente de police. Celles-ci sont à l'origine du mouvement LGBT. Si, aujourd'hui, l'homosexualité n'est plus vue comme une maladie mentale, n'est plus criminalisée, et que les homosexuel·le·s bénéficient de nombreux droits (même si tout n'est pas encore acquis…), c'est en grande partie à ces événements qu'on le doit.

Comme le montrent ces exemples, les minorités ne sont donc pas uniquement passives. De nombreux groupes minoritaires cherchent à faire entendre leur voix à la majorité. Quels types d'influence sont-ils susceptibles d'exercer ? C'est la question centrale qui anime les travaux de Serge Moscovici, dans ses recherches sur *l'influence minoritaire.* Pour ce faire, Moscovici, Lage et Naffrechoux (1969) vont modifier la situation de Asch de façon légère, mais particulièrement significative. Plutôt que de juger la longueur de lignes, six participantes (toutes des femmes) devaient cette fois nommer la couleur de diapositives de couleur bleue. Sans qu'elles le sachent, deux comparses de l'expérimentateur répondaient que la couleur des diapositives était « verte ». Dans une condition contrôle, il n'y avait pas de comparses.

La présence de la minorité exerçait un effet, limité, mais bien réel, sur les réponses des participantes. En effet, 32 % d'entre elles répondaient « vert » à au moins un essai, ce qui n'arrivait quasiment jamais dans le groupe contrôle. Dans une étape ultérieure, on leur montrait, individuellement cette fois, des couleurs plus ambigües qui, bien que bleues, se rapprochaient du vert. Dans cette situation, les répondantes préalablement confrontées à la minorité avaient davantage tendance à répondre « vert » et ce, même si dans la phase précédente, elles avaient systématiquement répondu « bleu ». En d'autres termes, même si leurs réponses en présence de la minorité n'étaient que peu voire pas affectées, la façon dont les répondantes catégorisent les teintes des deux couleurs semblait s'être transformée sous l'effet de la minorité. Ce pattern de réponses ne peut donc pas s'expliquer par une simple « influence normative » car c'est lorsqu'elles sont seules que l'influence de la minorité se remarque finalement le plus. C'est donc une influence informationnelle, que Moscovici qualifie de *conversion* par opposition à la *soumission* qui caractériserait l'influence majoritaire. L'influence minoritaire nous mènerait à percevoir ou appréhender une réalité de manière différente. Dans la lecture de Moscovici, il ne s'agirait pas du simple changement des réponses qui caractérise l'influence majoritaire.

On peut toutefois se demander si Moscovici ne force pas le trait en décrivant la façon dont la majorité exerce son influence. En effet, même dans la situation de Asch, nous avons noté l'existence d'une influence

informationnelle, plus proche de la conversion que de la soumission. Il n'en demeure pas moins qu'on peut trouver une illustration de cette conversion propre à la minorité dans la façon dont des partis politiques traditionnels ont petit à petit modifié leur programme sous l'influence de partis qui se trouvaient autrefois à la frange de l'échiquier politique (écologistes ou droite nationaliste, par exemple) sans toutefois changer ouvertement leurs valeurs ou leur positionnement politique. Dans la théorie de Moscovici, on voit donc réapparaitre l'opposition entre deux types d'influence — la conversion ressemblant à l'influence informationnelle et la soumission à l'influence normative.

Autre aspect important de ces travaux : relisant les différentes expériences de Asch sur l'influence majoritaire, Moscovici et ses collègues constatent que la taille de la majorité a relativement peu d'effet. Qu'une majorité compte 3 ou 18 personnes, la fréquence des réponses incorrectes chez les minoritaires reste stable. En revanche, il suffit qu'une personne membre de la majorité se distingue, en proposant même une autre mauvaise réponse, et l'influence de la majorité s'écroule. Ce constat donne à Moscovici l'idée que la *cohérence* des réponses de la majorité, plus que la taille de la majorité, doit être déterminante. Pour mettre son intuition à l'épreuve, Moscovici et ses collaborateurs ont introduit une variante dans l'expérience décrite plus haut. Dans deux tiers des essais, le groupe minoritaire de comparses répondait « vert » alors que dans le dernier tiers, il répondait « bleu ». Dans ce cas de figure, moins de 2 % des réponses des participantes membres du groupe majoritaire étaient influencées par la minorité. La cohérence de la minorité est donc bien déterminante. Et l'influence de la minorité ne s'exerce pas uniquement au niveau de la réponse. Elle semble affecter la perception même de la couleur. Pour s'en convaincre, examinons la figure 7.3. Comme chaque participante voyait plusieurs fois chaque teinte, Moscovici et ses collaborateurs ont pu mesurer à quel niveau du continuum chromatique entre bleu et vert, la participante répondait «vert » dans 25 % des cas et «bleu » dans le reste des réponses. Ils ont ensuite comparé ce seuil selon que la minorité soit cohérente ou non. Ils ont fait de même pour le niveau auquel la participante répond «vert » dans 50 % des cas et dans 75 % des cas. On voit sur la figure 7.3 que dans ces trois cas, le seuil est plus faible lorsque la minorité est cohérente. Autrement dit, la

limite perceptive que chaque sujet se fixe pour dire que la couleur est «verte » plutôt que «bleue » est plus proche de la gamme chromatique bleue quand la minorité répond «vert » de façon cohérente.

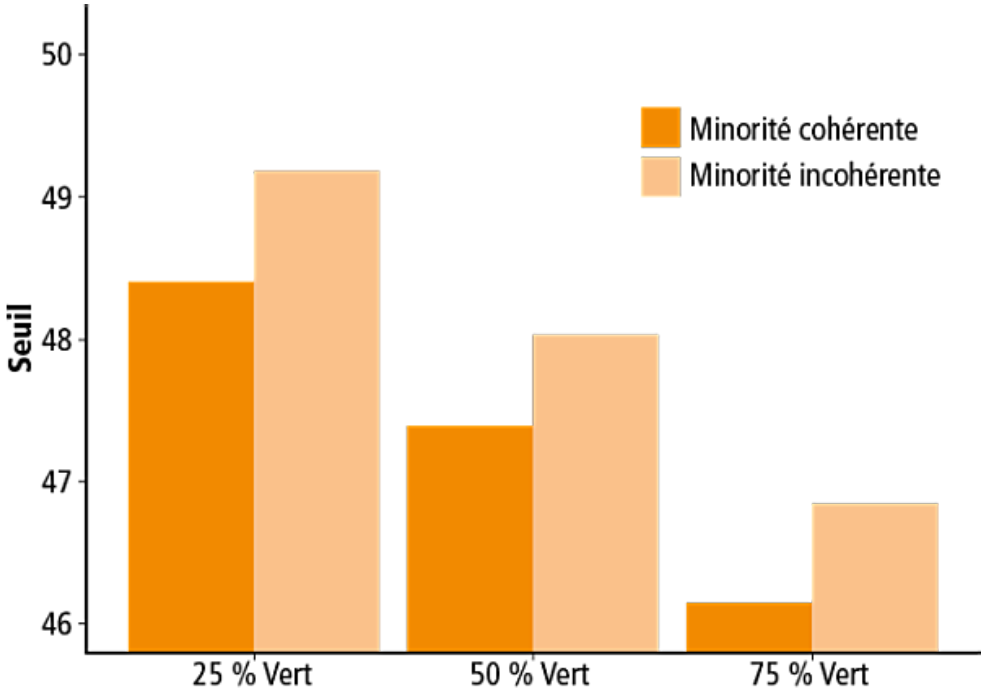


Figure 7.3. Seuil moyen à partir duquel le sujet fournit un pourcentage de 25 %, 50 % et 75 % de réponses «vert » sur un continuum chromatique de bleu (valeurs faibles) à vert (valeurs élevées) en fonction de la condition expérimentale (d'après Moscovici et al., 1969).

Comment rendre compte de ces résultats ? Pour bien appréhender les choses, il faut considérer tout d'abord que les participantes croient qu'il existe une bonne réponse « objective ». Le désaccord entre la majorité et la minorité crée donc un *conflit* de réponses : faut-il répondre « bleu » ou « vert » ? On peut soit attribuer un tel désaccord à des caractéristiques des répondantes (« elles veulent nous induire en erreur », « elles ont une mauvaise vue »…), soit à des caractéristiques de l'objet (la couleur réelle des diapositives). Comme chacune a fait un test de vue avant l'expérience, et qu'il n'y a aucune raison de mettre en doute les intentions de la minorité — qui, du point de vue des caractéristiques apparentes de ses membres, ne diffère par ailleurs en rien de la majorité — il est difficile d'attribuer la réponse aux participantes elles-mêmes. Ceci est d'autant plus ardu lorsque ces dernières sont cohérentes : la cohérence semble indiquer une certitude qui suggère que les diapositives sont réellement vertes. En d'autres termes,

la cohérence de la minorité accentue le conflit de réponses en rendant une attribution aux personnes encore plus difficile. Pour Moscovici, c'est le conflit qui est à l'origine de l'influence. Pour résoudre ce dernier, il faut soit changer d'opinion, soit convaincre la minorité qu'elle a tort. Si celle-ci reste cohérente, l'incertitude émerge et pourra le cas échéant donner lieu à un changement de point de vue, éventuellement en l'absence de la minorité. Ceci nous amène à relire l'expérience de Asch sous un autre jour. Le·la participant·e est une minorité qui fait face à une majorité cohérente. Celle-ci induit un conflit cognitif, dont un des modes de résolution est de se soumettre. D'ailleurs, on constate dans les deux paradigmes que le simple fait qu'un membre du groupe source (la majorité chez Asch, la minorité chez Moscovici) ne donne pas la même réponse que les autres suffit à ce que l'influence disparaisse. Ce désaccord permet au conflit de s'éteindre, car il suggère bien que notre façon de percevoir la réalité a toute sa légitimité.

Bien que très intéressants, ces travaux ne portent que sur des jugements perceptifs. Or, la question de l'influence minoritaire dépasse de loin la perception chromatique. On aimerait savoir comment quelques groupuscules sont susceptibles de changer la position majoritaire sur des sujets sociétaux sensibles tels que le droit à l'avortement, le traitement des réfugié·e·s ou la protection de la vie privée. De nombreux travaux ultérieurs ont emprunté cette voie et se sont intéressés à l'influence minoritaire sur les *attitudes.*

1.3. Influence directe et indirecte

La recherche sur l'influence minoritaire montre que l'impact de la minorité peut non seulement se manifester en dehors de sa présence, mais qu'elle peut engendrer des effets inattendus. Ainsi, dans une étude (Aebischer, Hewstone & Henderson, 1984), les préférences musicales des sujets vis-à-vis de la « musique moderne » évoluaient lorsqu'ils étaient en présence d'une minorité qui manifestait son amour



Manifestation en faveur de la liberté de choix en matière d'avortement en 2012 à Madrid, Espagne (© Laura Gaelx).

du « hard rock »… sans que pour autant
l'attitude spécifique vis-à-vis de ce type de musique ne change. La majorité exerçait une influence beaucoup moins marquée. Dans une autre étude (Perez & Mugny, 1987), les attitudes vis-à-vis de la contraception de jeunes Espagnoles (encore très conservatrices en ces temps anciens…) devenaient plus positives lorsqu'une minorité exprimait son soutien pour la dépénalisation de l'avortement. Ces résultats mettent en exergue le phénomène d'influence indirecte, soit un changement dans la position des individus à propos d'un thème sur lequel la minorité ne s'est pas exprimée lorsqu'elle communiquait son message.

Comment rendre compte de cela ? Une première explication, proposée par Perez et Mugny (1993) fait appel à la notion de conflit, déjà introduit par Moscovici. Confrontée à la minorité exprimant un point de vue « dissident », la cible d'influence supposerait simplement qu'elle a tort, ce qui résout aisément un premier conflit : savoir quelle position exprimer sur le sujet qui fait l'objet de l'influence. Libérée du conflit, elle chercherait néanmoins à comprendre le point de vue de la minorité. Cela mènerait la cible à chercher à identifier les *principes* qui organisent ce point de vue. Par exemple, pour les jeunes étudiantes espagnoles, être confrontées à un discours dissident sur l'avortement pourrait les pousser à réfléchir à la position des femmes dans la société espagnole ce qui, à son tour, peut affecter leur vision de la contraception. Lorsque la source est une majorité, il est beaucoup plus difficile de résoudre le conflit de cette façon. Comment expliquer que tout le monde pense différemment de moi ? On craint également d'être rejeté·e si on ne se conforme pas à la position majoritaire. Dans ce cas, se plier à la majorité est une façon de résoudre le conflit. Selon Perez et Mugny, disciples de Moscovici, c'est donc la façon dont la cible d'influence résout le conflit auquel elle fait face qui permet de comprendre sa réponse.

Selon une seconde explication proposée par Alvaro et Crano (2017), l'influence indirecte s'expliquerait par ce qu'ils qualifient de *clémence* : si la minorité appartient à un endogroupe, on serait prêt à écouter son point de vue sans nécessairement essayer de s'y opposer becs et ongles en contre-argumentant. On autoriserait en quelque sorte notre cerveau à se laisser « imbiber » par ses idées. Nos attitudes s'en trouveraient petit à petit modifiées, voire restructurées, sans que nous en ayons nécessairement

conscience. Même si cela n'affecte pas nécessairement les attitudes visées directement par le message de la minorité, cela pourrait influencer d'autres attitudes, associées. Cette disponibilité à se laisser pénétrer par des idées n'est pas présente lorsque la minorité appartient à un exogroupe. Dans ce cas, on n'est pas prêt à se laisser influencer par celle-ci. Alvaro et Crano (1997) ont examiné cette interprétation en exposant leurs sujets à un message émanant soit d'un sous-groupe d'étudiant·e·s (minoritaire), soit de l'association représentant l'ensemble des étudiant·e·s (majoritaire). Par ailleurs, le sous-groupe d'étudiant·e·s minoritaire provenait soit de la même université que les sujets (endogroupe), soit d'une autre université (exogroupe). Le message revendiquait de ne pas accepter d'homosexuel·le·s dans l'armée américaine. On examinait ensuite l'attitude des sujets à propos d'une problématique dont les auteurs ont pu montrer qu'elle était associée à celle du message (comme c'était le cas plus haut pour la contraception et l'avortement) : le fait de contester un contrôle plus strict sur l'achat et l'utilisation d'armes. Comme le montre la figure 7.4, on constate davantage d'influence indirecte, à travers des attitudes plus défavorables à la régulation des armes, lorsque les sujets ont été confrontés à une influence minoritaire que majoritaire (comme on pouvait s'y attendre sur base des travaux précédents), mais uniquement si cette influence provenait de l'endogroupe. Les sujets auraient fait preuve de davantage de « clémence » vis-à-vis de ces sources et leurs attitudes se seraient donc transformées.

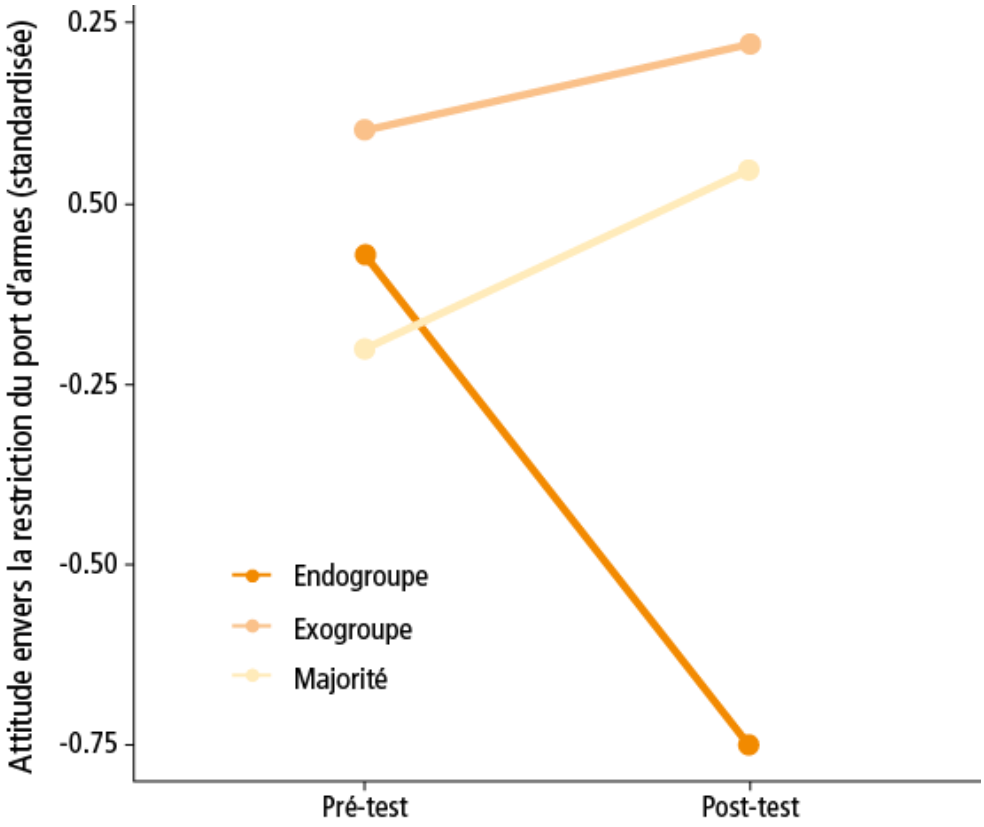


Figure 7.4. Attitude envers la restriction du port d'arme en fonction de la source de l'influence avant
et après l'exposition au message « anti-homosexuels dans l'armée » (d'après Alvaro & Crano, 2017).

Ces résultats sont également en accord avec la théorie de l'auto-catégorisation ***[chapitre 6]***. Cette dernière avance ceci : dès lors que l'endogroupe est un groupe de référence et qu'on est donc motivé·e à établir un consensus avec ses membres, il est normal que l'on soit davantage influencé·e. Son concepteur, Turner (1991), conteste l'idée d'une opposition qualitative entre l'influence minoritaire et majoritaire et postule que l'influence d'une source dépend avant tout de la façon dont celle-ci est catégorisée. Une minorité ne serait influente *que* dans la mesure où elle est perçue comme endogroupe. Or, cette catégorisation endogroupe – exogroupe dépend du degré auquel la position de la minorité est caractéristique de l'endogroupe en comparaison à des exogroupes qui sont psychologiquement saillants. Prenons l'exemple suivant : imaginons des personnes ayant des attitudes modérément féministes discutant des inégalités de genre. Situation A : les voilà confrontées à des féministes

radicales qui revendiquent une position extrême (par exemple, le fait d'interdire la promotion aux hommes dans les entreprises). Situation B : cette fois la minorité est composée de machistes de la pire espèce qui proposent de supprimer les congés de maternité. Qui exercera l'influence la plus forte ? Selon la théorie de l'auto-catégorisation, vu les attitudes modérément féministes des sujets, l'exogroupe ici serait constitué de personnes opposées aux égalités hommes-femmes (anti-féministes). De ce point de vue, la minorité de la situation A est plus prototypique de la position de l'endogroupe que la minorité B. Elle sera donc davantage catégorisée comme endogroupe et c'est donc elle qui devrait exercer l'influence la plus marquée. David et Turner (1996) ont effectué deux études corroborant l'hypothèse d'une plus grande influence de minorités endogroupes qu'exogroupes, aussi bien directement qu'indirectement.

1.4. Influence minoritaire sur la performance

Outre son influence sur les attitudes, la présence de la minorité pourrait exercer des effets positifs sur les performances cognitives. Dans une expérience de Nemeth et Kwan (1987), les sujets, des étudiantes, étaient groupés par quatre. Elles visualisaient séquentiellement des suites de lettres. Leur tâche consistait à prononcer un mot composé de lettres présentées. Par exemple, elles voyaient « DNOMHG », dont on pourrait extraire « nom » ou « mon ». On peut donc adopter une stratégie « fidèle à l'ordre » (de gauche à droite), la plus naturelle et la plus commune, ou « inversée » (de droite à gauche). Dans la condition « majorité », les sujets étaient confrontés à trois comparses qui fournissaient soit systématiquement la réponse « fidèle », soit systématiquement la réponse « inversée ». L'expérimentatrice s'interrompait après les premiers 5 essais et, dans deux conditions, les informait des prétendues réponses des autres sujets à chacun des essais. Dans la condition « minorité », elle annonçait trois réponses fidèles à l'ordre, et une inversée pour chacun des essais. Dans la condition « majorité », c'était l'inverse. Dans une condition contrôle, aucune information sur les réponses des autres n'était fournie. On montrait ensuite 10 séquences de lettres pour lesquelles les sujets devaient écrire un maximum de mots. Les chercheuses examinaient ensuite la fréquence des réponses correspondant aux deux types de stratégies, ou à d'autres encore

(par exemple, « DON » dans l'exemple précédent). On constate un phénomène remarquable : lorsque les participantes croient que la stratégie inversée est le fait de la majorité, elles trouvent davantage de mots correspondant à cette stratégie. En revanche, elles en trouvent *moins* correspondant à la stratégie la plus « naturelle », à savoir de gauche à droite. Il n'en est pas ainsi lorsqu'elles croient que seule une minorité recourt à la stratégie inversée. Dans ce cas, elles trouvent davantage de mots correspondant aux trois stratégies que dans la condition contrôle (voir figure 7.5).

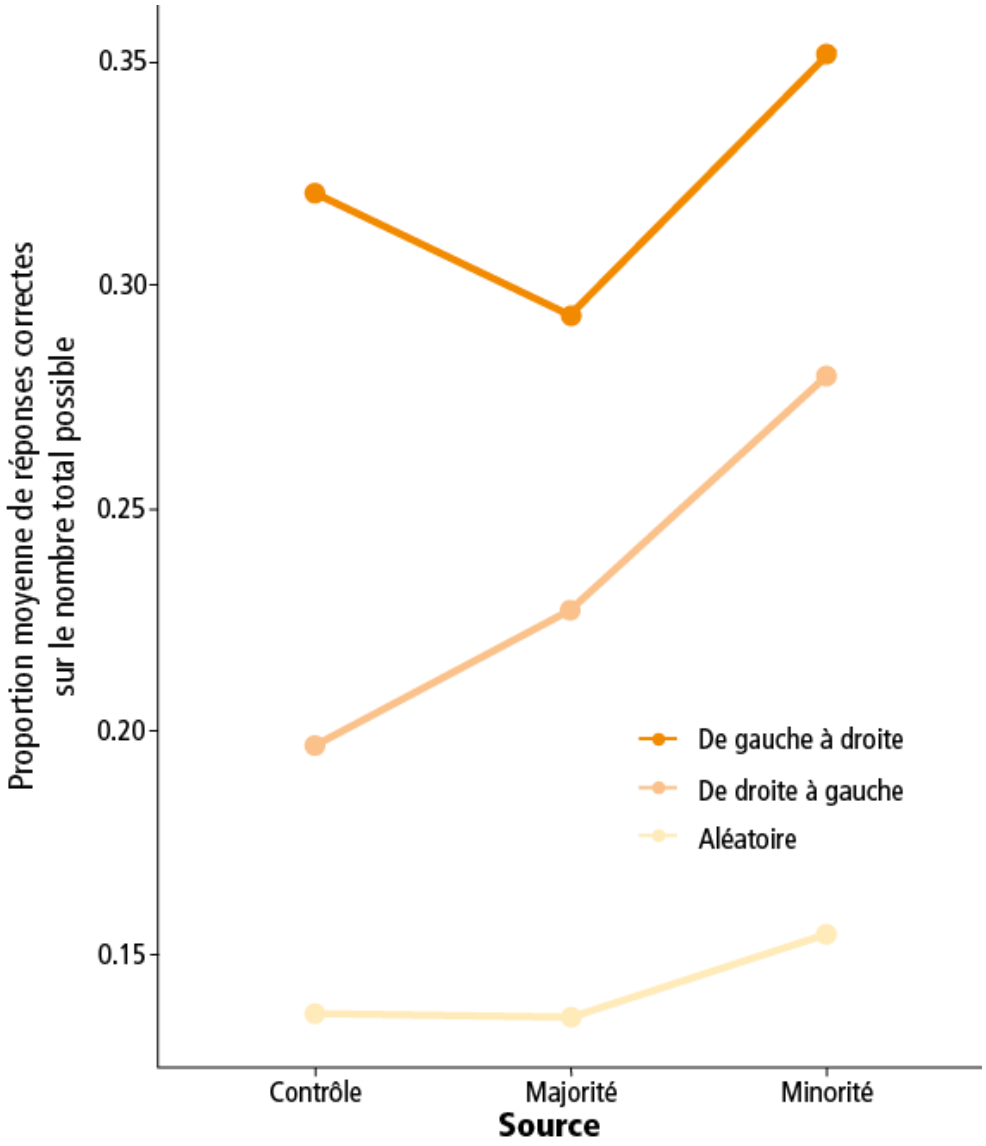


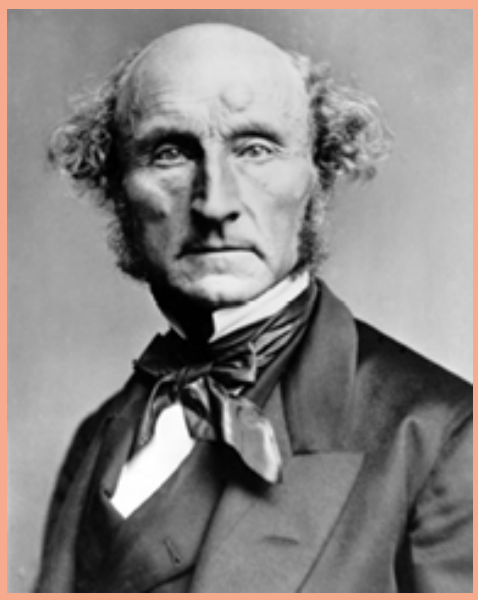
Figure 7.5. Proportion de réponses correctes selon le type de réponses fournies et le type d'influence
(d'après Nemeth & Kwan, 1986)

Selon Nemeth, la confrontation à une source d'influence modifie le fonctionnement cognitif des individus. Plus précisément, une majorité induirait un raisonnement *convergent* en ce sens qu'on pense comme elle. En revanche, une minorité induirait un mode de pensée *divergent* c'est-à-dire que la confrontation au point de vue de la minorité nous pousse à découvrir qu'il y a différentes façons de penser au problème posé. Et même si nous n'adoptons pas nécessairement sa façon de penser, la minorité nous aura poussé·e à sortir de l'ornière, et nous aura ouvert·e à d'autres façons d'aborder le problème. Ceci signifie aussi que la présence d'une minorité pourrait aider à résoudre des situations difficiles en permettant de quitter les sentiers battus. Cette approche a montré des effets bénéfiques dans des contextes organisationnels. Ainsi, de Dreu et West (2001) ont observé que le désaccord exprimé par une minorité inspirait un raisonnement critique et divergent au sein d'équipes de travail.

Si les points de vue minoritaires pouvaient parfois être corrects, ils étaient aussi utiles *même quand ils étaient faux.* Les résultats de Nemeth viennent appuyer la philosophie de Stuart Mill.

John Stuart Mill

Le philosophe anglais John Stuart Mill (1895) craignait la tyrannie de la majorité. Selon lui, aspirer à la vérité exigeait de tolérer, et d'encourager, la diversité des points de vue.



▶ *John Stuart Mill vers 1870.*

En somme, de nombreux·ses auteur·e·s emboitent le pas de Moscovici et considèrent que minorités et majorités exercent des influences qualitativement différentes. À l'opposé, les tenant·e·s de la théorie de l'auto-catégorisation revendiquent l'existence d'un processus unique : la seule « vraie » influence serait l'œuvre d'un endogroupe.

2. Le poids de l'autorité et des rôles



▶ Adolf Eichmann lors de son procès, en 1961. Eichamnn était le « responsable logistique » de la solution finale nazie.

Les travaux de Moscovici sur l'influence minoritaire prolongent assez logiquement les recherches de Asch sur le conformisme. Nous allons à présent nous intéresser à un autre programme de recherche qui s'en est également directement inspiré, à savoir celui de Stanley Milgram sur la soumission à l'autorité. L'expérience de Asch sur l'influence majoritaire implique certes une majorité, mais également un·e expérimentateur·rice qui enjoint au sujet d'identifier la longueur des lignes. Cet·te dernier·ère constitue une autorité. De façon révélatrice, Asch note lui-même que les sujets « indépendants » tendaient à fixer l'expérimentateur lorsqu'ils émettaient leur jugement. Voyaient-ils en lui la véritable autorité habilitée à valider leur réponse ? Ancien collaborateur de Asch, Milgram considère qu'il importe donc de mettre au point une situation contrôle dans laquelle seule l'influence de l'expérimentateur·rice serait opérante. On pourrait ensuite examiner si le facteur « groupal » joue un rôle par-delà cette influence. En outre, Milgram regrettait le caractère relativement artificiel du paradigme original. Qui se préoccupe de la longueur de lignes dans la vie de tous les jours ? D'origine juive, Milgram, avait été profondément marqué par l'Holocauste et s'interrogeait sur les processus d'influence sociale qui avaient pu mener à une telle catastrophe. Il se préoccupait avant tout du problème de

l’obéissance à l’autorité, question éminemment délicate au regard de l’Holocauste. Une lecture de celui-ci consistait à le voir comme une vaste entreprise à caractère bureaucratique basée sur une chaîne hiérarchique bien huilée. S’il en était ainsi, le massacre à grande échelle dépendait nécessairement de l’action de petits « pions » du nazisme obéissant aux ordres de leurs supérieurs. Mais pourquoi toutes ces petites mains ont-elles obéi ? Cette question se posait de façon aigüe en 1961 alors que le criminel nazi, et l’un des artisans de l’Holocauste, Adolf Eichmann, faisait l’objet d’un procès à Jérusalem. Sa stratégie de défense consistait précisément à affirmer qu’il n’était qu’un fonctionnaire modèle s’étant contenté d’obéir aux ordres. Après avoir mené une étude sur le conformisme à la Asch dans différents pays du monde, Milgram entreprend de développer un paradigme permettant d’étudier la soumission à l’autorité. Son projet consiste à effectuer une étude interculturelle comparant (notamment) Allemand·e·s et Américain·e·s. Il s’attend à ce que les premier·ère·s se montrent plus obéissant·e·s que les dernier·ère·s, ce qui pourrait expliquer leur docilité, voire leur coopération, à l’Holocauste.

2.1. La soumission à l’autorité

Pour son expérience, Milgram a recruté des sujets masculins tout venant (par la suite, une variante de l’expérience sera conduite uniquement sur des femmes) âgés de 20 à 50 ans. Pour ce faire, il place des annonces et écrit des courriers à des habitants de New Haven, localité du Connecticut dans laquelle se trouve l’université Yale. L’annonce parle d’une expérience portant sur la mémoire. Les participants recevaient 4,50 dollars, soit approximativement 25 euros d’aujourd’hui. À leur arrivée dans le laboratoire, ils se retrouvent en présence d’un expérimentateur et d’une personne qu’ils croient être un autre participant, mais qui est en réalité un comparse de Milgram. D’emblée, on remettait aux deux participants leurs 4,5 dollars et on leur disait que cette somme leur revenait *même s’ils se retiraient de l’expérience*. L’expérimentateur expliquait ensuite que celle-ci portait sur l’apprentissage et la mémoire. Apprend-on mieux quand nos erreurs sont punies ? On leur disait qu’un participant devrait jouer le rôle du « professeur » et l’autre « l’élève ». Le premier apprendrait une liste de mots au second. Lorsque l’élève se trompe, il serait puni. On les invitait

ensuite à tirer au sort afin de savoir quel rôle chacun jouerait. Le tirage au sort était truqué afin que le vrai participant hérite du rôle de professeur.

On les escorte ensuite dans le laboratoire (dont la configuration est représentée sur la figure 7.6) où ils sont confrontés à un appareil imposant, le générateur de chocs (voir figure 7.7), une machine conçue expressément par Milgram pour donner l'impression de délivrer des chocs de différentes intensités allant de 15 à 450 volts par palier de 15 volts. Chaque bouton correspondait à une intensité. Les différentes intensités étaient étiquetées « choc léger », « fort » jusqu'au maximum « xxx » (un choc mortel). Au début de l'expérience, on administre au sujet un choc de 45 volts afin qu'il expérimente ce que cela fait comme impression. L'expérimentateur emmène ensuite l'élève dans une autre salle où le professeur le voit se faire attacher (à travers une vitre). On pose des bandes supposées faciliter le passage du courant, mais qui, en pratique, l'immobilisent (du moins, c'est ce que pense le professeur). On annonce alors à ce dernier que les punitions qu'il devra éventuellement infliger prendront la forme de chocs électriques.

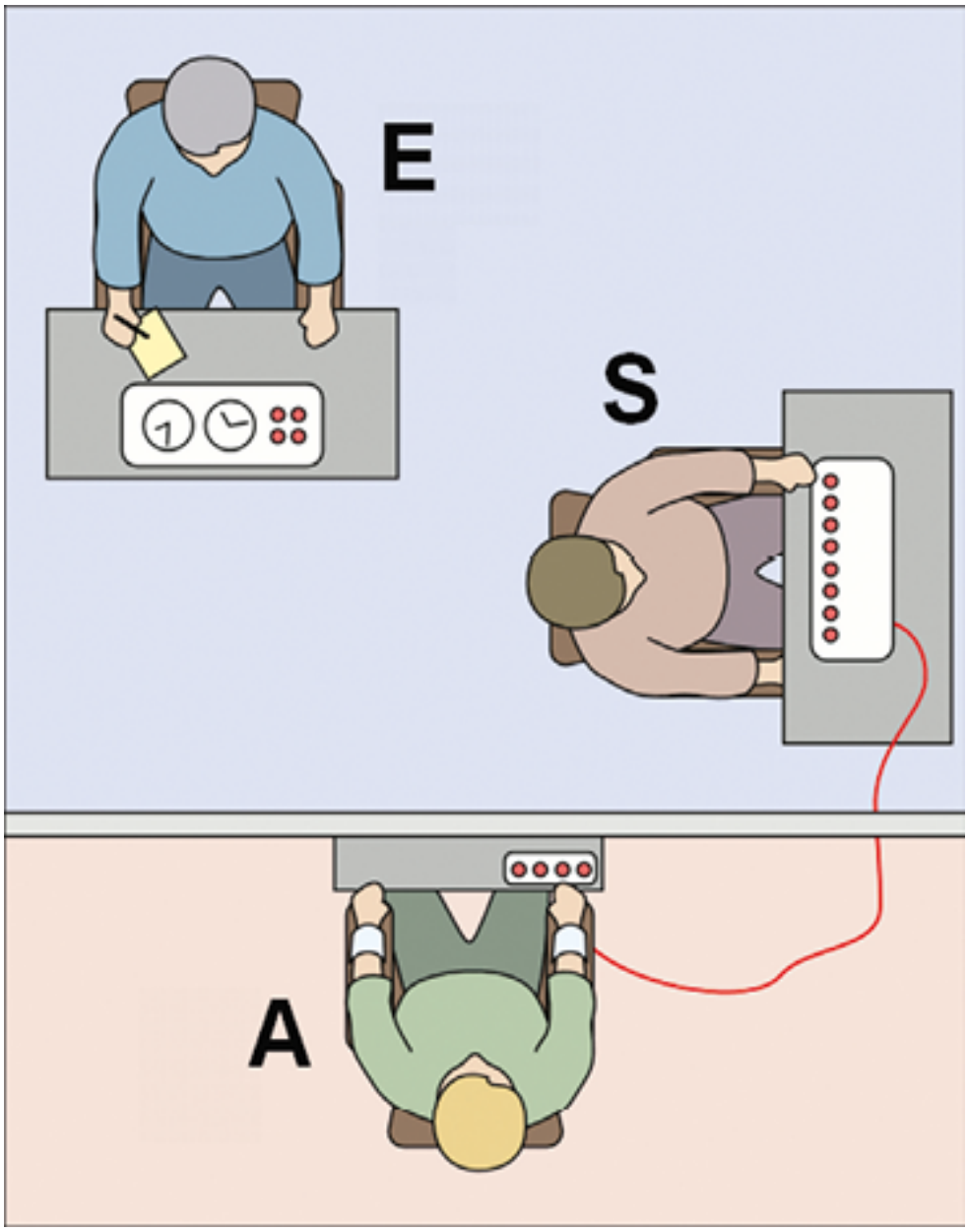


Figure 7.6. Agencement des intervenants dans l'expérience de Milgram (image : Wikimedia Commons). Note : S = Sujet, E = Expérimentateur, A = Apprenant (élève).

On explique ensuite la procédure. Le professeur devra lire des paires de mots comme « Fort / Bras », « Noir / Rideau », etc. Au terme de cette lecture, il énoncera le premier mot de la paire. Il reviendra alors à l'élève de trouver le second mot parmi une liste de quatre termes. Si l'élève trouve la bonne réponse, on passe à la paire suivante. Dans le cas contraire, on lui délivre un choc électrique. Le professeur est prié d'annoncer le voltage correspondant juste avant de délivrer le choc. À chaque nouvelle erreur,

l’intensité des chocs augmente. En réalité, la machine n’envoie pas de chocs. L’élève donnait des réponses correctes, mais il se trompait à plusieurs reprises. Au début, on ne l’entendait pas, mais à mesure que les chocs augmentaient, on l’entendait réagir : « Ugh » à 75 Volts, « Aïe ! Ça fait vraiment mal » à 120, « Laissez-moi sortir ! » à 165 et des cris de plus en plus intenses. À 330 volts, il disait « Laissez-moi sortir ! Laissez-moi sortir ! Mon cœur me fait mal, je vous dis. Laissez-moi sortir. Vous n’avez aucun droit de me garder ici. Laissez-moi sortir ! Laissez-moi sortir ! Laissez-moi sortir ! Laissez-moi sortir ! ».

Ensuite, on ne l’entendait plus, mais son silence en disait long…

L’expérience prenait évidemment fin lorsque le professeur en venait à administrer 450 volts. Si le professeur refusait d’envoyer les chocs, l’expérimentateur lui disait de continuer en prononçant 4 injonctions successives que voici :

1 : «Veuillez continuer »

2 : «L’expérience exige que vous continuiez »

3 : «Il est essentiel que vous continuiez »

4 : «Vous n’avez pas le choix, vous devez continuer.»

Bien sûr, l’expérimentateur ne prononçait la seconde injonction que si le professeur n’avait pas obtempéré après la première. S’il y a un refus de répondre à une des injonctions, ce qui vient de se passer terminée. Au terme de l’expérience, on annonce au professeur que l’ensemble de l’expérience est en réalité une mise en scène et que l’élève se porte bien. Un total de 40 personnes ont pris part à ce scénario.

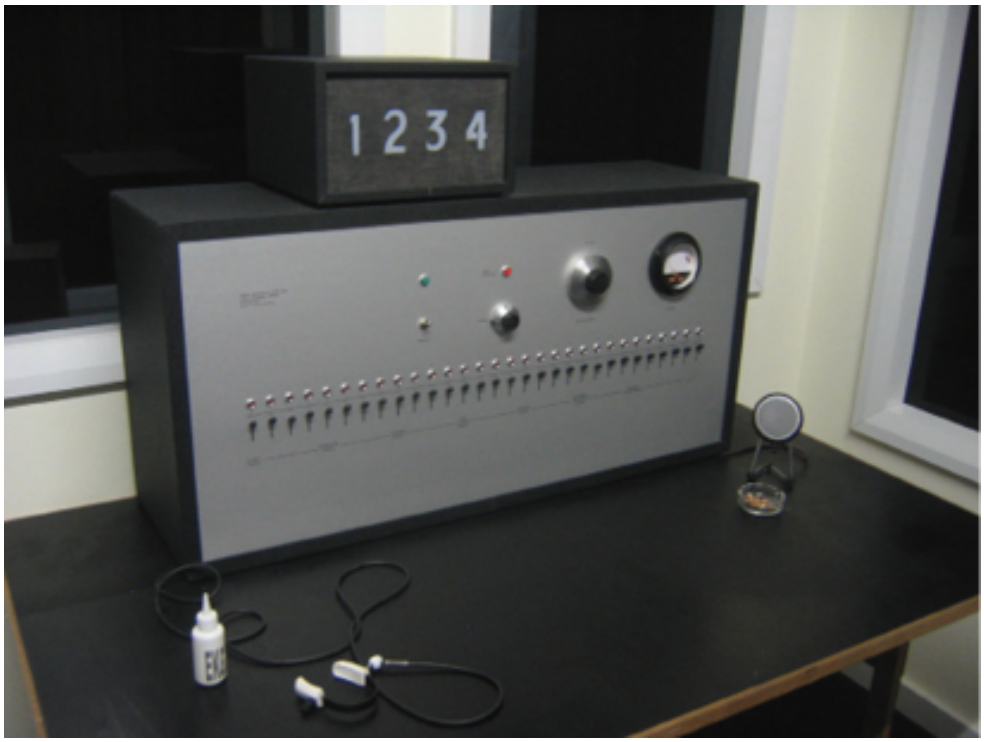


Figure 7.7. Reproduction du générateur de chocs électriques factice utilisé par Milgram (© Régine Debatty)

Soucieux de mettre ses résultats en perspective, Milgram a décrit la procédure à un groupe de psychiatres et leur a demandé de prédire le taux d'obéissance. Ceux-ci estimaient qu'un maximum de .01 % des participants irait jusqu'à 450 volts ! Or, dans cette version, le taux d'obéissance atteint 65 % (26 sur 40). Contrairement aux hypothèses initiales de Milgram, des personnes ayant toujours vécu dans une société démocratique comme les États-Unis pouvaient se comporter comme des bourreaux. Pour Milgram, le type de processus montre la force des facteurs situationnels :

« C'est peut-être là l'enseignement essentiel de notre étude : des gens ordinaires, dépourvus de toute hostilité, peuvent, en s'acquittant simplement de leur tâche, devenir les agents d'un atroce processus de destruction. (…) Les simples forces réunies au cours d'une expérience de psychologie parviennent à neutraliser efficacement l'influence des facteurs moraux » (Milgram, 1974, p. 23).

La description qui précède correspond à la version la plus célèbre de l'expérience. Il y en a toutefois de nombreuses autres dans lesquelles Milgram fait varier différents aspects de la situation. En effet, son objectif

est d'examiner les conditions dans lesquelles des individus ordinaires obéissent à une autorité leur enjoignant de faire du tort à un être humain inconnu. On constate une fluctuation très importante des taux d'obéissance d'une variante à l'autre de l'expérience. Par exemple, dans une version dans laquelle les participants peuvent eux-mêmes déterminer le voltage, personne ne va jusqu'à 450 volts. Il en va de même dans une condition dans laquelle deux autres participants le poussent à désobéir. En revanche, lorsque la victime est éloignée (on ne l'entend pas gémir) ou lorsque ce n'est pas le participant lui-même qui pousse sur les boutons (il se contente de lire les paires de mots), le taux d'obéissance grimpe de façon énorme. La figure 7.8 ci-après représente le taux d'obéissance dans l'ensemble des variantes de l'expérience.

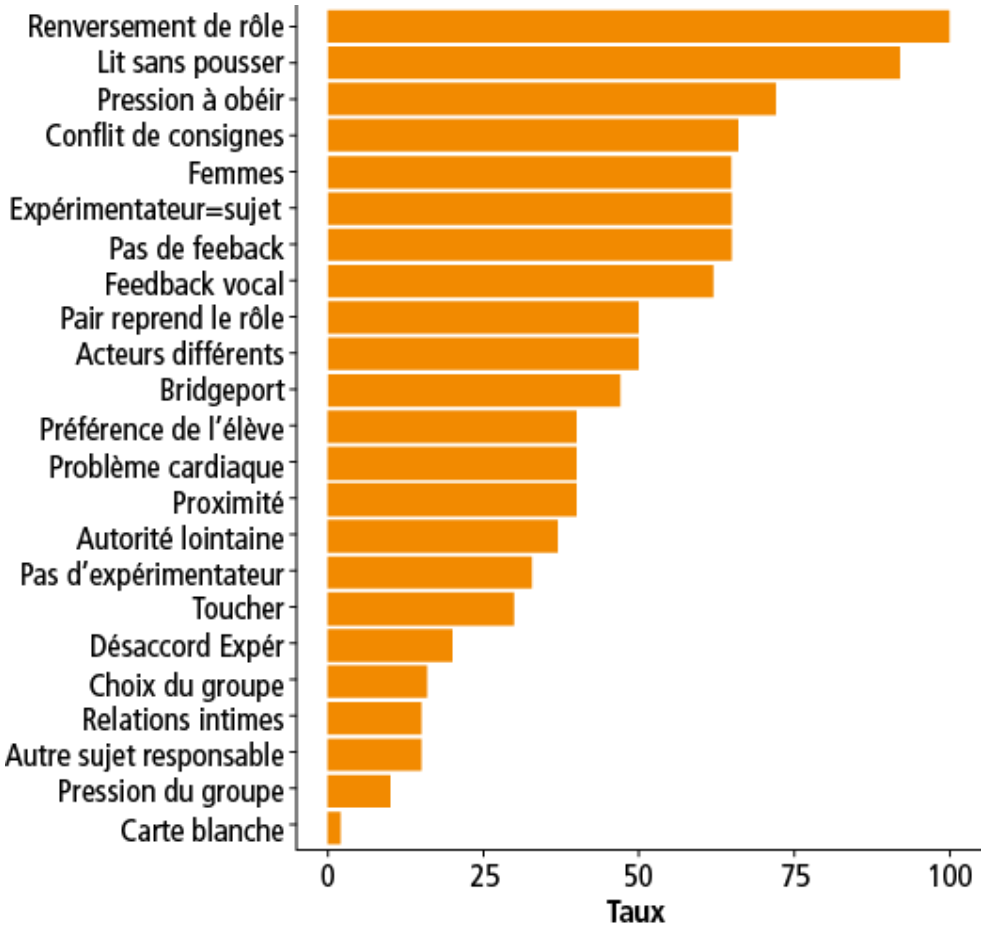


Figure 7.8. Taux d'obéissance dans 23 variantes de l'expérience de Milgram

Au regard de ces fluctuations, deux constats s'imposent. Premièrement, l'expérience de Milgram porte aussi bien sur la *désobéissance* que sur

l'obéissance. Deuxièmement, il apparaît clairement que la question posée par l'expérience n'est pas de savoir qui obéit et qui désobéit. Selon la condition, *tout le monde* est amené à obéir ou désobéir. En d'autres termes, si la situation est suffisamment puissante, il n'y a plus de différences entre les individus. L'expérience est donc souvent vue comme un plaidoyer pour le situationnisme : la force de la situation est plus importante que celle des dispositions individuelles. En revanche, lorsque les facteurs situationnels ne sont pas suffisamment puissants, on observe des variations importantes. Les situations dans lesquelles les gens peuvent être amenés à se montrer violents en dehors du laboratoire ne sont pas nécessairement aussi extrêmes que celles qui, chez Milgram, montrent peu de différences interindividuelles. On ne peut donc pas prendre cette expérience comme un argument selon lequel la situation domine nécessairement.

Mais si des différences individuelles sont susceptibles de jouer un rôle, quelles sont-elles ? Dans une réplication de l'expérience de Milgram, Bègue et ses collègues (2015) ont observé un lien entre la soumission à l'autorité et les variables de personnalité que sont l'agréabilité (amabilité) et l'esprit consciencieux. De façon paradoxale, comme les personnes aimables entendent coopérer avec l'expérimentateur, elles se montrent plus « cruelles » à l'égard de l'élève. Quant aux personnes consciencieuses, elles essayent de suivre de manière rigoureuse les instructions qui leur sont fournies. Les données mettent également en évidence que le fait d'avoir une expérience dans l'activisme social (par exemple avoir participé à des manifestations, être affilié à des partis politiques ou à des syndicats) d'une part, et le fait de se situer politiquement à gauche, d'autre part, favorisent la désobéissance.

Psycho sociale en questions

Est-il encore possible de parvenir aux résultats de Milgram aujourd'hui ?

On pourrait espérer que les résultats de Milgram ne soient plus d'actualité aujourd'hui. Des tentatives plus récentes de reproduire l'expérience ne montrent pourtant pas de diminution

notable. Ainsi, dans une étude récente menée en France (Beauvois, Courbet, & Oberlé, 2012), l'expérience était transposée sur un plateau de télévision, sous forme d'un jeu télévisé intitulé « le jeu de la mort ». Une animatrice jouait le rôle de l'expérimentatrice — l'élève étant cette fois un·e « candidat·e » factice cherchant à mémoriser le plus d'associations possible. Dans une condition expérimentale, l'animatrice s'éclipsait après le choc de 80 volts. Dans ce cas, seuls 28 % des candidat·e·s-professeur·e·s obéissaient jusqu'au bout. En revanche, dans deux autres conditions (l'une à huis clos, similaire à celle de Milgram et l'une dans laquelle l'expérience était prétendument destinée à la télévision), les taux d'obéissance étaient respectivement de 81 et de 72 %.

2.2. Exécuter ou militer

Si les expériences de Milgram sont sans aucun doute devenues très célèbres, il reste à expliquer pourquoi tant de gens obéissent. Selon une première explication, les participant·e·s confronté·e·s à l'autorité de l'expérimentateur·rice, passeraient d'un état « autonome » à ce que Milgram qualifie d'« état agentique » et qu'on pourrait traduire par le terme d'exécutant·e. Il·Elle·s ne se percevraient plus comme les auteur·e·s de leurs propres actes, mais comme des exécutant·e·s au service des volontés d'autrui. Il·Elle·s se verraient comme des marionnettes manipulées par l'expérimentateur·rice et agiraient par sentiment d'obligation vis-à-vis de ce·tte dernier·ère. Dans cette perspective, l'obéissance n'est possible que dans la mesure où l'individu s'échappe psychologiquement de la



▶ Représentation métaphorique de l'état agentique — le sujet comme marionnette de l'expérimentateur (© Olivier Klein).

situation. On retrouve l'image du bureaucrate sans âme qui se contente d'obéir aux ordres sans s'impliquer le moins du monde dans ses actes.

Selon un second type d'explications, les sujets qui obéissent s'impliquent fortement dans la situation et en deviennent militants. Et c'est justement le fait qu'ils s'y impliquent qui explique leur comportement. Lorsque la victime se met à réagir, une question importante se pose : comment concilier ses valeurs humanistes avec le fait d'administrer des chocs électriques qui font souffrir autrui ? Plusieurs solutions sont possibles : premièrement, on peut rejeter la faute sur l'expérimentateur·rice. C'est néanmoins un exercice difficile étant donné qu'on a accepté librement de participer. Une autre solution consiste à désobéir et arrêter. Mais comment alors donner sens au fait qu'on a accepté jusqu'ici d'administrer les chocs électriques de moindre intensité ? Cela pose un problème pour gérer son image de soi (« comment suis-je capable de faire une chose pareille ? »), mais également vis-à-vis de l'expérimentateur·rice (« comment lui expliquer qu'on a accepté de coopérer avec lui·elle jusqu'ici et qu'à présent, on se soustrait à ses engagements ? ») À cet égard, le fait que les chocs soient progressifs joue un rôle déterminant. Chaque fois qu'on en administre un, on s'engage davantage dans la tâche et il devient d'autant plus difficile d'arrêter, car on se trouve dans une situation de pied dans la porte, qu'on appelle également une « escalade d'engagement » ***[chapitre 9]***. Rappelons que dans un contexte où les sujets ont la liberté de choisir l'intensité du choc, personne n'opte pour le choc maximal. Enfin, la troisième solution possible pour faire face à la situation consiste à se convaincre que son comportement est parfaitement légitime. Punir l'élève peut par exemple être interprété comme une contribution à une noble cause telle que l'avancement de la science. Si l'on adopte le point de vue de la théorie de la dissonance cognitive ***[chapitre 9]***, c'est là une réponse cohérente. De fait, quand on n'est guère en mesure de changer son comportement, une stratégie viable consiste à modifier son attitude. On en vient alors à assumer ses actes et ce d'autant plus que la dissonance induite par l'écart entre nos valeurs et nos actes est importante (Packer, 2008).

Cette deuxième explication permet également de rendre compte des taux d'obéissance différents d'une variante de l'expérience à l'autre. Elle suggère que l'obéissance sera d'autant plus forte que le sujet peut

s’identifier à l’expérimentateur·rice plutôt qu’à l’élève. Dans une variante évoquée précédemment, l’élève est séparé du professeur et ce dernier est confronté uniquement à l’expérimentateur. Ce dernier peut être appréhendé comme une sorte de « tyran » qui arriverait à induire l’obéissance en invoquant une idéologie valorisant « la science ». Si l’on suit ce raisonnement, la réduction de la dissonance entre des valeurs humanistes et les ordres de l’expérimentateur passe par un véritable endoctrinement (« j’agis pour le bien de la science »). Or, plus l’élève est proche, moins il est facile de rationaliser l’obéissance, car une voix alternative se fait alors entendre de façon plus insistante : celle de l’élève qui clame des valeurs humanistes (« ne me faites pas souffrir »). De ce point de vue, l’expérience de Milgram et ses variantes correspondent à la mise en tension de ces deux voix contradictoires. À l’appui de cette interprétation, Reicher et ses collègues (Reicher, Haslam et Smith, 2012) ont présenté le protocole des différentes variantes de l’expérience de Milgram à des étudiant·e·s et des chercheur·e·s et leur ont demandé, pour chaque variante, d’exprimer la mesure dans laquelle il·elle·s s’identifiaient à l’élève d’une part et à l’expérimentateur·rice d’autre part. On constate effectivement que les niveaux moyens d’identification avec l’expérimentateur·rice sont positivement corrélés avec le taux d’obéissance observé alors que l’identification avec l’élève est négativement corrélée avec celui-ci. On fait face donc à deux interprétations distinctes. Selon la première, qui table sur l’état agentique, les gens obéissent *en dépit de leurs convictions morales*. Au contraire, selon la seconde, qui promeut la dynamique identitaire, les gens obéissent *en raison de leurs convictions*, renforcées par la situation.

Une façon de mettre à l’épreuve ces deux explications consiste à consulter les entretiens que Milgram a menés avec les sujets à la fin de l’expérience et plus particulièrement les raisons qui les ont poussés à obéir aux ordres de l’expérimentateur — un comportement qui s’applique à *tous les sujets* : même ceux qui finissent par désobéir, mais ne le font qu’après avoir administré plusieurs chocs. C’est ce qu’ont fait Hollander et Turowetz (2017) qui constatent que la réponse la plus fréquente des professeurs obéissants était d’affirmer que, selon eux, l’élève ne subissait pas véritablement de chocs (voir figure 7.9). On peut évidemment se demander s’il s’agit d’une justification leur permettant de garder la face après coup ou

si ce facteur explique véritablement leur comportement. Cette croyance aurait pu également constituer une quatrième stratégie pour faire face à la dissonance : si tout est une mise en scène, je ne ressens aucun inconfort à appuyer sur le bouton. Une autre justification très fréquente quant au fait d'avoir accepté d'administrer les chocs consiste à affirmer que l'on ne faisait que « suivre les consignes », ce qui fait penser à l'état « agentique » de Milgram.

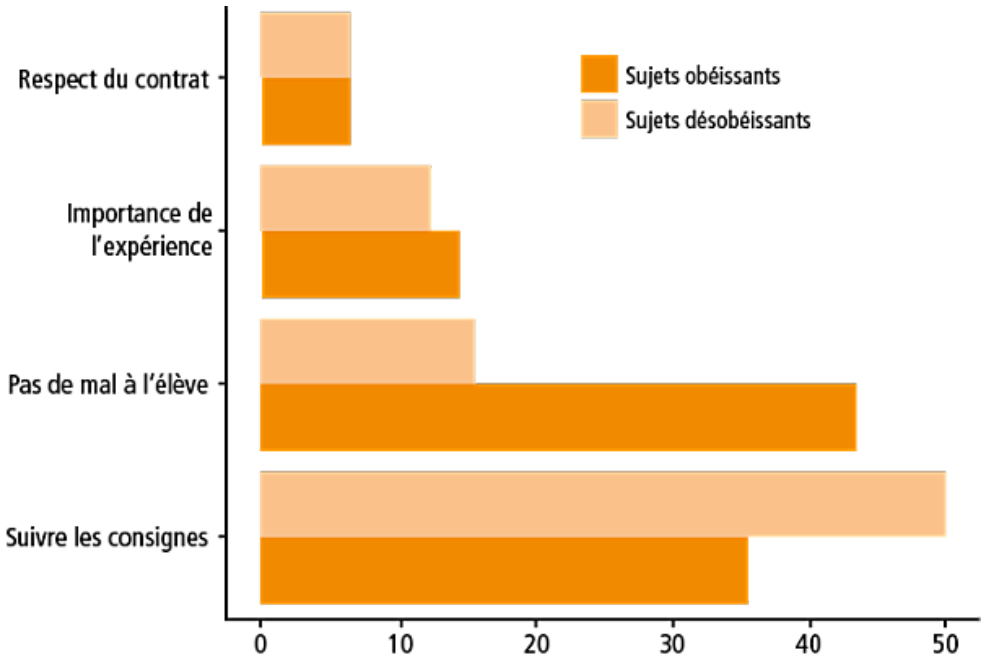


Figure 7.9. Pourcentage de sujets invoquant chacune des explications proposées au fait qu'ils aient administré des chocs, qu'ils aient obéi jusqu'à la fin de l'expérience ou non (d'après Hollander & Turowetz, 2017)

À l'appui de la vision opposée, à savoir en termes d'engagement, Haslam et al. (2015) ont analysé les réponses aux questionnaires que Milgram a envoyés aux professeurs suite à l'expérience. Ces données révèlent que les personnes qui avaient endossé ce rôle de professeur étaient généralement heureuses d'avoir participé à l'expérience et étaient convaincues d'avoir contribué à la science. C'est le degré de leur engagement dans l'activité scientifique qui expliquerait l'obéissance. Selon Haslam et Reicher (2018), les « justifications » analysées par Hollander et Turowetz (2017) ne sont pas incompatibles avec un tel engagement. La façon dont ces questions ont été posées avait un caractère « accusatoire ». Dans ce cadre, il pouvait sembler beaucoup plus simple de répondre « je pensais que la victime ne subissait

aucun dommage » que de reconnaître ces dommages en invoquant la « science » comme justification. Malheureusement, le recours à ce type de données comporte des limites certaines. Les gens ne sont pas nécessairement lucides quant aux véritables raisons qui ont guidé leurs actes lorsqu'ils s'expriment après l'expérience et encore moins via un questionnaire envoyé après plusieurs semaines.

Un autre élément suggérant que les sujets sont réellement guidés par leurs convictions morales provient d'une des variantes introduites par Milgram. Cette fois, le professeur entame l'expérience en présence de deux expérimentateurs qui donnent des ordres contradictoires, l'un encourageant l'administration des chocs, l'autre tenant le discours inverse. Ce dernier quitte le laboratoire à la moitié de l'expérience, laissant le professeur seul avec le «méchant » expérimentateur. Dans ce cas de figure, le taux d'obéissance diminue drastiquement. Ce résultat est difficile à expliquer par l'état agentique. En effet, pourquoi ne se laisseraient-ils pas aller pour aller jusqu'aux chocs les plus puissants ? L'interprétation « engagée » propose quant à elle que la présence de l'autre expérimentateur a pu donner accès à une vision alternative de la situation (« ce n'est pas de la science, c'est de la torture ») ce qui permettait de résoudre la dissonance sans pour autant devoir obéir.

En conclusion, l'expérience de Milgram est souvent utilisée pour montrer que face à une situation forte, l'individu se retrouve démuni. On y voit alors la démonstration que les différences individuelles, si chères à d'autres champs de la psychologie, ne sont pas suffisantes. Même si ce raisonnement est compréhensible, il repose à nos yeux sur une supposition contestable. Les psychologues sociaux·ales tendent souvent à concevoir individu et situation comme deux forces indépendantes. Comme si les situations nous tombaient dessus, un peu par hasard. Certes, c'est parfois le cas, comme le montrent certains accidents tragiques. Toutefois, dans la plupart des cas, les situations auxquelles nous sommes exposé·e·s dépendent de notre histoire, de nos valeurs, de notre personnalité et de choix conscients. Après tout, si l'on choisit d'assister à un meeting politique d'extrême-droite, on peut se douter que le type d'influence que l'on subira de la part de l'orateur·rice n'est pas du même ordre que si l'on choisit d'aller à la messe dominicale. Dans une certaine mesure, nous avons la possibilité, individuellement ou

collectivement, de choisir le contexte dans lequel nous nous insérons. Certaines s'apparentent davantage à celle du « méchant expérimentateur », dans laquelle une seule voix est présente, comme c'est le cas dans un régime totalitaire. D'autres, comme dans une démocratie, permettent à des voix discordantes de se faire entendre, comme dans la variante des deux expérimentateurs. Au fond, il nous incombe, au moins en partie, de dessiner les contours des situations dans lesquelles nous voulons évoluer.

Pour clôturer ce parcours à travers la Milgramologie, il est utile de revenir à son point de départ : l'Holocauste. Contrairement à l'image d'Eichmann véhiculée lors du procès, ce dernier n'était guère un bureaucrate sans convictions qui se contentait de faire ce qu'on lui demandait. Ainsi, une biographie récente (Cesarini, 2013) révèle-t-elle que, loin d'être un simple fonctionnaire dénué de toute conviction, celui-ci était un nazi fanatique. Par ailleurs, d'autres travaux (Snyder, 2015) suggèrent que, sans remettre en cause la collaboration de plusieurs états occupés ou alliés des nazis, la bureaucratie a plutôt constitué un facteur protecteur pour les Juif·ves victimes de l'Holocauste. Par exemple, avoir un passeport restait un facteur de protection qui, s'il n'empêchait pas nécessairement un sort funeste, le retardait. Ce sont dans les régions où l'État et sa bureaucratie avaient complètement disparu, à l'Est notamment, que l'entreprise nazie a été la plus dévastatrice. Cette observation se marie bien avec l'idée que ce type de crime de masse n'est pas l'œuvre de « pions » décérébrés, poussés dans un « état agentique » qui les transforme en simples exécutants, mais qu'il repose en grande partie sur des individus autonomes et déterminés, de véritables militants. En l'occurrence, l'idéologie nazie, selon laquelle les Juif·ves constituaient une menace mortelle pour la survie de la "race" aryenne a constitué un puissant moteur pour de nombreux·ses acteur·rice·s de l'Holocauste.

2.3. Le pouvoir de la situation sur l'individu

Psycho sociale en questions

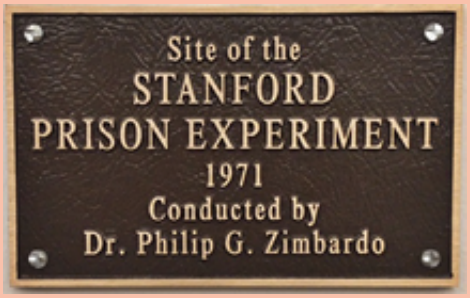
Le pouvoir peut-il faire de nous un monstre ? L'expérience de la Prison de Stanford



▶ Exemple de tortures infligées à la prison d'Abu Grahib. Le prisonnier est cagoulé et tient des fils électriques dans les mains. On lui a dit qu'il serait électrocuté s'il bougeait (© U.S. Governement).

Dans le courant de l'été 2003 éclate un scandale retentissant. Les détenus de la prison d'Abu Grahib, en Irak, étaient soumis à des traitements inhumains de la part de gardes américains. Tout y passe : abus sexuels, physiques, torture, viols, exécutions. Qui plus est, cela semble s'être passé avec la bénédiction de la hiérarchie. Comment l'armée américaine a-t-elle pu se livrer à des traitements aussi dégradants ? Comment ces soldats sont-ils ainsi devenus des monstres ? Philip Zimbardo, chercheur américain, n'a guère été étonné par la révélation de ces abus. D'après lui, une étude menée il y a de nombreuses années mettrait en évidence un phénomène similaire. Il s'agit d'une des études les plus célèbres en psychologie sociale, et pourtant, un de ses plus retentissants échecs : l'étude de la prison de Stanford. Pour cette dernière, Zimbardo et ses collègues (Haney, Banks, & Zimbardo, 1972) avaient recruté 24 personnes « normales » (selon des tests de personnalité) par le biais d'une petite annonce. Ils les ont ensuite répartis aléatoirement en deux groupes : « prisonniers » et « gardes ». Les prisonniers ont été appréhendés à leur domicile par la police locale. Comme dans les films policiers américains, ils sont menottés, fouillés, on leur lit leurs droits constitutionnels et on les emmène en prison après un passage par le poste de police. La prison en question avait été construite dans les sous-

sols de l'Université Stanford. À nouveau, les prisonniers sont fouillés et ensuite déshabillés, puis aspergés d'insecticide. L'humiliation se poursuit par le port de chaînes aux pieds, de vêtements bouffants s'apparentant à des robes et par le port de bas comme couvre-chef. Chacun se voyait attribuer un numéro qui servait à l'identifier. Zimbardo jouait le rôle du directeur de la prison. Les gardes étaient habillés d'un uniforme et recevaient une matraque et des lunettes solaires. Zimbardo avait également élaboré une série de règles que les gardes s'empressèrent de mettre en œuvre. Cette mise en scène visait à priver les participants de leur individualité en les réduisant de manière expresse à leur seul rôle social, celui de garde ou de prisonnier.



▶ Plaque commémorant l'expérience de Zimbardo à l'endroit de l'université de Stanford où elle a été conduite (© Eric E. Castro).

Quels seraient les effets d'une telle intervention ? Pas des plus heureux… Les prisonniers se sont rapidement rebellés contre les gardes, ce qui s'est d'emblée traduit par une flambée d'autoritarisme de la part des geôliers. Ces derniers se sont mis à brimer les prisonniers encore un peu plus…jusqu'à ce qu'ils soient même privés d'aller aux toilettes. Ceci les forcera à uriner et déféquer dans des seaux. On les oblige également à nettoyer les toilettes avec leurs mains. Comme à Abu Grahib, les gardes ont forcé des prisonniers à imiter des actes homosexuels. La situation devint si oppressante et l'état psychologique de certains participants si préoccupant que l'expérience fut interrompue après quelques jours alors qu'elle était planifiée pour deux semaines au moins.

Pour Zimbardo, cette expérience met en évidence ce qu'il a appelé l'effet « Lucifer » : comment des gens normaux, placés dans une situation particulière, peuvent en venir à se conformer aux rôles sociaux associés à cette situation et, si ce rôle s'y

prête, devenir des « monstres ». Le fait de détenir du pouvoir, en l'absence de tout contrôle hiérarchique, transformerait ces individus ordinaires en véritables bourreaux. Le chercheur souligne également l'impact de la « désindividualisation » : une fois dans la prison, gardes et prisonniers sont dépouillés de leur singularité. On leur demande de revêtir un uniforme et ils sont invités à se plier aux exigences de leur nouveau rôle social. Ceci aurait pour effet supplémentaire de mettre leur « conscience individuelle » au placard et de rendre des actes haineux d'autant plus aisés.

Comme l'expérience de Milgram, l'expérience de la Prison de Stanford est souvent conçue comme illustrant un message éminemment psychosocial : la situation est infiniment plus puissante que l'individu dans la détermination du comportement. Les gens ordinaires pourraient devenir les pires monstres une fois placés dans les situations extraordinaires. Il importe de relativiser cette interprétation. Tout d'abord, parce que cette analyse semble supposer que les situations dans lesquelles se retrouvent les individus sont totalement fortuites. Or, comme nous l'avons déjà signalé, il n'en est rien. Selon nos caractéristiques individuelles, nous sommes plus ou moins susceptibles de nous exposer à certaines situations plutôt qu'à d'autres (Snyder, 1983). Ainsi, Carnahan et Mac Farland (2007) ont reproduit l'annonce de la prison de Stanford (présentée comme « une étude sur la vie en prison ») et évalué la personnalité des personnes qui s'inscrivaient, en la comparant à celles qui s'inscrivaient à une « étude ». Non seulement le nombre de personnes inscrites était beaucoup plus faible dans la première catégorie, mais ces dernières étaient caractérisées par des traits psychologiques spécifiques comme l'agressivité, l'autoritarisme, et le narcissisme.

Par ailleurs, l'idée que les sujets se contentent de suivre les prescriptions relatives à leur rôle social, comme s'ils étaient des automates programmés pour suivre un « logiciel », semble exagérément simpliste. Il faut à cet égard prendre en compte l'intervention des expérimentateurs eux-mêmes. Ceux-ci dirigeaient la prison. On constate, à la lecture des instructions qui étaient données aux gardes, combien cette intervention était importante. Par

exemple, le « directeur » de la prison annonçait « Nous pouvons créer chez les prisonniers un sentiment d'ennui, de peur, nous pouvons susciter chez eux le sentiment que les décisions sont arbitraires, que leur vie est totalement contrôlée par nous, par le système, vous, moi nous allons les dépouiller de leur individualité de différentes façons » (Zimbardo, cité par Sutton & Douglas, 2013).

En outre, le chercheur français Thibault Le Texier (2018) s'est plongé dans les archives de l'Université Stanford et a découvert des éléments qui remettent en cause l'interprétation de cette étude. Zimbardo a généralement affirmé que les gardiens auraient inventé eux-mêmes les règles de la prison, créant leur rôle à mesure qu'ils se l'appropriaient. À rebours de cette vision des choses, Le Texier affirme, documents à l'appui, que les gardiens bénéficiaient d'un véritable « script » leur permettant de mettre en place cet environnement pathogène. S'il en est ainsi, l'expérience de la prison de Stanford s'apparente plus à une pièce de théâtre qui a mal tourné qu'à une véritable expérience de psychologie sociale.

Quel que soit le regard que l'on porte sur cette expérience, il semble que la façon dont les gardes interprètent les injonctions de leurs supérieurs a joué un rôle important dans leur comportement, ce qui fait dire à certains auteurs (Haslam et Reicher, 2007) que l'expérience de la prison de Stanford porte en réalité sur le « leadership ». Pour les participants transportés dans un tout nouvel environnement, le contexte social s'est transformé. Il en va de même lors de guerres, de crises soudaines ou de catastrophes naturelles, où, tout à coup, l'environnement subit de profonds bouleversements. Dans ce type de situations, des individus, qui jouaient auparavant un rôle relativement mineur dans leur groupe, arriveraient à incarner les valeurs du groupe en proposant une lecture convaincante de la situation. Ce rôle est joué ici par le directeur de la prison, Zimbardo lui-même. Selon Haslam et Reicher, ce serait également vrai des « tyrans » qui s'imposent suite à d'importants changements politiques ou sociétaux. En convainquant les autres membres du groupe de la validité de leur grille de lecture, ces ex-hommes/femmes de l'ombre parviendraient à les mobiliser et à les engager à commettre des actes qui s'y conforment ou, du moins, à convaincre les plus réticent·e·s de rester suffisamment passif·ve·s.

La dimension éthique de l'expérience de Milgram

La publication des travaux de Milgram a conduit Diane Baumrind (1964) à fortement critiquer la démarche de ce dernier pour des raisons relevant de l'éthique de la recherche. Milgram souligne que certains sujets manifestaient des réactions de détresse intenses durant l'expérience, qui s'exprimaient notamment par des tremblements, sueurs, bégaiements. À cela, il faut ajouter que, comme de nombreuses expériences de psychologie sociale, celle-ci est fondée sur une tromperie en ce sens que le sujet ne connaît pas le véritable objectif de l'expérience. Pour Milgram, cette tromperie, et la détresse temporaire des sujets se justifient par l'intérêt scientifique de l'expérience. Par ailleurs, des questionnaires envoyés après l'expérience ne révèlent guère de dommage chez les sujets, qui semblent généralement contents d'avoir participé à l'étude. Baumrind considère quant à elle qu'une telle détresse est totalement injustifiée. Pour elle, le problème fondamental posé par l'expérience est le risque que cette détresse crée des conséquences à long terme chez certains sujets, comme un refus de faire confiance à toute autorité. La prise de conscience qu'on est un meurtrier en puissance peut être en elle-même la source d'une transformation psychologique importante (et pas nécessairement bénéfique) sans parler de l'influence sur ses proches. Une participante au « Jeu de la Mort » signale d'ailleurs combien il lui a été difficile d'assumer devant ses proches le fait qu'elle avait été jusqu'au bout. Par ailleurs, la multitude des différences entre la situation et la population étudiées par Milgram et l'objet qu'il prétend expliquer (l'obéissance chez les fonctionnaires allemands) semble trop importante à Baumrind pour justifier d'infliger tant de détresse aux sujets.

Suite à ces critiques, l'expérience de Milgram a joué un rôle important dans le développement de procédure de validation éthique des études de psychologie. Ceci se traduira, surtout à partir des années 1970/1980 par une diminution des expériences recourant à la tromperie et, en psychologie sociale, par une plus grande focalisation sur les processus cognitifs impliqués dans le comportement social (par rapport au comportement lui-même). En effet, étudier les processus cognitifs est beaucoup moins périlleux d'un point de vue éthique que d'étudier le comportement directement. Naturellement, ceci s'accompagne d'un coût quant à l'intérêt de certains de ces travaux au-delà du monde académique. En dernier ressort, c'est tout de même le comportement des individus dans des situations sociales naturelles que l'on cherche à comprendre.

Il se fait qu'Haslam et Reicher (2012) ont eux-mêmes reproduit l'expérience de la prison de Stanford dans le contexte d'une émission de télé-réalité. Dans cette étude, la *BBC Prison Study*, ils constateront une rébellion rapide de la part des prisonniers, les gardes étant peu impliqués dans leur rôle et ne bénéficiant pas, comme à Stanford, de lignes de conduite de la part des expérimentateur·rice·s (on les laisse exercer leur rôle comme ils l'entendent). En somme, des travaux comme ceux de Milgram et Zimbardo semblent suggérer que, si des individus ordinaires peuvent être influencés, voire transformés, par certaines situations, l'inverse est également vrai. Les individus choisissent de se frotter à certaines situations et sont amenés, de façon individuelle ou collective, à les transformer, pour le meilleur ou pour le pire.

3. Du respect de l'autorité à la rébellion

Plus de 50 ans après Mai 68, l'autorité a toujours mauvaise presse. L'expérience de Milgram y a sans doute contribué en montrant ses conséquences parfois désastreuses. Mais, n'oublions pas qu'une forme

d'autorité est souvent très utile et nécessaire pour un fonctionnement en société. Si l'on questionnait chaque injonction de nos parents, de nos enseignant·e·s, des forces de l'ordre, du monde politique et des personnes en haut de la hiérarchie dans les entreprises, notre vie serait souvent infiniment plus compliquée et la cohésion de l'univers social dans lequel nous évoluons s'en ressentirait.

3.1. Les rebelles et autres récalcitrant·e·s

S'il importe donc de ne pas jeter le bébé avec l'eau du bain en envisageant toute autorité comme nécessairement abusive, il convient également d'être attentif·ve aux fondements d'une telle autorité. Considérons par exemple une étude de Doob et Gross (1968) qui constatent une moindre propension de la part d'automobilistes à klaxonner à l'endroit d'une voiture immobilisée à un feu rouge si celle-ci est une grosse plutôt qu'une petite cylindrée (auquel cas les automobilistes klaxonnaient systématiquement !). En vertu de quel critère faudrait-il se montrer plus déférent à l'encontre des conducteur·rice·s d'une puissante berline allemande que des amateur·rice·s de Twingo ? Ici, l'autorité apparente est évidemment illégitime.

Vague migratoire et rébellion

En août 2016, Cédric Herrou, un agriculteur de 37 ans de la vallée de la Roya en France, est arrêté alors qu'il transporte huit migrant·e·s dans son van à travers la frontière entre l'Italie et la France. Au total, il a secouru plus de 150 migrant·e·s de passage à la frontière franco-italienne. Il sera relâché sans aucune condamnation après que le procureur de Nice ait conclu au fait que ses intentions étaient humanitaires. En Europe, nombreux sont ceux et celles, comme lui, qui ont secouru des migrant·e·s en bravant la loi.

Il importe également de ne pas sous-estimer la résistance à l'autorité. Face à une autorité perçue comme illégitime, d'aucuns résistent. C'est le cas, par exemple, des « Justes » qu'auront été les propriétaires du Zoo de Varsovie.

En réponse à l'occupation allemande, ils hébergeront des Juif·ves dans les caves du zoo. Pensons encore aux habitant·e·s du village de Cambon-Sur-Cisse, en Auvergne, qui ont refusé d'obéir aux instructions du régime de Vichy alors que celui-ci les enjoignait de collaborer à la déportation des réfugié·e·s juif·ves en leur sein (Rochat & Modigiliani, 1995).

Reicher et Haslam (2011) ont examiné plusieurs cas de rébellion dans des systèmes carcéraux ainsi que la *BBC Prison Study* déjà évoquée. D'après ces auteurs, un facteur important pour qu'une résistance puisse se mettre en place est l'existence d'une *identité partagée* qui unit psychologiquement les « opprimé·e·s » face au groupe dominant. Cette conscience collective peut pré-exister, comme c'était le cas des communistes dans les camps de concentration Nazis. Du fait de leurs convictions très fortes, ceux-ci partageaient une identité très saillante et ont pu survivre (Haslam & Reicher, 2012). C'était aussi le cas des habitant·e·s de Chambon, qui partageaient notamment une identité de « huguenots » (longtemps persécutés en France). Dans d'autres cas, cette identité sociale émerge du fait de la domination exercée par un autre groupe. Ainsi, lors de l'exposition universelle organisée à Bruxelles 1958, la Belgique avait invité de nombreux Congolais·es « exemplaires » par leur intégration dans le système colonial belge. Ceux·elles-ci ne s'étaient jamais rencontré·e·s, vu les grandes distances qui séparent les différentes régions de leur pays d'origine. C'est dans le contexte de l'exposition universelle que ceux-ci vont développer une identité commune — proprement congolaise — à la base des mobilisations qui mèneront à l'indépendance en 1960. Le fait de voir, en particulier, qu'en Belgique, des « Blanc·he·s » pouvaient accomplir des tâches comme ramasser les poubelles que seulement les Noir·e·s effectuaient au Congo jouera un rôle important dans cette prise de conscience collective. L'identité commune joue également un rôle, car elle sert de fondement à l'influence sociale : dès lors que je partage une identité sociale avec un·e autre, je suis susceptible de m'inspirer de son comportement. L'importance d'un tel phénomène d'influence dans la résistance explique sans doute pourquoi les dictateur·rice·s sont souvent très soucieux·ses de réprimer rapidement et violemment tout acte de rébellion de peur qu'il essaime.

Un deuxième facteur important dans la résistance et la rébellion est le fait que les cloisons entre le groupe subordonné et le groupe dominant soient perçues comme imperméables. Comme on ne peut pas passer d'un groupe à l'autre, la résistance n'est possible qu'en agissant collectivement. Par exemple, dans une prison, les prisonnier·ère·s ne peuvent pas devenir gardes. Une technique de domination consiste dès lors à briser la solidarité entre les membres du groupe dominé. Par exemple, dans les camps de concentration, les nazis accordaient des promotions à certains prisonniers comme « kapos », suscitant une compétition entre les prisonnier·ère·s en récompensant les plus dociles et distinguaient clairement les différentes catégories de prisonnier·ère·s (homosexuel·le·s, juif·ves, prisonnier·ère·s politiques…) en leur attribuant des signaux distinctifs.

Selon Reicher et Haslam (2011), cette identité partagée n'est toutefois pas suffisante pour susciter la résistance. Selon la théorie de l'identité sociale, la rébellion ne se produira que si le pouvoir exercé par le groupe dominant est perçu comme *illégitime*. Ainsi, dans un système pénitentiaire, le caractère arbitraire de nombreuses décisions, voire des traitements perçus comme dégradants ou racistes, contribuent-ils à insuffler un sentiment d'illégitimité.

Mais, outre ce sentiment d'illégitimité, la résistance ne s'organise que s'il existe la conviction qu'il est possible de changer la situation, ce que Tajfel et Turner (1979) qualifient d'« alternatives cognitives ». Ainsi, le fait de penser que le groupe dispose de ressources suffisantes, qu'il n'est pas purement à la merci de ses oppresseur·euse·s est important. L'une des ressources importantes à ce sujet est l'existence d'une forme de leadership au sein du groupe dominé. Seul un leadership permet d'organiser et de coordonner les ressources des membres du groupe pour parvenir à une résistance efficace. Ce constat explique pourquoi les régimes autoritaires cherchent souvent à isoler les leaders de leur base. Enfin, le sentiment que le groupe dispose d'un soutien de l'extérieur est également un facteur déterminant dans ce processus de résistance.

À la lumière de cette analyse, nous constatons que la résistance individuelle est souvent dépendante d'une réalité collective. Percevoir la réalité que l'on vit comme illégitime demande souvent d'avoir accès à un discours

alternatif, qui proviendra d'une collectivité. Par exemple, percevoir la situation de Milgram comme relevant de la torture plutôt que de la science sera d'autant plus aisé que l'on n'est pas isolé·e de « voix » alternatives qui peuvent nous donner accès à ce type de lecture. C'est le rôle du « gentil expérimentateur » dans la variation de l'expérience à laquelle nous avons fait référence précédemment. C'est également le cas dans l'exemple de l'exposition de 1958, qui a permis à ces jeunes Congolais·es de percevoir la réalité coloniale sous un autre jour : derrière le discours « civilisateur » se cacherait une oppression du peuple congolais. Et, naturellement, la présence d'une collectivité qui offre son soutien rend la résistance plus aisée. À cet égard, l'une des ressources les plus précieuses que puisse offrir un groupe réside dans le répertoire de connaissances qu'il peut offrir quant à la façon de résister de manière efficace. Chambon-sur-Lignon avait déjà accueilli des républicain·e·s espagnol·e·s fuyant le régime franquiste durant la guerre civile espagnole (1936-1939). Les villageois·es avaient donc une expérience dans l'accueil des réfugié·e·s et des connaissances relatives à la résistance à un régime autoritaire.



▶ Stéphanie Gibaud en 2016 (© Wikimedia Commons).

Pour réaliser qu'une situation est inacceptable ou illégitime, il est nécessaire qu'une première personne ose se manifester et dénoncer le problème. Prenons le cas de Stéphanie Gibaud. Employée dans la banque suisse UBS, elle refuse en 2008 de détruire le contenu de fichiers informatiques susceptibles de révéler les pratiques d'évasion fiscale de son employeur. Elle les dénonce à l'inspection du travail en 2008, mais se verra harcelée et puis licenciée par UBS. De telles personnes courageuses sont qualifiées de lanceuses d'alertes. De l'extérieur, on perçoit souvent ces gens avec admiration. Mais il n'en est pas toujours ainsi à l'intérieur du groupe concerné. C'est ce qu'ont montré Monin, Sawyer et Marquez (2008) dans une étude dans laquelle des étudiant·e·s devaient effectuer une tâche à caractère raciste (qui impliquait d'incriminer le suspect noir d'un crime). La moitié des participant·e·s, dans la condition « acteur·rice », répondaient aux

consignes sans sourciller. D’autres participant·e·s, dans la condition « observateur·rice », se contentaient d’observer leur partenaire effectuer cette tâche. Par ailleurs, tou·te·s devaient évaluer un·e autre participant·e sur base d’un enregistrement. L’aimaient-il·elle·s ? Aimeraient-il·elle·s l’avoir comme ami·e ? Le respectaient-il·elle·s ? Cet enregistrement était lui-même l’objet d’une manipulation expérimentale. Cet·te autre participant·e manifestait sa désapprobation morale vis-à-vis de la tâche raciste (condition « rebelle ») ou, au contraire, se montrait conciliant·e (condition « obéissance »). On constate des réponses diamétralement opposées dans les deux conditions (voir figure 7.10). Les observateur·rice·s apprécient davantage la personne rebelle que la personne conciliante. En revanche, les « acteur·rice·s » avaient les préférences inverses. Comment expliquer une telle différence ? Selon Monin et ses collègues, le comportement du·de la rebelle confère aux complices une mauvaise image d’eux·elles-mêmes : le fait que l’autre ait résisté projette sur soi une image de lâcheté. Les complices supposent donc qu’il·elle·s seraient rejeté·e·s par le·la rebelle s’il·elle·s étaient amené·e·s à se rencontrer. C’est ce « sentiment de rejet anticipé » qui expliquerait leur évaluation négative. Les observateur·rice·s n’ont guère de souci à se faire de ce point de vue là et peuvent admirer le rebelle sans que leur amour-propre n’en souffre. À la lumière de ces résultats, on voit combien il peut être courageux et difficile de se rebeller, car la personne qui lance l’alerte est susceptible d’être mise en cause par ceux et celles dont l’amour propre est menacé par son comportement.

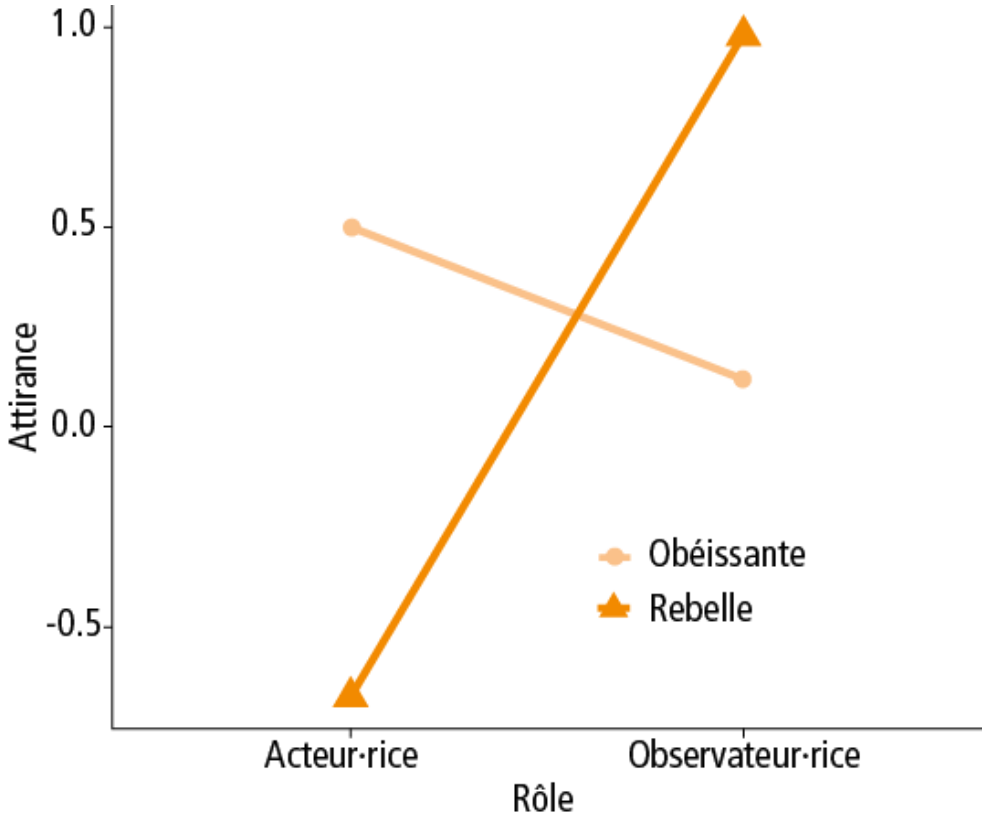


Figure 7.10. Évaluation de la cible en fonction du comportement de cette dernière et du rôle des participant·e·s (d'après Monin et al., 2008).

3.2. L'action collective

On entend par action collective des comportements effectués par les membres d'un groupe et visant à améliorer la situation de celui-ci dans son ensemble. Les cas de rébellion que nous avons envisagés précédemment sont donc des exemples d'actions collectives, mais on pourrait en citer de nombreux autres comme les manifestations contre Hosni Moubarak sur la place Tahir en Égypte en 2011 visant à instaurer une démocratie, le mouvement #Metoo visant à lutter contre le harcèlement sexuel, le mouvement « Black Lives Matter » contre les violences policières à l'encontre des Afro-Américain·e·s aux États-Unis, le mouvement des gilets jaunes en 2018-2019 (visant initialement à lutter contre des taxes imposées aux automobilistes en France), le mouvement « Je suis Charlie » et les manifestations des 10 et 11 janvier 2015 contre le terrorisme suite aux attentats dans les bureaux de Charlie Hebdo et du magasin Hyper-Casher, les contestations contre le gouvernement chinois sur la place Tien An'men

en 1989, etc. Comme on le voit dans ces exemples, l'action collective peut prendre plusieurs formes : il peut s'agir de manifestations dans des lieux symboliques (comme la place Tahir), mais elle peut également s'actualiser par des comportements en ligne (tels que l'utilisation du hashtag #Metoo) ou par le simple port d'un badge (« Je suis Charlie »). Pour quelles raisons les gens s'inscrivent-ils dans ce type de mouvements ?



▶ Rassemblement Place de la République à Paris lors de la manifestation du 11 janvier 2015 en hommage aux victimes de la fusillade dans les locaux de Charlie Hebdo (© Stéphane Amiet).

On peut envisager la question de différentes manières. Selon une première perspective, développée par Olson (1968), les gens s'engagent dans une action collective s'ils pensent que cette dernière peut maximiser leurs intérêts individuels. Ceci pourrait expliquer pourquoi si peu de gens se mobilisent. Tout d'abord, s'engager collectivement est souvent coûteux (en termes de temps, d'argent, etc.), mais peut aussi être périlleux. Même si une action collective s'avère bénéfique pour le groupe dans son ensemble, il est fort probable que nombre de ses membres n'en bénéficient nullement ou très peu. Pour Olson, les gens sont donc tentés d'être des « passager·ère·s clandestin·e·s » en s'abstenant d'agir, mais en laissant les autres agir et récolter les fruits de leur labeur. Il en découle, selon Olson, que même si les membres d'un groupe ont un intérêt commun, il arrive souvent que la plupart d'entre eux ne se mobilisent guère. Pour contrecarrer cette tendance, il importe que l'*action collective* soit perçue comme susceptible d'être efficace et bénéficie au plus grand nombre de membres possibles du groupe concerné. En effet, selon la logique d'Olson, il n'y a guère d'intérêt à s'inscrire dans une action collective si on s'attend à ce que les autres membres du groupe ne s'impliquent guère et que l'on se trouve donc seul·e à prendre des risques ou à s'investir. La perception d'*efficacité collective* — c'est-à-dire que le groupe, dans son ensemble, soit capable d'atteindre l'objectif de l'action — est donc un déterminant important de l'action collective.

Une des limites de cette perspective réside dans une approche purement « rationnelle » sur l'action collective. Celle-ci est en effet basée sur un calcul

des coûts et des bénéfices. Or, il suffit de se trouver dans une manifestation pour être frappé·e par leur importante dimension émotionnelle. À cet égard, la théorie de la privation relative (Runciman, 1966) suggère qu'un des moteurs principaux de l'action collective est *la colère* suscitée par la comparaison entre les ressources dont dispose notre groupe et un ou plusieurs exogroupes de référence. Par exemple, le sentiment parmi les gilets jaunes que les « élites » (l'exogroupe) profitaient des ressources de l'État aux dépens des « petites gens » était fortement répandu et nourrissait leur colère. Contrairement à l'approche d'Olson, qui s'intéresse aux intérêts objectifs de l'agent·e, vu comme un « homo economicus », la privation relative est une évaluation subjective. Outre l'efficacité collective, il faudrait donc prendre en compte les émotions. D'autres émotions que la colère peuvent du reste jouer un rôle. Becker et Tausch (2015) mettent ainsi en exergue le rôle du *mépris* à l'égard de l'exogroupe. Selon ces chercheuses, cette émotion jouerait un rôle moteur dans la mise en œuvre d'actions collectives violentes. En effet, le mépris est souvent associé à une déshumanisation de l'exogroupe, au fait de ne plus le percevoir comme digne d'être traité moralement. Cela justifie des comportements violents à son égard.



Un troisième élément à prendre en compte, et qui est susceptible d'expliquer les deux précédents, est l'identification au groupe concerné. Nous y avons déjà fait référence en évoquant le rôle de l'identité partagée dans la rébellion. Un événement désagréable, ou dommageable à soi, peut être vécu comme un événement personnel ou comme reflétant une réalité collective (Yzerbyt & Aubé, 2018). Par exemple, des phénomènes comme se faire « frotter » dans le métro ou se faire siffler dans la rue sont parfois vécus par les femmes comme purement individuels. Elles peuvent ainsi y voir le rôle de quelques hommes isolés ou invoquer leurs choix vestimentaires du

jour (« j'aurais mieux fait de mettre un sweat qu'un t-shirt moulant ! »). Le mouvement #Metoo a conféré une plus grande visibilité à ce type de comportements, mais a surtout amené à y voir une réalité partagée par de nombreuses femmes *en tant que femmes*. Il est fort probable que des femmes qui s'identifiaient préalablement au mouvement féministe n'ont guère eu besoin du mouvement #Metoo pour interpréter de telles conduites comme la manifestation d'une forme de sexisme plus généralisée. On voit donc que le fait d'attacher beaucoup d'importance à l'appartenance à un groupe (celui des « femmes » ou des « féministes ») amène à transformer une expérience individuelle en une expérience collective. « Nous sommes tous des juifs allemands », disaient les étudiants de 1968 pour manifester leur solidarité avec le dirigeant du mouvement, Daniel Cohn-Bendit, ainsi stigmatisé par la presse d'extrême-droite. Être juif·ve et allemand·e n'est plus le marqueur démographique d'un individu, mais une identité collective. Plus près de nous, le slogan « Je suis Charlie » remplit la même fonction. Sans ce passage de l'individuel au groupe, une action collective n'est guère possible. S'identifier au groupe rendra également plus sensible aux attitudes et représentations des autres membres du groupe, qui peuvent nous aider à percevoir une expérience négative comme résultant d'une injustice *collective*. La communication au sein du groupe, afin de diffuser cette représentation, est à cet égard cruciale et est aujourd'hui particulièrement facilitée par les réseaux sociaux.

▶ Manifestante soutenant le mouvement #MeToo à New York en 2018 (© Alec Perkins).

De la « collectivisation » de son expérience individuelle à la désignation d'un responsable, il n'y a qu'un pas. Selon van Zomeren, Leach et Spears (2012), l'identification à un groupe désavantagé est également associée à une tendance à *blâmer l'exogroupe* pour l'injustice dont est victime l'endogroupe. Ceci se traduira par une plus grande *colère*, vécue ici comme une émotion collective. Par ailleurs, l'identification mène à se dire qu'on « n'est pas tout·e seul·e », qu'on est donc en mesure de faire face à l'injustice. Les mouvements sociaux utilisent d'ailleurs des stratégies pour se rendre aussi visibles que possible : badges, gilets jaunes, brassards… Ce sentiment de soutien social est déterminant dans l'action collective et augmente l'évaluation d'efficacité collective. En d'autres termes, deux des principales

variables explicatives que nous avons envisagées, la *colère* et *l'efficacité collectives*, sont dépendantes d'une identification au groupe.

Enfin, comme nous l'avons vu dans le ***chapitre 4*** (cf. théorie de l'auto-catégorisation), lorsqu'on s'identifie à un groupe, on est susceptible de se définir non plus en termes de son identité personnelle, mais de se voir comme un membre prototypique du groupe. Dès lors, les intérêts ne sont plus définis au niveau individuel, comme le suggérait Olson, mais du point de vue de cette personne typique qui est membre du groupe (Kuppens et al., 2013). Prenons le cas des nombreux·ses jeunes qui, dès 2018-2019 et sous la houlette de Greta Thunberg, ont participé à des marches visant à agir contre le réchauffement climatique. Lorsque ce dernier fera sentir ses effets les plus graves, ces personnes seront pour la plupart décédées. Elles n'ont donc en théorie aucun intérêt personnel à s'y investir. Mais si celles-ci se définissent comme des « êtres humains », c'est l'intérêt de l'humanité dans son ensemble, au-delà de leur existence physique individuelle, qui prévaut (cf. Fristsche et al., 2018). Cette « fusion » de l'individu avec la collectivité explique aussi pourquoi certains individus sont prêts à se sacrifier pour le groupe (Swann et al., 2009). Nous reviendrons sur ces aspects au ***chapitre 13*** lorsque nous évoquerons les émotions groupales.

Remarquons qu'il est important d'envisager l'action collective comme un processus dynamique aussi bien au niveau intra-individuel qu'interpersonnel et intergroupe. Au niveau intra-individuel, le fait de s'engager dans une action collective ne va pas seulement être une conséquence de l'identification à son groupe, mais peut également la renforcer à travers un processus d'engagement et d'auto-perception ***[chapitre 9]***. Mais surtout, le comportement des autres membres de l'endogroupe *et* de l'exogroupe sera susceptible de la modeler. Clairement, voir que le mouvement est fortement suivi dans l'endogroupe est susceptible d'influencer l'identification au groupe et le sentiment d'efficacité collective. Inversement, si l'on constate que l'exogroupe (par exemple, le gouvernement à travers les forces de l'ordre) réprime violemment l'action collective, cela peut renforcer l'identification, la perception d'injustice et la colère, voire favoriser la mise en œuvre de comportements plus radicaux.

C’est ce qu’ont montré Stott, Hutchinson et Drury (2001) dans une étude de terrain portant sur le comportement des supporters anglais lors de la coupe du monde de football 1998. Il faut savoir que les supporters anglais avaient alors une image désastreuse (on les percevait comme des poivrots violents). Or, lorsqu’ils sont arrivés à Marseille, où leur équipe jouait, ils se sont comportés de façon pacifique, mais, sans doute en raison de leur image violente, ont été invectivés par de jeunes habitants de la ville. Alors qu’ils se sont plaints de ces provocations, ils ont été stigmatisés par la police française. Leur image désastreuse semble avoir contribué à les traiter rudement, et sans discernement. Pourtant, une grande partie d’entre eux étaient initialement hostiles à l’idée de mettre en œuvre des comportements violents et ne s’étaient jamais montrés agressifs dans le passé. Face au sentiment d’injustice qu’a suscité chez eux cette réaction de la police, la majorité des supporters, y compris ceux qui étaient initialement pacifiques, ont basculé dans la violence, faute d’autres moyens de se faire respecter.

van Zomeren, Leach et Spears (2012) ont développé un modèle général de l’action collective représenté (de façon simplifiée) dans la figure 7.11. Ce modèle est inspiré du travail de Lazarus (1991) qui ne se préoccupait guère de l’action collective, mais s’intéressait aux réponses individuelles face au stress. Selon van Zomeren et ses collègues, la prise de conscience d’un « désavantage » (par exemple le fait que l’on soit victime de violences policières ou de harcèlement sexuel…) peut-être conceptualisée comme une source de stress. Conformément au modèle de Lazarus, c’est la façon dont cette expérience est évaluée cognitivement qui déterminera la réponse que l’on y donnera. L’évaluation cognitive opère en deux étapes (voir aussi ***chapitre 10***).

- Un processus d’évaluation « *primaire* » qui correspond à l’interprétation de la situation : y a-t-il un désavantage ? À quoi est-il dû ? Concerne-t-il un groupe dont je me définis comme membre ? Pour qu’il y ait action collective, il faudra généralement que cette évaluation primaire débouche sur un jugement d’injustice touchant le groupe dans son ensemble.

- Un processus d’évaluation « *secondaire* » qui concerne la façon dont on va répondre au stresseur (ici, le désavantage). Il s’agit d’une part d’attribuer la responsabilité de l’injustice. Nous avons vu qu’un

exogroupe sera souvent rendu responsable. Ceci donnera lieu à une colère collective, qui facilitera à son tour l'action. Il s'agit d'une réponse « émotionnelle » par rapport au stresseur. D'autre part, on évaluera les ressources dont on dispose pour faire face à l'injustice collective. Cette autre forme d'évaluation secondaire prédit à son tour le jugement d'efficacité collective par rapport à l'action souhaitée. Par exemple, le sentiment que les membres du groupe sont en nombre et ont suffisamment de motivation peut mener à une évaluation positive de la capacité à faire face à l'injustice, ce qui peut à son tour favoriser la perception que le groupe sera en mesure de réaliser l'objectif concret de son action (renverser le gouvernement, annuler une taxe…). C'est pourquoi leurs auteurs considèrent que cette partie du modèle correspond à une réponse *centrée sur le problème* par opposition à la réponse émotionnelle.

Remarquons que le modèle met en exergue le caractère non linéaire du processus d'engagement dans une action collective. À mesure que plusieurs s'engagent dans une action collective, l'interprétation de la situation de départ est susceptible de se transformer. La participation à l'action collective est également en mesure d'accentuer l'identification au groupe et le sentiment d'efficacité collective ou la colère collective. Inversement, une faible participation est susceptible d'avoir l'effet inverse. Comme on le voit, ce modèle considère qu'un calcul purement individuel à la Olson reste possible quand l'individu ne s'identifie pas à son groupe (il y a toujours des opportunistes !), mais cela reste une situation relativement marginale.

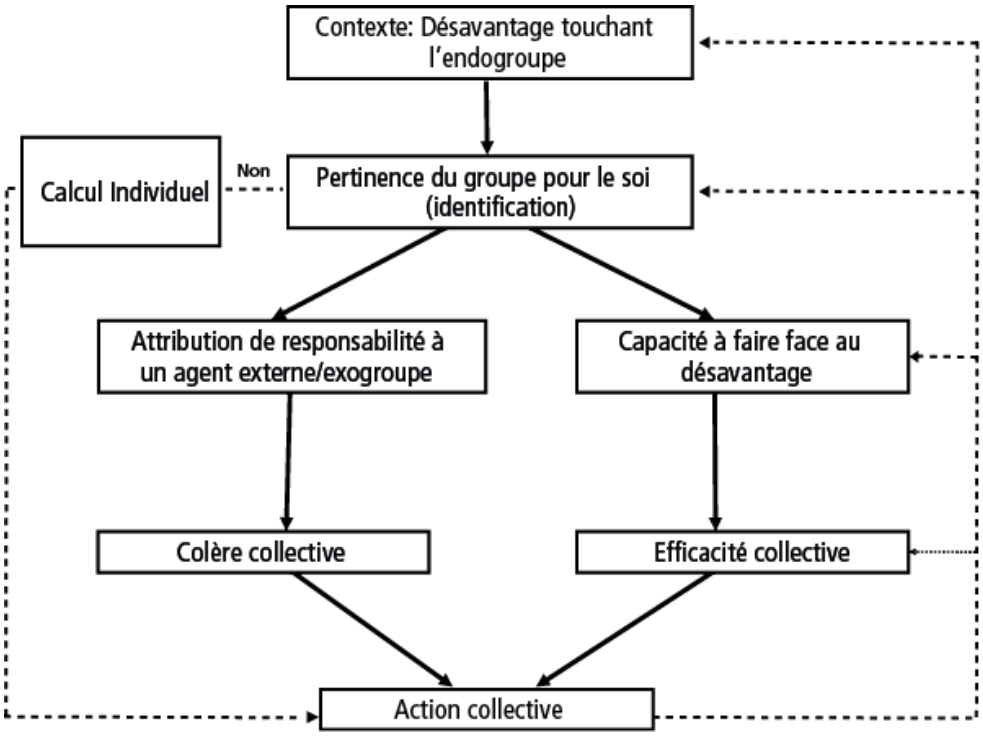


Figure 7.11. Représentation simplifiée du modèle de van Zomeren, Leach et Spears (2012).

Psycho sociale en questions

Signer une pétition en ligne est-il une marque d'engagement ?

Si vous êtes un tant soit peu actif·ve sur Internet, vous recevez fréquemment des sollicitations pour vous engager dans des initiatives en tous genres. Donner quelques euros à une ONG protégeant telle ou telle espèce menacée, ajouter un bandeau à votre photo de profil pour marquer votre solidarité avec la cause X ou Y, signer une pétition… Comme ces actions peuvent s'effectuer en quelques clics et sont relativement peu coûteuses, on peut se poser des questions quant à leur effet à long terme. Selon une interprétation pessimiste, celle de la « paresse induite », elle permet d'apaiser nos consciences et, ce faisant, nous rend d'autant moins susceptibles de nous engager dans des actions plus coûteuses (par exemple se rendre en

personne à une manifestation). Selon une interprétation plus optimiste, que l'on peut rattacher à la théorie de la dissonance cognitive **[chapitre 9]**, elles nous engagent ne serait-ce que de façon minimale et peuvent servir de tremplin en vue de comportement plus coûteux.

Schumann et Klein (2015) ont confronté ces deux hypothèses en demandant à des étudiant·e·s (de sensibilité écologiste) de répondre à un questionnaire sur leurs attitudes à propos de l'écologie puis de se rendre sur le site web d'une organisation écologiste aux valeurs proches des leurs. Un des objectifs de ce groupe était de créer une réserve naturelle. On le présentait comme « leur groupe ». Après avoir pris connaissance de ce site web et des objectifs du groupe, on demandait aux sujets s'ils seraient prêts à participer à une table ronde portant sur la construction d'une route dans le lieu prévu pour créer la réserve naturelle. Ceci demande naturellement un investissement relativement conséquent. Toutefois, avant d'exprimer leur accord sur la participation à cette table ronde, on demandait à la moitié des sujets de faire une action beaucoup moins coûteuse : écrire un commentaire qui serait affiché sur le site web du groupe. On ne demandait rien à l'autre moitié des sujets. Que constate-t-on ? Les sujets ayant dû écrire un commentaire sont moins susceptibles d'accepter de participer à la discussion (plus coûteuse) : on le voit dans la partie gauche de la figure 7.12. Ceci semble donc étayer l'hypothèse de la paresse induite.

Schumann et Klein ont cherché à expliquer cet effet. Dans une expérience ultérieure sur le même moule, tout le monde écrivait un commentaire, mais on signalait ensuite à la moitié des sujets (condition « efficacité élevée ») que grâce à ce type de commentaire, plus de gens allaient soutenir le groupe et que la réserve naturelle pourrait être construite alors que dans l'autre condition, on indiquait que la survie de l'organisation n'était pas garantie et qu'on ne pouvait pas être sûr que la réserve naturelle serait construite (condition « efficacité faible »). On

constate que les sujets de la condition efficacité élevée sont moins susceptibles de participer à la table ronde que ceux et celles de la condition d'efficacité faible (voir partie droite de la figure 7.12). Ce n'est donc pas la paresse qu'il faut invoquer, mais plutôt le sentiment que des actions peu coûteuses (comme signer une pétition ou écrire un commentaire) sont efficaces et contribuent à la réussite des objectifs du groupe. Cette interprétation permet en outre de réconcilier les résultats avec les leçons des travaux sur l'effet pied dans la porte (chapitre 9). Dans ces derniers, le premier geste est globalement conçu comme peu coûteux certes, mais aussi, on peut le penser, peu susceptible de changer le cours des choses, ce qui n'est pas le cas ici.

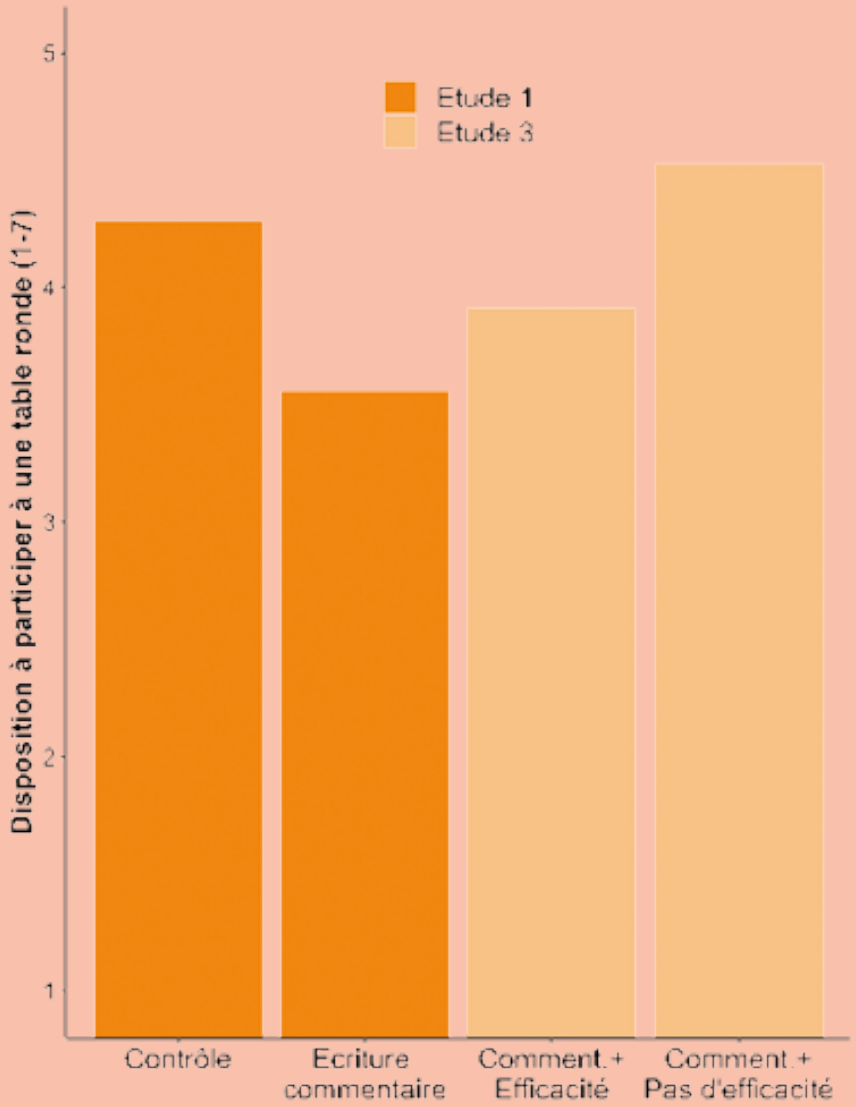


Figure 7.12. Disposition à participer à une table ronde en fonction de l'étude et de la condition expérimentale (d'après Schumann & Klein, 2015)

4. Conclusions

Dans ce chapitre, nous avons pu examiner différentes figures de la relation entre l'individu, ou la minorité, et le groupe. L'expérience de Asch (1951) mettait en scène la cible isolée d'une majorité imposant une vision du

monde qui semblait contraire à l'évidence des sens. Si, dans ce cas, les sujets se pliaient parfois à cette influence, ils tendaient, de façon prédominante, à conserver leur indépendance. Les travaux de Milgram mettent également en scène un individu isolé faisant face à un expérimentateur qui, s'il est seul, n'en représente pas moins une institution beaucoup plus large (« la science »). Nous avons vu que cette influence pouvait être suffisamment forte pour pousser l'individu à nuire à son prochain. Mais, la leçon principale que l'on peut tirer de ces résultats réside dans l'immense variation des taux d'obéissance d'une situation à l'autre. Selon la variante de l'expérience, *personne* ou *tout le monde* va jusqu'au bout de l'exercice. Ce parcours chez Milgram nous a également amené·e·s à rejeter l'image d'un sujet décérébré qui se laisserait porter, tel un robot, par les instructions initiales et, en cas d'hésitation, par les injonctions de l'expérimentateur. Au contraire, nous l'avons vu tentant de donner un sens à son comportement, en s'engageant de plus en plus dans « l'idéal scientifique » qui motive et justifie son comportement.

Ces deux approches s'intéressaient à l'influence d'un groupe ou d'une figure d'autorité représentant une institution plus large sur l'individu. Il en va de même du reste de l'expérience de la prison de Stanford. Moscovici soulignait le caractère insuffisant d'une approche centrée sur le conformisme à des normes édictées par la majorité ou le pouvoir. Une telle vision met l'accent sur l'inertie aux dépens de l'innovation. Cette dernière est en grande partie tributaire de l'influence *minoritaire*. Les travaux de Moscovici, et ceux des collègues qui lui ont emboité le pas, suggèrent en effet que les minorités sont un vecteur d'innovation qui conduisent les individus à être influencés de façon plus profonde, par un processus de « conversion », que ce que ne permettent les majorités, dont l'influence serait plus superficielle. Nous avons vu que cette distinction entre deux types d'influence était remise en cause par les tenant·e·s de la théorie de l'auto-catégorisation qui considèrent qu'il n'y a réellement qu'une seule véritable influence (informationnelle) et que celle-ci est fonction de l'identification au groupe qu'incarne la source du message.

Enfin, nous avons eu l'occasion d'examiner les situations dans lesquelles les individus, ou groupes, subissant un pouvoir jugé illégitime pouvaient se rebeller. À l'examen de ces travaux, il est apparu combien il est difficile de

se révolter quand on est seul·e, tant les personnes qui se rebiffent ou contestent les règles du jeu nourrissent un ressentiment chez ceux·celles qui optent pour la passivité. La rébellion repose sur une identité collective partagée qui confère les outils idéologiques et logistiques nécessaires à son succès. Dans l'*Homme Révolté* (1951), Albert Camus disait « Je me révolte, donc nous sommes ». Au terme de ce chapitre, nous pourrions ajouter « Nous sommes, donc je peux me révolter ».

L’essentiel

Résumé

Lorsque les normes se sont formées, peuvent-elles être remises en question par les individus ? Autrement dit, comment expliquer les phénomènes de rébellion ou de résistance de la part de groupes minoritaires ? Nous avons évoqué dans ce chapitre les questions de conformisme et d’influence minoritaire. Des expériences très célèbres, comme celle de Milgram, quant à elles, questionnent le poids de l’autorité, de même que l’influence de la situation sur le comportement conforme. Des travaux plus récents mettent en exergue le rôle influent que jouent les minorités, par un processus de conversion, bien que des théories divergentes existent. Enfin, les mouvements de rébellion, de résistance à l’autorité mettent en évidence le rôle fondamental de la collectivité dans ces entreprises.

Questions pour s’auto-évaluer

1. L’influence minoritaire est-elle qualitativement différente de l’influence majoritaire ?

2. On considère souvent que l’expérience de Asch démontre l’emprise du groupe sur l’individu. Êtes-vous d’accord avec cette interprétation ?

3. Au vu de la description de l’expérience de Milgram, et des interprétations proposées, quels phénomènes historiques ou d’actualité (hors l’Holocauste) vous semble-t-elle susceptible d’expliquer ?

4. Est-ce que l’expérience de Milgram démontre que la situation exerce une influence plus importante sur le comportement individuel que la personnalité ?

5. Comment expliquer que les lanceur·se·s d’alerte soient souvent victimes d’ostracisme ?

6. Quelles sont les trois grandes explications de l’action collective que nous avons envisagées ?

Lectures pour aller plus loin

En Français

Arendt, H. (1991). Eichmann à Jérusalem : rapport sur la banalité du mal. Paris: Point.

Le Texier, T. (2018). Histoire d’un mensonge : Enquête sur l’expérience de Stanford. Paris: La Découverte.

Milgram, S. (1974). Soumission à l’autorité. Paris: Calmann-Lévy.

Moscovici, S. (1979). Psychologie des minorités actives. Paris : Presses Universitaires de France.

Olson, M. (1965/2018). Logique de l’action collective. Bruxelles : Éditions de l’Université libre de Bruxelles.

Quiamzade, A., Mugny, G., & Butera, F. (2013). Psychologie de la connaissance. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

En Anglais

Haslam, S. A., Reicher, S. D., & Birney, M. E. (2016). Questioning authority: new perspectives on Milgram’s obedience’research and its implications for intergroup relations. Current Opinion in Psychology, 11, 6-9.

Simon, B., & Klandermans, B. (2001). Politicized collective identity: A social psychological analysis. American Psychologist, 56(4), 319-331.

van Zomeren, M. (2013). Four core social-psychological motivations to undertake collective action. Social and Personality Psychology Compass, 7(6), 378-388.

Pour illustrer

Une expérience sur
le conformisme
(adaptant celle de Asch) aux États-Unis.

Nos opinions sont-elles
influencées par
la majorité ?

Un exemple de soumission absurde à l'autorité
par Jacques-Philippe Leyens.

La soumission au
costume.

La BBC prison study (adaptation
contemporaine de l'expérience
de Stanford).

Le jeu de la mort
(expérience
de Milgram).


ヤバババーン
TOKYU
TOKYU CARD
名人たちの仕事展
TOKYU

CHAPITRE

8

Attitudes et changement d’attitudes

Dans ce chapitre, nous abordons la question des attitudes, un concept central en psychologie sociale. Nous examinerons comment celles-ci se manifestent, comment les mesurer, quelles fonctions elles servent et quels sont leurs enracinements. Nous nous tournerons ensuite vers le changement d’attitude en nous appuyant sur le schéma du ’qui dit quoi à qui et comment’. Autrement dit, une source adresse un message à une cible via un canal particulier. Nous verrons que de nombreux facteurs relèvent de ce qu’on qualifie de voie périphérique ou encore de traitement heuristique. Ces facteurs entrent en action lorsque les

cibles manquent de motivation ou ne disposent pas de ressources cognitives suffisantes pour traiter en profondeur les arguments d'un message. Lorsqu'au contraire, ces deux conditions sont réunies, le changement est réputé emprunter la voie centrale et met alors en branle un traitement systématique. On parle de persuasion. Nous nous pencherons sur différentes variables qui font basculer les personnes d'un mode de traitement des messages persuasifs dans un autre. Enfin, nous aborderons successivement le rôle des médias en matière de changement d'attitude, la résistance aux tentatives d'influence, et la question de la désinformation et des « fake news ».

Les élections approchent et les candidat·e·s s'évertuent à mettre en avant leurs différents atouts. Lesquel·le·s parviendront à vous convaincre ? Comptez-vous même voter alors que les un·e·s et les autres bataillent ferme pour emporter l'adhésion des citoyen·ne·s? Et que penser de l'influence des débats télévisés, des spots publicitaires, et autres campagnes d'affichage ? Comment les messages sponsorisés sur les réseaux sociaux changent-ils la donne ? Vous vous rendez au supermarché et, prévoyant·e, vous vous armez d'une liste de courses afin de pouvoir maîtriser vos dépenses. Vos aliments préférés y figurent en bonne place, mâtinés de quelques promotions opportunément repérées dans les prospectus récemment tombés dans la boite aux lettres. Dans le magasin, vous ne manquez pas de repérer les actions commerciales du jour, deux bouteilles de Pic Saint Loup pour le prix d'une et un vigneron qui ne vous est pas inconnu, c'est une véritable aubaine ! Un démarcheur vous interpelle au stand des fruits et légumes et voilà huit kiwis de plus dans le caddy. En définitive, votre frigo sera bien rempli, trop sans doute. Une fois au lit, vous parcourez Facebook d'un œil distrait. Les murs de vos ami·e·s arborent des nouvelles insolites, relayent des articles de presse aux titres accrocheurs, le tout entrecoupé de communications diverses sur des activités et autres manifestations apparemment recommandées par vos « ami·e·s ».

Jour après jour, nous faisons face à une multitude de tentatives d'influence, plus ou moins séduisantes, plus ou moins souhaitées. La plupart du temps, ce qui est visé c'est bien d'orienter nos attitudes : changer nos opinions, modifier notre ressenti, et transformer notre comportement. Les attitudes constituent sans doute une des facettes les plus centrales de notre fonctionnement social, à tel point que Floyd Allport (1935), un pionnier de la psychologie sociale, considérait cette dernière comme LA science des attitudes.

1. Les attitudes

À y regarder de plus près, les gens semblent avoir des attitudes sur tout et n'importe quoi (McGuire, 1985). Faut-il diminuer la vitesse automobile en

ville ? Doit-on interdire les smartphones dans les écoles en général et dans les salles de classe en particulier ? Est-ce que le végétarisme est une pratique salutaire pour la planète ? Que penser de la responsabilité des activités humaines dans le réchauffement climatique ? Toutes ces questions sont au cœur de débats souvent passionnés. Les réponses concernent une grande diversité de thèmes et sont révélatrices des positionnements des gens à propos de ces derniers. Il peut s'agir de cibles bien concrètes, comme le chocolat ou les piments, ou de notions totalement abstraites, comme la solidarité ou la sécurité. Mais comment mesure-t-on les attitudes ? Pour quelles raisons les gens se forgent-ils des attitudes ? Et, tout d'abord, qu'est-ce qu'une attitude ?

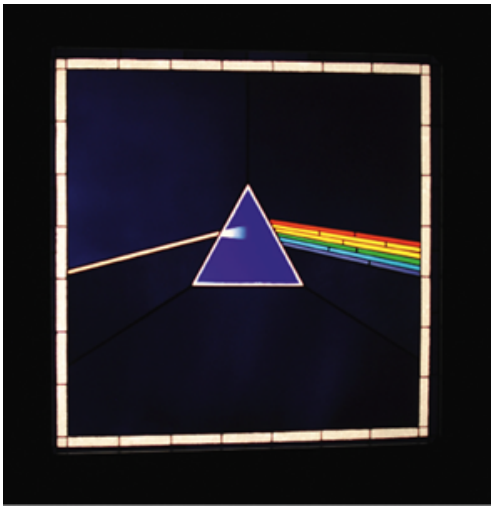
Les attitudes sont des représentations mentales, stockées en mémoire, à propos de personnes, d'objets, d'actes ou encore d'idées, et que l'on n'est pas en mesure d'observer directement. Autrement dit, personne ne peut véritablement mettre le doigt sur telle ou telle attitude dans le chef d'un individu. On parle d'un construit psychologique en ce sens qu'il serait vain d'espérer faire une biopsie pour isoler une attitude et l'examiner au microscope. En revanche, l'existence d'une attitude particulière à l'égard d'un objet attitudinal se matérialise dans les réactions de cette personne dès l'instant où elle envisage cet objet. Celles-ci sont très diverses. Elles peuvent prendre la forme d'évaluations subtiles et quasiment incontrôlables à un extrême et de réponses explicites tant sur le plan des convictions que des conduites à l'autre bout du spectre.

1.1. Les manifestations des attitudes

Comme dans bien d'autres pans de la psychologie sociale, les manifestations concrètes des attitudes mettent en exergue la tripartite cognitif-affectif-conatif (Zanna & Rempel, 1988). La sphère cognitive recouvre les croyances, les opinions, les pensées qu'une personne peut mobiliser à propos d'un objet attitudinal. Ainsi, quelqu'un qui aura une attitude favorable à l'égard de la lutte contre le réchauffement climatique sera sans doute convaincu que les moteurs diesel dégagent beaucoup de composés qui contribuent à l'effet de serre. Une autre personne défavorable aux inégalités socio-économiques dans nos sociétés considérera que le recours à une allocation universelle est une solution utile et praticable pour

améliorer la situation. Cette dimension cognitive renvoie donc à l'ensemble des connaissances, des savoirs, que les gens qui adhèrent à une attitude donnée sont susceptibles d'avoir et qui viennent à l'appui de leur posture attitudinale.

La sphère affective porte quant à elle sur les émotions, les sentiments, le ressenti qui accompagnent l'évocation d'un objet attitudinal (Breckler & Wiggins, 1989). Par exemple, une personne végétalienne peut faire l'expérience d'une nausée, voire d'un malaise, à la seule idée de retrouver de la viande dans son assiette. Un militant politique peut éprouver de l'animosité à l'encontre d'un mandataire politique issu du parti opposé au sien. Un fan de Pink Floyd est en proie à une véritable jubilation lorsqu'est annoncée la tenue d'une exposition consacrée à la carrière de son groupe fétiche.



▶ Reproduction de la couverture de l'album Dark Side of the Moon présentée lors de l'exposition Pink Floyd : Their Mortal Remains (© Andy Mabbott)

Enfin, la sphère conative renvoie à l'action, c'est-à-dire aux comportements qui sont posés eu égard à l'objet attitudinal. Le supporter de football se précipitera pour acheter son ticket en vue du prochain match de coupe d'Europe auquel prendre part son club favori. Quelqu'un qui veut préserver sa vie privée à tout prix évitera de laisser son portable allumé lors de ses déplacements et utilisera du liquide pour effectuer ses paiements.

Ces éléments permettent de mieux comprendre comment la psychologie sociale s'y est prise pour mesurer ce construit psychologique. En effet, on peut logiquement se tourner vers ces différentes manifestations comme autant d'indicateurs attitudinaux afin de sonder les deux dimensions cruciales d'une attitude, à savoir sa direction — l'attitude va-t-elle dans un sens positif ou négatif ou est-elle relativement neutre — et son intensité — est-ce qu'elle est modérée ou extrême.

1.2. La mesure des attitudes

Pour prendre le pouls de l'attitude des gens, la voie royale consiste tout simplement à leur demander. Pour ce faire, et sans exclure d'autres méthodes comme les entretiens, les psychologues auront la plupart du temps recours à des questionnaires. Il s'agit d'inviter les gens à exprimer leur degré d'accord ou de désaccord avec des affirmations qui concernent l'objet attitudinal, généralement sur des échelles utilisant plusieurs gradations. Ainsi, on demandera aux personnes d'indiquer sur une échelle en 5 points la mesure dans laquelle il·elle·s sont très défavorables, à un extrême, ou très favorables, à l'autre extrême, au renforcement de l'offre en matière de transports en commun. Ou il s'agira pour les répondant·e·s d'indiquer sur une échelle en 7 points leur réaction face à la prière sur la voie publique. Ce type d'échelles s'avère précieux pour cerner à la fois la direction et l'intensité d'une attitude. Cependant, ces échelles, pour courantes qu'elles soient, n'en demeurent pas moins sensibles à une série de biais qu'il serait trop long d'énumérer ici. Un exemple évident est celui du biais d'acquiescence. En effet, on peut constater que les personnes interrogées préfèrent généralement se montrer d'accord avec ce qu'on leur propose plutôt que d'exprimer un désaccord. D'apparence simple, la construction de telles échelles requiert donc en réalité des compétences non négligeables sur les plans méthodologique et psychométrique (Ajzen & Fishbein, 1975 ; Eagly et Chaiken, 1993 ; Himmelfarb, 1993 ; Lorenzi-Cioldi, 1997 ; Schwarz, 1999).

Psycho sociale en questions

Pouvons-nous nous fier aux récits des gens sur leurs propres attitudes ?

Beaucoup de gens considèrent que poser des questions attitudinales est un jeu d'enfant. Après tout, il suffit de demander, n'est-ce pas ? Comme le rappelle Lorenzi-Cioldi (1997), il convient pourtant d'adopter la plus grande prudence lorsqu'on concocte un questionnaire. Une idée largement répandue est que les gens auraient somme toute déjà les réponses aux questions qu'on leur pose et qu'il leur suffit d'aller

les chercher quelque part dans un recoin de leur cerveau. Même si elle anime la majorité des chercheurs et des chercheuses en sciences sociales et humaines, cette position n'est pas réaliste, selon Schwarz (1999). De fait, il serait très surprenant que vous ayez déjà réfléchi au préalable à toutes les questions que vous êtes susceptible de rencontrer dans un questionnaire attitudinal. S'appuyant sur une approche pragmatique[1] et, singulièrement, les maximes conversationnelles de Grice (1975), Schwarz (1999) défend l'idée que les gens confrontés à des questions attitudinales font tout bonnement de leur mieux pour comprendre ce qu'on attend d'eux. Ils construisent leur compréhension de la question au moment où ils en prennent connaissance et cette compréhension oriente alors bien entendu leur réponse. Des indices aussi futiles que les points d'ancrage de la question, la position de cette dernière par rapport aux autres etc. sont susceptibles de modifier de façon substantielle la manière dont les gens construisent ce qu'on attend d'eux et, par voie de conséquence, ce qu'ils peuvent confier. Schwarz, Strack, Müller et Chassein (1988) ont ainsi observé que des personnes dont on voulait connaître la fréquence avec laquelle elles ressentaient de l'irritation imaginaient des causes d'irritation bien plus importantes lorsqu'on leur présentait des échelles avec de faibles fréquences (par exemple : de « moins d'une fois par an » à « plus d'une fois tous les 3 mois ») alors que les causes rapportées étaient banales lorsque l'échelle évoquait des fréquences élevées (par exemple : de « moins de deux fois par semaine » à « plusieurs fois par jour »). En somme, la question forge la réponse. Il est crucial de se le rappeler !

---

1. La pragmatique est une branche de la linguistique qui s'intéresse à la façon dont on comprend le sens d'énoncés linguistiques en fonction du contexte dans lequel ils sont présentés.

Dans la mesure où les attitudes s’expriment aussi dans les conduites, on peut vouloir se pencher sur ce que les gens font plutôt que sur ce qu’ils disent. De fait, on peut apprendre beaucoup sur l’attitude des individus par rapport au tabac en regardant tout simplement leur comportement de fumeur ou d’abstinent. Une bonne jauge de l’attitude des personnes à l’égard de tel ou tel bien de consommation passe par la somme qu’elles se déclarent prêtes à débourser pour en faire l’acquisition. Une panoplie d’actes se prêtent donc aisément à des inférences concernant les attitudes sous-jacentes. Avec les opinions et autres positionnements de nature « intellectuelle », les conduites effectives observées auprès des personnes-cibles fournissent une foule d’indications sur leurs attitudes. Ces mesures explicites ne posent pas d’énormes soucis pratiques. Les choses peuvent toutefois se compliquer pour une gamme d’objets attitudinaux parfois plus large qu’il n’y paraît. Ainsi, si les chercheur·e·s souhaitent cerner l’attitude de certaines personnes concernant le fait de recourir à des préservatifs pendant les rapports sexuels, ou de consommer des drogues récréatives, ou même encore de voter pour un parti politique se situant sur les extrêmes du spectre politique, les répondant·e·s peuvent tout simplement ne pas vouloir se dévoiler. Il est évident qu’on peut modifier ses réponses verbales pour se présenter sous un jour favorable. Pour ce qui est du comportement, là aussi, certaines conduites peuvent être tronquées ou carrément dissimulées (comme la consultation de matériel pornographique sur Internet) pour correspondre à ce qu’on estime être acceptable aux yeux d’autrui. C’est le biais de désirabilité sociale.

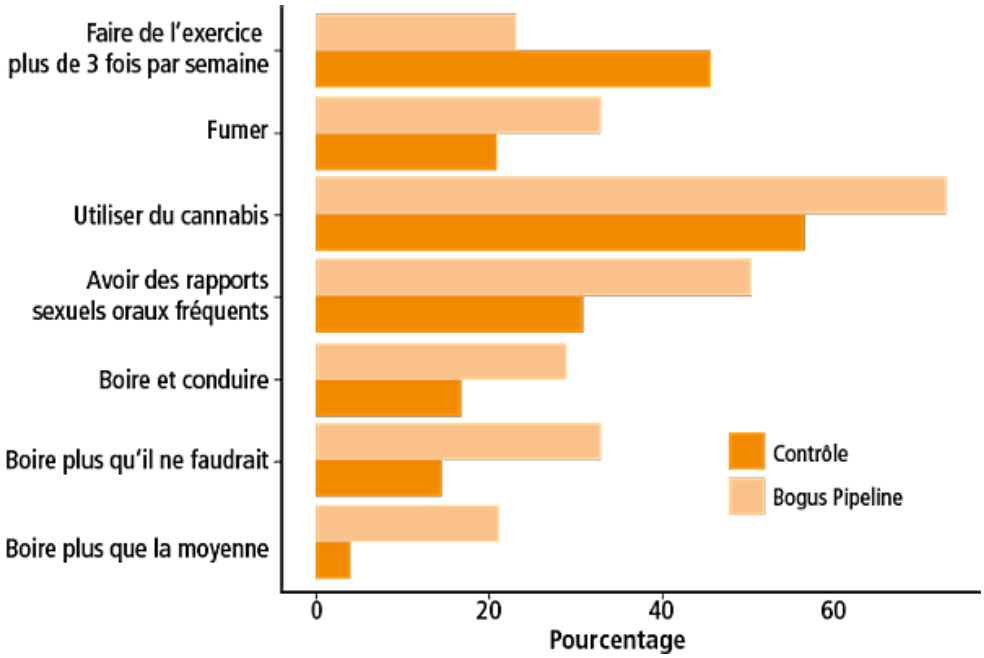


Figure 8.1. Pourcentages de réponses positives à une sélection d'items en fonction de la condition de passation (d'après Tourangeau et al., 1997)

Lorsqu'existe ce risque, les chercheur·e·s doivent recourir à des méthodes de recueil particulières pour mettre en évidence les véritables attitudes des répondant·e·s. Il suffit parfois de garantir l'anonymat, même si cela n'évacue pas totalement les considérations normatives. On peut aussi convaincre les répondant·e·s qu'on dispose de moyens techniques sophistiqués permettant de déceler d'éventuels mensonges. La technique rapidement abordée au ***chapitre 3*** du « bogus pipeline » (littéralement, la canalisation factice) s'appuie sur la popularité du prétendu détecteur de mensonges et entend convaincre les participant·e·s que l'on est en prise directe avec leurs réactions physiologiques de telle sorte qu'il est inutile de maquiller les réponses (Roese & Jamieson, 1993). Une procédure classique à cet égard consiste à exploiter des informations obtenues par ailleurs à propos des participant·e·s et de leur demander de mentir pour certaines des questions. Leur indiquer ensuite, en se basant sur un prétendu appareillage, quelle question a fait l'objet d'une tentative de duplicité suffit le plus souvent à les convaincre de l'inutilité de dissimuler la vérité sur d'autres thèmes. En utilisant cette technique pour la moitié de leurs répondant·e·s, Tourangeau, Smith et Rasinski (1997) ont convoqué des jeunes adultes, femmes et hommes, pour les interroger sur des questions de nature très

personnelle, comme l'activité sexuelle, l'usage de drogues et la contraception, prétendument afin d'aider les chercheurs à étudier la dissémination du virus du sida. Comme le montre la figure 8.1, les données sont sans appel quant à l'efficacité du dispositif. Les différences entre les réponses recueillies en condition contrôle et celles obtenues en condition « bogus pipeline » sur une série d'items sensibles confirment le souci des étudiant·e·s de se montrer sous un jour favorable. Notons que la réponse sur la pratique régulière d'un exercice physique renforce la conclusion selon laquelle le « bogus pipeline » augmente bien l'exactitude de la réponse et pas seulement la fréquence.

Toute une panoplie d'autres réactions découle des attitudes. Mais pour être bien réelles, ces réponses ne sont pas toujours faciles à discerner, même pour les personnes concernées. C'est pourquoi, les chercheur·e·s ont mis au point d'autres techniques qui ambitionnent de recueillir ces réactions davantage implicites. Ainsi, via les techniques d'électromyographie faciale, des capteurs relèvent l'activité musculaire involontaire au niveau du visage (muscles du corrugateur au niveau du sourcil et du zygomatique) afin de cerner tant la direction que l'intensité de la réponse à un objet attitudinal comme par exemple le fait d'avoir des rapports sexuels avant le mariage (Cacioppo & Petty, 1979).

On peut aussi enregistrer le temps que mettent les personnes à évaluer un objet attitudinal lorsque ce dernier est présenté en conjonction avec d'autres informations dont la valence est ou non équivalente. Plus le temps de réaction est allongé par l'inconsistance évaluative, plus on conclura à une évaluation extrême de l'objet attitudinal. Ainsi, si on met beaucoup plus de temps à évaluer l'objet « préservatif » en présence de mots négatifs (« ennui », « saleté », « contrainte »…) que positifs (« plaisir », « joie »…), on en conclura que l'attitude vis-à-vis du port du préservatif est favorable. Ces techniques, dont celles de l'amorçage affectif et la tâche d'association implicite (TAI), toutes deux présentées au ***chapitre 3*** dans leur version sémantique[9], mais qu'on peut aisément adapter en vue de sonder des facettes affectives, mettent en exergue le fait que les gens évaluent les objets attitudinaux de façon ultra-rapide, voire sans en avoir réellement conscience (Petty, Fazio & Briñol, 2012). Il arrive d'ailleurs que les attitudes explicites et implicites ne correspondent pas. La question se pose

alors de savoir si les réponses explicites constituent véritablement pour les répondant·e·s une manière de masquer leur attitude ou s'il s'agit là simplement d'une authentique absence de correspondance. Dans le second cas, les attitudes explicites correspondent à ce que les gens souhaitent montrer, en toute candeur, même si leur attitude implicite dépeint une image différente.

1.3. La fonction des attitudes

Pourquoi avoir des attitudes ? À quoi peut bien servir cette représentation mentale qui se manifeste ainsi dans les opinions, les sentiments et les actes des uns et des autres ? Sans surprise, on peut penser que les attitudes existent parce qu'elles ont une utilité (Maio & Olson, 2000). Smith, Bruner et White (1956) ainsi que Katz (1960) considèrent que celles-ci remplissent quatre fonctions distinctes, les deux premières essentiellement orientées vers la maîtrise de notre environnement et les deux autres prioritairement tournées vers les préoccupations relationnelles.



Criquets frits sur l'étal d'un marché du Cambodge (© Thomas Schoch).

Une première fonction est la fonction de connaissance. De fait, forger une attitude par rapport à un objet attitudinal offre une manière efficace d'organiser et de donner sens à un ensemble de connaissance. Dès qu'on est confronté·e à l'objet attitudinal, quel qu'il soit, les informations pertinentes sont mobilisées sous forme d'une synthèse des expériences antérieures avec l'objet et des caractéristiques les plus marquantes de ce dernier. Une seconde fonction, davantage tournée vers l'action, est la fonction instrumentale. L'attitude oriente les comportements de façon optimale en fonction des objectifs recherchés. Cette fonction transparaît de manière assez nette dans tous les cas où l'attitude paraît solidement ancrée dans des préférences biologiquement inscrites. On pense notamment aux réactions très puissantes face à tout ce qui pourrait nous intoxiquer. Imaginons un instant l'attitude que la plupart d'entre nous nourrissons à l'égard de la consommation d'insectes. Nous ne sommes pas tou·te·s prêt·e·s à dire « un peu gluant, mais

appétissant ». Cette attitude face à des animaux qui nous paraissent impropres à la consommation au mieux et dégoûtants au pire rassemble une foule d'informations mobilisables et disponibles lors d'une rencontre spécifique avec telle ou telle préparation culinaire. Une attitude à ce propos offre un résumé d'une extrême efficacité et procure instantanément un guide sur ce qu'il y a lieu de faire ou de ne pas faire.

Les deux autres fonctions communément associées aux attitudes sont la fonction d'identité sociale et la gestion de l'impression de soi. Professer telle ou telle attitude offre un moyen rêvé pour signifier à notre entourage qui l'on est, dire à quel genre de communauté on se rallie, et clarifier le type de posture que l'on entend adopter dans l'univers social. On perçoit d'ailleurs bien que les attitudes puissent servir à affirmer la valeur qu'on attache au soi dès l'instant où l'on se prend à égratigner quelque peu la conception que les gens ont d'eux-mêmes. Par exemple, dans une étude de Dahl, Vescio et Weaver (2015), on induisait chez des hommes la croyance qu'ils avaient répondu de façon « féminine » à un test. Ceci se traduisait par l'expression d'attitudes plus sexistes que dans un groupe contrôle auquel on n'avait pas donné un tel feedback.

Bien entendu, on peut aussi vouloir s'attacher à exprimer une attitude qui aura l'heur de faciliter les contacts et les relations avec autrui, du moins ceux qui nous semblent dignes de notre considération. Dans ce cas, on veillera à prendre en compte les positions de son environnement social. Soit on rechignera sans doute à trop se démarquer, soit on optera pour le prosélytisme. Pensons un instant à une végétalienne. Il va de soi que son attitude constitue une façon de signaler ses convictions et de se positionner sur un échiquier social en constante évolution ces dernières années. Elle est très active sur les réseaux sociaux où elle diffuse sans discontinuer des idées de recettes et des articles de presse en lien avec le respect du monde animal. S'il est vrai qu'elle est parfois tentée de jeter l'éponge face à la perplexité de son entourage, car elle tient beaucoup à rester en bons termes avec ses collègues, elle essaie malgré tout de convaincre autant qu'il est possible quant aux bienfaits de ses choix alimentaires.

1.4. Les sources de l'attitude



Dresseur de serpent au Maroc (© Dorothée Quennesson)

Si les attitudes se déclinent dans les opinions que l'on professe, dans les réactions affectives que l'on manifeste et dans les actes que l'on pose, en amont, et sans surprise, elles s'enracinent aussi dans les trois sphères que sont les connaissances, les émotions et les comportements (Rosenberg & Hovland, 1960). Ainsi, votre attitude par rapport au fait de fumer peut s'appuyer sur des informations en votre possession concernant le taux d'incidence du cancer du poumon nettement plus important chez les fumeur·euse·s que chez les non-fumeur·euse·s. Vous pourriez aussi savoir que des problèmes d'impuissance sexuelle touchent davantage les fumeurs. Ces aspects relèvent de la sphère *cognitive* et contribuent à orienter votre attitude à l'égard de la cigarette. Il se pourrait aussi que vous soyez sujet·te à des hauts le cœur ou d'autres manifestations désagréables lorsque vous vous trouvez dans un espace confiné dans lequel des personnes fument. Ces informations renvoient à la dimension affective. Enfin, vous vous êtes laissé·e tenter un jour par la cigarette et vous vous souvenez de la terrible quinte de toux qui s'est emparée de vous. Voilà des éléments qui concernent la sphère conative. Ceux-ci contribuent aussi à façonner votre attitude.

Si, dans le cadre de cette vision tripartite, il est sensé de mettre à l'honneur les différentes composantes qui forgent les attitudes (Zanna & Rempel, 1988), cela représente en revanche un sérieux défi quand il s'agit d'en faire une démonstration empirique, étant donné la redondance attendue entre les trois facettes (Kothandapani, 1971 ; Ostrom, 1969). On doit les données les plus convaincantes à cet égard à Breckler (1984). Cet auteur a confronté ses participant·e·s à un serpent vivant tout en leur demandant de remplir un questionnaire reprenant les mesures cognitives, affectives et conatives. Pour la composante cognitive, il s'agissait d'indiquer leur accord ou leur désaccord avec des affirmations telles que « les serpents attaquent tout ce qui bouge », ou « les serpents contrôlent la population de rongeurs ». Il fallait en outre préciser dans quelle mesure les serpents sont « gentils ou cruels », « propres ou sales », et ainsi de suite. Pour mesurer la composante

affective, les participant·e·s devaient réagir à des phrases comme « je me sens anxieux·se », « je me sens heureux·se », etc., et remplir une échelle d'humeur. Pour évaluer la mesure conative, Breckler sondait les réactions à des énoncés tels que, notamment, « je crie dès que je vois un serpent », « j'aime manipuler les serpents ». On notait également la mesure dans laquelle les participant·e·s étaient susceptibles d'approcher une série de serpents montrés sur des diapositives. Sur foi des analyses statistiques, Breckler confirme que les réponses à ces trois ensembles de questions forment bien des ensembles cohérents distincts tout en établissant, dans le même temps que les trois sont fortement corrélés entre eux.

Bien entendu, les attitudes ne sont pas toujours ancrées de manière équivalente dans les aspects informationnels, émotionnels et comportementaux. L'expérience directe avec un objet attitudinal donnera souvent un avantage aux réactions émotionnelles. Si vous êtes déjà monté·e sur des attractions dans un parc de loisirs, il y a fort à parier que les réactions vécues à cette occasion vont teinter votre attitude bien plus et sans doute autrement que si vous n'avez jamais fait ce type d'expérience. Le fait de savoir que les attitudes trouvent leurs sources dans ces trois sphères permet toutefois de penser qu'une manière de modifier les attitudes consiste à agir sur l'une de ces composantes pour provoquer un changement d'envergure sur les autres.

Une étude de Rosenberg (1960) illustre remarquablement cette logique. Il s'agissait de modifier la seule composante affective et d'examiner les effets sur les aspects cognitifs. Dans un premier temps, ce chercheur a donc mesuré les croyances cognitives et les réactions affectives de ses participant·e·s par rapport à toute une série d'objets attitudinaux (par exemple, le fait que les Afro-Américain·e·s déménagent dans des quartiers « blancs », une question alors d'actualité). Il a ensuite hypnotisé tout ce beau monde et a suggéré à la moitié des participant·e·s de changer la manière dont il·elle·s se sentaient face à deux des objets attitudinaux et ce parfois dans un sens positif, parfois dans un sens négatif. Au réveil, de nouvelles mesures attestent que personne n'a modifié ses attitudes par rapport aux objets qui n'ont pas été évoqués durant la séance d'hypnose. Remarquons que Rosenberg a distingué les attitudes selon qu'elles portent sur des sujets qui présentent un intérêt élevé pour le sujet ou non. Cet aspect ne joue

aucun rôle. En revanche, celles et ceux qui avaient dû modifier leurs réactions affectives à propos de deux objets particuliers ont effectivement changé sur le plan émotionnel. Qui plus est, et c'est là le point crucial, ces personnes ont aussi altéré leurs croyances pour les mettre davantage en adéquation avec leurs affects. Par exemple, les personnes plus favorables au fait que les Afro-Américain·e·s déménagent dans des quartiers blancs étaient également plus susceptibles de percevoir ce phénomène comme compatible avec des valeurs qui leur tenaient à cœur. C'est ce que l'on voit sur la figure 8.2 qui présente le changement d'attitudes et de croyances avant et après l'hypnose.

Il est tentant, au vu de ce type de résultats, de songer à ce qui se passe lorsque des personnes sont confrontées à des bouleversements plus ou moins radicaux de leurs références affectives, comme dans le cas de certaines sectes, et procèdent ensuite d'initiative à des ajustements profonds sur le plan de leurs convictions. Dans la suite de ce chapitre, nous allons aborder les travaux qui accordent une place prépondérante aux leviers affectifs et cognitifs. Dans le chapitre suivant, nous nous concentrerons sur le versant comportemental avant d'en revenir à la question épineuse de la capacité des attitudes à prédire le comportement futur.

Figure 8.2. Changement d'attitude et de croyances en fonction du fait que l'objet de l'attitude, de faible ou de haut intérêt, ait fait l'objet d'une influence pendant la séance (d'après Rosenberg, 1960).

2. Le changement d'attitude

Les attitudes sont d'une grande utilité dans la vie quotidienne. Elles nous aident à agir au mieux en fonction des gens, des objets, voire des idées qui nous entourent. Grâce à elles, on peut mener sa barque et agir au mieux de nos intérêts : on sait quelle série télévisée regarder, quel combat politique mener, ou encore quelles personnes on souhaite fréquenter. Mais nos attitudes sont tout aussi précieuses pour les autres. Le fait qu'elles risquent de trouver un prolongement dans notre comportement ne peut que séduire

autrui, du moins celles et ceux qui espèrent que nous agissions dans un sens précis. Nos parents aimeraient nous voir adopter les bonnes postures face à leurs valeurs. Nos enseignant·e·s apprécieraient de nous voir enthousiasmé·e·s par les matières qu'il·elle·s nous présentent. Un vendeur voudra qu'on achète le produit qu'il est chargé de promouvoir. Rien d'étonnant que les tentatives d'influence consisteront à nous confronter à des informations orientées et des expériences émotionnelles choisies. Les travaux qui se penchent en priorité, mais pas exclusivement, sur les sources cognitives et affectives abordent ce qu'il est convenu d'appeler la persuasion.

On peut le déplorer, mais les guerres engendrent bien souvent des progrès énormes sur le plan scientifique. Pensez aux avancées qui ont suivi la Seconde Guerre mondiale en matière de conquête de l'espace. Même si c'est moins connu, l'impact de ce conflit sur la psychologie sociale en général et l'étude de la persuasion en particulier aura été considérable. De fait, lorsque l'armée américaine prendra la mesure de la machine de propagande mise en place par le régime national-socialiste en Allemagne, elle n'hésitera pas à dégager des moyens financiers plantureux pour étudier les mécanismes de persuasion et les mettre au service de la victoire. Avec ses collègues, Carl Hovland (1953) lancera une série impressionnante de recherches sur le changement d'attitude. D'inspiration néo-behavioriste, ce programme a proprement jeté les bases d'une approche cognitive du changement d'attitude.

À intervalle régulier, l'équipe conduite par Hovland se rassemblait et, sous le regard perplexe d'un général chargé de suivre l'évolution des travaux, examinait les nouvelles données engrangées et discutait de la suite des opérations. Lors de la présentation des résultats, le général avait pris la désagréable habitude de se moquer de l'équipe. Autant d'argent pour des résultats prévisibles, du moins à ses yeux ! Cette perplexité, voire ce dédain, avait évidemment le don d'énerver Hovland. Un jour, alors qu'on distribuait les informations sur la

▶ Un exemple de propagande américaine pendant la Seconde Guerre mondiale (© Library of Congress).

dernière expérience, le général jeta un rapide coup d'œil sur le pattern de résultats et ne put se retenir. Encore des résultats qu'il aurait été tellement facile de prédire ! Pourquoi tant de moyens dépensés pour des études sans intérêt ? L'armée n'avait-elle pas mieux à faire de son argent ? C'est à ce moment qu'Hovland stoppa net le général en lui précisant que ce qu'il venait de contempler correspondait aux prédictions. À vrai dire, les données recueillies allaient dans le sens exactement contraire. Le général comprit immédiatement le message. L'équipe n'eut plus jamais à endurer ses sarcasmes. Cette anecdote montre à quel point il peut sembler évident que des résultats soient ce qu'ils sont. Le véritable exercice, pour les scientifiques autant que pour l'assistance à un cours de psychologie sociale, consiste à prendre connaissance de la question problème et de se lancer dans les prédictions avant d'avoir de quelconques indices sur les données récoltées. Combien de fois avez-vous entendu les résultats d'une compétition sportive et pensé « oh rien d'étonnant, c'était couru d'avance ». Mais dans quelle mesure cette réaction dépend-elle de la connaissance du résultat ? Le phénomène de « je le savais depuis le début » est bien connu en psychologie sociale et constitue d'ailleurs un biais (appelé le « hindsight bias ») maintes fois illustré (Fischhoff, 1975 ; Hawkins & Hastie, 1990 ; Pezzo & Pezzo, 2007). Ainsi, Carli (1999) a fait lire à ses participant·e·s le même texte décrivant un rendez-vous galant entre Barbara et Jack si ce n'est que, selon les conditions, la dernière ligne du texte précisait que la rencontre se terminait par une demande en mariage ou un viol. Dans les deux conditions, les participant·e·s ont jugé l'issue de la rencontre prévisible. Qui plus est, deux semaines plus tard, les participant·e·s ont également estimé plus probable que certaines phrases aient fait partie du texte original (alors que ce n'était pas le cas) s'ils elles allaient dans le sens de l'épilogue qui leur avait été assigné. Par exemple, la phrase « Jack a un penchant pour la boisson » semblait plus susceptible d'avoir été présentée dans l'histoire se terminant par un viol que dans celle culminant par un mariage tandis que l'inverse était observé pour la phrase « Jack

lui a offert un bouquet de roses ». Nombre de dictons semblent se plier aux mêmes tendances confirmatoires a posteriori. Songez à « Les opposés s'attirent » et vous n'aurez aucun mal à fournir des exemples. Mais la même facilité se fait jour pour « qui se ressemble s'assemble ». L'importance de pouvoir éviter ce piège alimente le souhait de beaucoup de scientifiques, et même l'exigence dans certaines revues, que des prédictions précises soient dûment enregistrées avant la collecte de données de manière telle qu'on peut ensuite se confronter aux résultats sans risquer de verser dans une reconstruction des choses.

Selon Hovland et ses collaborateurs, la situation de changement d'attitude met en présence la source du message, le message en tant que tel, le canal de communication et, en bout de piste, la cible. L'ambition des recherches est de vérifier l'impact de différents éléments liés à chacune de ces quatre composantes. On examinera donc des aspects propres à l'émetteur·rice du message (son caractère attirant, familier, sa similitude avec la cible, sa crédibilité), à la nature du message (sa construction, sa tonalité affective), à la cible (sa crédulité, son intelligence, son estime de soi) et au canal de communication (le contexte général, le support). Ce schéma de « qui dit quoi à qui et par quel canal », pour classique qu'il soit, reste toujours d'actualité dans la plupart des efforts contemporains sur la question de la persuasion trouvent leurs racines dans ce qu'on a appelé l'École de Yale, du nom de l'institution universitaire de l'Est des États-Unis où ont été conduits l'essentiel des travaux.

Si les informations que l'on détient au sujet d'un objet attitudinal, quel qu'il soit, constituent le fondement d'une grande partie de nos attitudes (Ajzen, 1996 ; Ajzen & Cote, 2008), il est assez compréhensible que dans la majorité des tentatives d'influence nos interlocuteur·rice·s considèrent que la stratégie la plus indiquée consiste à nous apporter des informations nouvelles pour nous faire changer d'avis. Ainsi, pour vous convaincre de l'importance de vous lancer dans l'acquisition d'une nouvelle voiture, les garagistes vont sans doute vous fournir des prospectus avec des détails techniques à profusion, vous demander quels soucis vous avez eus avec une marque concurrente pour vous rassurer sur les performances de leur modèle

favori, vous vanter les conditions associées aux différentes options disponibles sur le modèle vedette de la gamme, vous indiquer toutes les réductions immanquables en matière de prêt à tempérament, etc. Mais c'est loin d'être aussi simple. La plupart du temps nous ne sommes pas en mesure de nous pencher sur les arguments présentés ou nous ne nous en sentons tout simplement pas l'envie. Pour des tas de raisons, nous ne mettons pas totalement à contribution la totalité de nos capacités cognitives et nous nous contentons de survoler les choses. À vrai dire, bien des situations de changement d'attitude ne font que très peu appel à un examen scrupuleux des informations à notre disposition. Ce que nous exploitons dans ces cas de figure, ce sont des jugements rapides, basés pour l'essentiel sur les émotions et des raccourcis de pensée. Avant de nous plonger dans les travaux qui se sont focalisés sur une évaluation fine des arguments du message, ce qu'il est convenu d'appeler la voie centrale ou le traitement systématique, nous explorons les recherches sur les autres chemins que peut emprunter le changement d'attitude.

2.1. La voie périphérique et le traitement heuristique

« Il est fou Afflelou », « Nespresso, what else ? », « Perrier c'est fou » ! Ces slogans archi-connus tablent sur l'émotion, le plus souvent l'humour, pour créer une complicité avec les marques. Jouer sur les affects semble être au cœur d'un marché publicitaire devenu planétaire. Le même crédo se retrouve du côté des communications gouvernementales comme dans le cas de la sécurité routière ou des messages d'intérêt général. Qu'il s'agisse de café, de sida, de sécurité routière, la bonne humeur, la compassion voire la peur ou le dégoût sont mobilisés pour nous séduire et nous convaincre d'embrasser de nouvelles convictions ou d'adopter de nouveaux comportements. Déjanter les mâchoires ou déranger les entrailles voilà bien ce qui semble être le leitmotiv. On évite de nous asséner des listes interminables d'arguments, il s'agit juste de faire vibrer la corde affective ou, au mieux, de susciter des raisonnements superficiels.

Cette distinction qui traverse un nombre incalculable de situations de changement d'attitude (Chaiken, 1980) met une nouvelle fois en exergue l'idée des deux systèmes de pensée développée au ***chapitre 2***. Tandis que le Système 1 mobilise les émotions et les raisonnements heuristiques, le

Système 2 table sur une prise en considération attentive des avantages et des inconvénients de chacune des positions en présence. Ainsi, pour présenter le nouveau logo d'une banque ou le slogan d'une mutuelle, les agences recourent à des images paradisiaques et des mélodies éthérées — la musique est la mémoire du cœur, dit-on volontiers. La stratégie qui vise à coupler des éléments positifs à un objet attitudinal correspond à ce que les psychologues appellent le conditionnement évaluatif (Hofmann et al., 2010).

L'idée de base remonte aux travaux bien connus de Pavlov sur le conditionnement classique. En réalisant des expériences portant sur la digestion des chiens, ce physiologiste russe se rend compte que la salivation s'enclenche dès que les chiens arrivent au laboratoire. Il semble donc que la seule présentation des situations dans lesquelles les chiens sont alimentés suffise à mettre en branle leur réponse de salivation. Curieux, il confronte alors de manière systématique les chiens à certains stimuli aussi arbitraires que possible, comme le tintement d'une cloche avant la présentation de la nourriture. Face à ces stimuli que Pavlov qualifie de neutres, la réponse inconditionnelle de salivation se manifeste progressivement sans que soit présentée la nourriture, elle devient conditionnelle. Si le stimulus neutre est maintenant en mesure de susciter la réponse conditionnelle, cela signe le fait qu'il est désormais un stimulus conditionnel.

▶ Illustration des travaux de Pavlov sur le conditionnement classique.

Plusieurs études se sont directement inspirées de ce paradigme de conditionnement classique afin de modifier les attitudes. Dans une expérience de Staats et Staats (1958), les participant·e·s devaient visionner le nom d'un pays (le stimulus neutre qui deviendra conditionnel) sur un écran tout en répétant un mot (stimulus inconditionnel) prononcé par l'expérimentateur. Pour chaque participant·e, quatre des six pays étaient choisis aléatoirement pour être systématiquement couplés à des mots neutres. Quant aux deux derniers pays, l'un était associé à des mots susceptibles de provoquer une réaction positive alors que les mots devaient en principe évoquer une réaction négative pour l'autre (réponse inconditionnelle). Lors de l'évaluation finale des pays, on trouve bien une

différence entre le pays flanqué des mots positifs et celui associé aux mots négatifs, avec les quatre autres pays entre les deux.

Dans un paradigme très proche, celui de l'amorçage affectif, il ne s'agit pas de présenter le stimulus neutre avant le stimulus inconditionnel, mais plutôt d'adopter l'ordre inverse, voire de présenter les deux simultanément (De Houwer, Thomas, & Baeyens, 2001). Qu'à cela ne tienne, les mêmes effets se manifestent. Dans une étude de Houben, Havermans et Wiers (2010), des étudiant·e·s voyaient des mots ayant trait à l'alcool, comme « bière », « vin » ou « vodka », systématiquement associés à des images négatives (comme un serpent) ou à des images neutres. Les résultats confirment que les images négatives débouchent sur des attitudes moins positives à l'égard de l'alcool lors d'une tâche d'association implicite ultérieure et que la consommation d'alcool diminue dans la semaine suivant l'expérience par rapport à celle qui la précède.

Mais de manière générale les gens sont-ils conscients de ce qui se passe ? Cette question a mobilisé un nombre impressionnant de travaux et se situe au cœur d'une âpre polémique (Corneille & Stahl, 2018 ; Sweldens, Corneille, & Yzerbyt, 2014). Dès le début des recherches sur le conditionnement humain, des procédures de vérification ont été mises en place au terme des expériences pour repérer les participant·e·s qui n'avaient pas été dupes des associations répétées entre les stimuli positifs ou négatifs et les objets attitudinaux. Il en va ainsi des entretiens dits « en entonnoir », réalisés en fin de session expérimentale juste avant ce qu'on appelle le débriefing. On commence par des questions anodines sur ce qui a été réalisé durant l'étude pour entrer ensuite de plus en plus dans le détail et tenter de vérifier si des soupçons existaient concernant l'hypothèse de conditionnement.

Tablant sur les techniques plus récentes, certaines études ont opté de présenter les associations de manière tellement rapide qu'il devient difficile de prétendre qu'on ait pu les voir. C'est le cas d'une étude de Krosnick et collègues (1992) dans laquelle les participant·e·s voyaient neuf diapositives sur lesquelles apparaissait une jeune femme engagée dans toute une gamme d'activités. Avant chaque diapositive, on présentait une photo montrant une

image connotée de manière positive ou négative sur le plan affectif et, ce, pendant 9 millisecondes. C'est un laps de temps tellement court que l'on parle de perception subliminale. En accord avec les hypothèses des auteurs, l'impact des photos se fait sentir sur l'évaluation de la jeune femme. Dans le même ordre d'idées, les gens aiment, consomment, et sont prêts à dépenser plus pour des objets qui sont accompagnés par des émoticons en forme de sourire (des « smileys ») présentés de façon subliminale par rapport à ceux flanqués d'émoticons montrant un visage désapprobateur (Niedenthal, 1990 ; Winkielman, Berridge, & Wilbarger, 2005).

Vu l'incapacité supposée de pouvoir appréhender des stimuli subliminaux, on peut donc penser que tout ceci se produit en dehors de la conscience. Mais des interrogations demeurent. Certaines associations pourraient malgré tout avoir été identifiées, même si l'entretien post-expérimental conduit à penser que la présentation subliminale a globalement fonctionné. Plusieurs travaux récents suggèrent que les associations requièrent un minimum d'attention pour qu'émerge un effet de conditionnement évaluatif. Ainsi, Pleyers et ses collègues (2009) ont invité leurs participant·e·s à s'asseoir devant un écran d'ordinateur et leur ont présenté des photographies de huit produits de consommation créés pour l'occasion et supposés neutres sur le plan évaluatif (l'eau minérale « Kinley », le dentifrice « Mendo », le lait « Pelotin », etc.). Pour chaque participant·e, quatre de ces produits, choisis au hasard, étaient alors incrustés dans des images connues par ailleurs pour évoquer des sentiments positifs ou, au contraire, des sentiments négatifs. Cette présentation, d'une durée d'une seconde, était répétée à 7 reprises. Les auteurs ont ensuite remontré les 8 images pour chacun des produits en demandant aux participant·e·s de pointer l'image associée au produit lors de la présentation ou, le cas échéant, de concéder que leur mémoire leur faisait défaut. On le voit, cette méthode permet de déterminer non plus seulement les participant·e·s qui ont ou n'ont pas le souvenir des associations, une mesure somme toute assez grossière de la conscience des associations, mais donne à voir les items particuliers pour lesquels l'association a été minimalement perçue ou non. Comme on peut le constater sur la figure 8.3, un effet de conditionnement évaluatif se manifeste uniquement lorsqu'il s'avère possible de pointer l'image valencée à laquelle était associé le produit.

Figure 8.3. Sentiment à l'égard de la marque en fonction de la conscience des associations et de la valence des stimulis inconditionnels (d'après Pleyers et al., 2009).

Si des stimuli précis sont susceptibles d'affecter notre évaluation par simple association, se peut-il que l'humeur incidente que l'on ressent par le seul fait du soleil qui brille vienne à colorer un objet attitudinal sans rapport direct avec lui. À en croire Schwarz et Clore (1983), c'est parfaitement possible. Il suffit de demander comment les gens se sentent face à l'objet attitudinal dans un moment de grâce et la confusion des sentiments peut teinter leur réponse. Ainsi, des étudiant·e·s s'estiment plus heureux·ses et évaluent leur existence de manière plus positive lorsqu'on les interroge au cours d'une journée ensoleillée que quand la météo est maussade (voir figure 8.4). En outre, il suffit de demander aux personnes interrogées le temps qu'il fait dehors (condition d'amorçage indirect) ou que l'expérience porte sur l'effet de la météo sur l'humeur (condition d'amorçage direct) pour que leurs réponses cessent d'être contaminées, ce qui suggère qu'une sorte de correction s'opère au niveau de la réponse dès lors qu'on leur met le nez sur le facteur contaminant.

Psycho sociale en questions

Les images subliminales peuvent-elles nous influencer ?

On peut faire mieux que de mesurer le degré de conscience de la contingence d'association face aux items. L'idéal n'est-il pas de contrôler la capacité même qu'auront les participant·e·s à repérer l'association. Ainsi, Dedonder et al. (2014) ont souhaité rendre plus ou moins difficile l'émergence d'une prise de conscience des associations en présentant les produits au centre de l'écran tandis que les images, tantôt positives tantôt négatives, apparaissaient dans la zone fovéale, une zone située dans les limites de ce que l'œil voit correctement quand il fixe un point particulier, et d'autres images dans la zone para-

fovéale, située en périphérie de la zone fovéale et ne laissant pas en principe voir les éléments qui s'y trouvent. Les résultats montrent que le conditionnement évaluatif n'émerge que lorsque les produits sont flanqués d'une image valencée présentée dans la zone fovéale. Cette manipulation du degré de conscience que les participant·e·s peuvent avoir au sujet des images associées apporte de l'eau au moulin de celles et ceux qui prônent l'idée qu'un minimum d'attention est requis pour établir une association entre un objet attitudinal, à l'origine neutre, et un stimulus dont la valence viendra colorer l'attitude.

Ces travaux soulèvent de manière plus générale la question de l'efficacité des techniques de persuasion subliminale. Cette interrogation revient de manière régulière à l'avant-scène de l'actualité, notamment lors d'élections, à un moment où chacun semble à l'affut de tout ce qui pourrait faire pencher la balance dans un sens ou l'autre d'une manière qualifiée de « peu loyale ». Ainsi, lors de la campagne présidentielle de 2000 aux États-Unis, l'équipe de Georges Bush avait diffusé un spot télévisé attaquant Al Gore sur sa politique de santé et le fait que cela impliquait l'emprise des bureaucrates. De manière très furtive à l'écran, le terme « bureaucrats » déboulait en deux temps, en grosses lettres d'abord puis en lettres moyennes. Ainsi, la première image laissait voir la seule partie « rats » (voir illustration). Le camp d'Al Gore a dénoncé cette manœuvre jugée inacceptable. D'autres exemples existent comme, en 1988, lorsque le fait que le visage de François Mitterand apparaissait de façon à peine visible dans le générique du JT d'Antenne 2 alors que la campagne pour sa réélection battait son plein. Certes, il fait peu de doutes que la présentation extrêmement brève de certains stimuli, tels que des labels catégoriels, permet d'activer chez les gens les connaissances qui y sont associées sans que ces derniers n'en soient nécessairement conscients (voir par exemple **chapitre 3**). En revanche, de nombreuses interrogations demeurent quant à la

possibilité d'orienter les opinions et, surtout, les comportements dans un sens précis. N'en déplaise à certain·e·s amateur·rice·s de scénarios de cinéma, aucune démonstration n'a été fournie, et il semble difficile de croire qu'on puisse un jour en faire une, de la capacité de stimuli subliminaux à faire en sorte que des personnes posent des actes qu'elles ne souhaiteraient pas poser, comme voter pour un parti qu'on ne soutient pas, acheter un Mac alors qu'on préfère Windows, rejoindre une secte si on ne le souhaite pas, et encore moins tuer quelqu'un sans en avoir l'intention.

La prise en compte d'une association telle qu'envisagée ci-dessus est une opération très peu coûteuse sur le plan cognitif. D'autres réactions du même acabit sont susceptibles de peser dans la construction et le changement des attitudes. Rien de plus frappant en effet que de voir comment on se complait parfois dans les choses familières, qu'il s'agisse de musique, de relations sociales, de lieux de vacances. Et cela se passe parfois dans des sphères où on ne s'y attend pas forcément. C'est notamment le cas dans les grandes villes, comme le suggère Milgram (1970) en parlant de « l'inconnu familier ». Contrairement à ce que pourraient penser certain·e·s campagnard·e·s, les citadin·e·s souffrent bien moins qu'on l'imagine de la confrontation avec d'autres personnes qu'il·elle·s ne connaissent pas. En réalité, tout ce beau monde se croise plus souvent qu'à son tour dans les magasins, dans les transports en commun ou simplement dans la rue. Au fond, ce que l'on connaît déjà semble agréable et rassurant, n'est-ce pas ?

Figure 8.4. Auto-évaluation du bonheur en fonction du type d'amorçage et de la météo (d'après Schwarz & Clore, 1983).

Que la familiarité ait un impact, est le fondement de la théorie de la simple exposition. Pour modifier les attitudes des gens, nous dit Zajonc (1968), il suffirait de leur présenter les objets attitudinaux à plusieurs reprises. Ce chercheur a testé son idée tous azimuts en confrontant ses participant·e·s à des sons, à des syllabes, à des idéogrammes chinois, à des photographies de

visages, à des mots prétendument étrangers, etc. Certains stimuli sont présentés une seule fois, d'autres deux fois, d'autres plus souvent encore. Les données sont remarquablement cohérentes. Plus un stimulus est présenté souvent, plus il est apprécié. Cela vaut même pour les chansons du Concours de l'Eurovision de la Chanson. Les chansons sont davantage plébiscitées en finale par les spectateur·rice·s qui les ont déjà entendues lors des demi-finales que par celles et ceux qui les découvrent pour la première fois (Verrier, 2012). Dès 1910, Titchener considérait d'ailleurs que la reconnaissance d'un stimulus produit une « sensation de douce chaleur » alors que l'absence de reconnaissance provoque une « agitation déplaisante ». À côté de la facilitation dans le traitement qui génère un sentiment positif en soi (Reber, Schwarz, & Wikielman, 2004), il semble aussi que ce que l'on voit souvent nous paraît sans danger (Song & Schwarz, 2009 ; Zajonc, 2001). Comme le montre un examen scrupuleux des travaux sur la question de la simple exposition (Borsntein, 1989), le phénomène est maximal lorsque les gens ne sont pas conscients des différences de fréquence dans les présentations (Hansen & Wänke, 2009) ou lorsque le traitement des stimuli reste somme toute limité et que ceux-ci sont nouveaux, peu importants, ou relativement dépourvus de sens.

De manière générale, les messages sont plus persuasifs s'ils paraissent plus familiers. Cela signifie que la répétition des messages est un investissement qui rapporte et ceci se vérifie d'autant plus si les arguments ne sont pas optimaux (Moons, Mackie, & Garcia-Marques, 2009). De même, l'emploi de mots que l'audience maitrise bien voire d'expressions familières comme des maximes ou des dictons populaires renforce l'impact de la communication (Howard, 1997). Il convient toutefois de trouver la bonne mesure entre répétition et nouveauté. Il n'est pas étonnant que la confrontation incessante au même message nuise à son impact.

Au-delà des messages, les sources plus familières s'avèrent souvent plus convaincantes que les autres. Dans une expérience de Bornstein et al. (1987 ; voir également Weisbuch et Mackie, 2009), les participant·e·s se retrouvaient seul·e·s face à deux autres personnes, en réalité des comparses, dans ce qui était présenté comme une série de 10 décisions de groupe concernant le sexe de l'auteur·e d'un poème. Le scénario expérimental voulait que les comparses soient en désaccord à 7 reprises, ce qui plaçait les

participant·e·s dans le rôle un tantinet inconfortable d'arbitre. Dans la condition contrôle, les choix se révèlent partagés, avec environ la moitié des décisions penchant pour chacun·e des deux comparses. Pour les participant·e·s des deux conditions expérimentales, on leur a au préalable montré la photo de l'une soit de l'autre des personnes comparses pendant 4 ms. Ce délai est trop court pour garantir un accès à la conscience, mais les choix se portent néanmoins plus du côté de la personne déjà « vue » au préalable (voir figure 8.5).

Figure 8.5. Pourcentage d'accord avec les comparses en fonction de la photo subliminale présentée (d'après Bornstein et al., 1987)

Les trois autres facettes incontournables concernant la source sont son caractère attrayant, sa similitude avec les personnes à qui s'adresse le message et son expertise. Ainsi, on a pu montrer que des comparses qui exercent une attirance physique plus marquée sur autrui recueillent un plus grand nombre de signatures pour une pétition (Chaiken, 1979). Les spots publicitaires, que ce soit à la télévision ou au cinéma sont d'ailleurs là pour nous le rappeler, Georges Clooney est mieux à même que des acteurs moins gâtés par la nature de convaincre de consommer un type de capsules de café. Il n'en va pas autrement pour les campagnes d'affichage, en particulier lors des élections. Le plus souvent, si ces atouts sont exploités dans une communication, ils sont mis au premier plan. Ceci explique aussi pourquoi, lors des campagnes électorales, la télévision et les réseaux sociaux permettent aux individus attirants de creuser l'écart avec leurs concurrent·e·s moins photogéniques bien plus que la radio et la presse écrite. C'est une stratégie qui se manifeste dans tous les partis, mais qu'on ne peut manquer de relever dans le chef de certains leaders populistes qui veillent souvent à présenter un look de gendre idéal, comme cela a notamment été le cas pour le *Vlaams Belang* en Belgique néerlandophone lors de la campagne 2019.

S'agissant toujours de beauté physique, l'attrait s'appuie parfois sur des aspects pour le moins subtils. Dans une expérience de Niedenthal et Cantor (1986), la probabilité estimée que des descriptions positives correspondaient aux photos de certains visages augmentait si les yeux de

ces derniers avaient été retouchés pour en augmenter la taille des pupilles. Inversement, des visages dont les yeux présentent des pupilles contractées étaient plus volontiers associés à des descriptions négatives. Ce qui frappe dans cette étude, c'est qu'à aucun moment, les participant·e·s n'ont été en mesure de pointer le rôle des pupilles dans leurs jugements.

Dans d'autres chapitres, nous soulignons l'influence qu'exerce le partage de choses en commun avec autrui sur une large gamme de réactions. Le changement d'attitude n'échappe pas à la règle : les gens qui nous ressemblent partent avec un atout. C'est ce que montrent des études sur le mimétisme (voir aussi le ***chapitre 6***). Ainsi, des participant·e·s ont pris part à une étude dans laquelle il s'agissait d'interagir avec un avatar dans un environnement virtuel généré par un programme informatique (Bailenson & Yee, 2005). On confrontait les participant·e·s à un interlocuteur en tout point pareil dans les différentes conditions de l'expérience si ce n'est que l'avatar produisait les mêmes mouvements, en particulier de la tête, que les participant·e·s dans une condition et des mouvements aléatoires dans une autre. Résultats des courses : le degré de persuasion est bien plus important lorsqu'il y a mimétisme. Quoi de plus engageant et positif en effet que quelqu'un qui se comporte comme nous (Chartrand & van Baaren, 2009). Mais les connivences sont légion sur le plan social. Ainsi, face à un discours prônant des mesures en vue d'autoriser l'euthanasie ou de limiter les armes à feu, des étudiant·e·s changeaient davantage leur attitude dans le sens de la source si on disait de celle-ci qu'elle venait de la même université que si elle provenait d'une autre institution (Mackie, Gastardo-Conaco, & Skelly, 1992). Notons toutefois que le fait d'appartenir au même groupe ne constitue pas toujours un sésame pour la source. Alors que des personnes de l'exogroupe font le plus souvent face au scepticisme, une source issue de l'endogroupe déclenche un examen plus scrupuleux du contenu, ce qui, comme nous le verrons plus loin, requiert que le message soit de qualité pour emporter l'adhésion. Reste que le fait d'être face à une personne issue de son groupe de référence constitue une variable cruciale lorsqu'il s'agit de décider de la validité d'une opinion concernant la réalité (Haslam, McGarty, & Turner, 1996). En définitive, comme on l'a déjà évoqué ailleurs, la valeur de l'information et celle de la source ne sont pas indépendantes, mais s'éclairent mutuellement (Turner, 1991 ; Turner, et al., 1987).

Pour vendre, il faut inspirer la confiance !

En 1988, une publicité télévisée s'ouvrait sur un plan surprenant. Alain Prost, pilote automobile français de renom et ancien champion du monde de Formule 1, se prélassait, telle une star hollywoodienne, dans un bain débordant de mousse. Le geste souple, il se lave nonchalamment. Après quelques secondes, le savon lui échappe des mains. Le message précise qu'on ne ferait pas confiance à Alain Prost pour vendre du savon. Rien d'étonnant. Par contre, Midas, la marque spécialisée en entretien automobile qui endosse le spot, peut compter sur le raisonnement spontané des spectateur·rice·s : Alain Prost n'y connaît rien en savon, mais c'est tout le contraire en automobile.

▶ Alain Prost dans une publicité pour Midas, en 1990.

L'expertise est une dimension âprement revendiquée par les sources persuasives qui tentent de changer les opinions des un·e·s et des autres (Hovland & Weiss, 1951). Tous les signes qui permettent d'en suggérer l'existence sont d'ailleurs mis à contribution. Combien de pubs montrent des blouses blanches dès qu'on aborde la question de l'hygiène dentaire, des jeunes femmes dans le milieu professionnel pour vanter les mérites des serviettes hygiéniques, des mères de famille assaillies par leur progéniture pour promouvoir une marque de poudre à lessiver, etc. Tous ces gens savent de quoi ils parlent, n'est-ce pas ? Bref, une panoplie de facteurs est mobilisée pour susciter l'idée que la source jouit d'une certaine compétence. Mais des indicateurs plus subtils comme un débit de parole fluide et un ton dynamique peuvent également entrer en ligne de compte (Smith & Shaffer, 1995).

L'expertise n'a de sens que si le discours de la source est jugé crédible. S'y connaître est un atout certain, mais donner le sentiment qu'on dit la vérité, c'est encore mieux. Dès lors, quelqu'un qui prend soin d'examiner les divers aspects contradictoires d'un problème pour pencher, in fine, d'un côté de la balance saura davantage emporter l'adhésion qu'une source qui ne promeut qu'une seule des positions. Quand l'audience croit que la source

communique en toute candeur et ignore même qu'on pourra un jour savoir quel est son point de vue, le message s'avère particulièrement efficace. L'authenticité est toujours payante. Mieux encore, rien ne vaut une source experte qui s'exprime à l'encontre de ses intérêts (Eagly, Wood, & Chaiken, 1978). Ainsi, si on apprend qu'une source patronale s'est exprimée en faveur de l'environnement, on lui prêtera un degré élevé de sincérité. Ce sera encore plus le cas si le speech pro-écologique a été prononcé devant un parterre de représentants du monde économique.

Toute la question réside dans l'analyse d'une série de facteurs qui peuvent rendre compte du contenu du message. Si Neymar ou Roger Federer font l'apologie d'une certaine marque d'équipements sportifs, est-ce parce que ces vedettes du monde sportif s'y connaissent particulièrement ou est-ce le montant du chèque qui affiche le nombre de zéros suffisant ? Si les aspects d'expertise, qu'il s'agisse de compétence ou de crédibilité, renvoient bien souvent à ce qui s'avère être des inférences attributionnelles, rappelons-nous les travaux sur la formation d'impression (voir *chapitre 2*). Comme nous l'avons vu, des éléments d'analyse rapide comme les caractéristiques du visage de la source sont également susceptibles d'intervenir pour effectuer ce type d'inférences (Oosterhof & Todorov, 2008).

Un activiste convaincant

Patrick Reynolds (© David Pflederer)

Patrick Reynolds est peu connu en Europe, mais c'est un petit-fils et héritier de l'empire Reynolds Tobacco Company, le deuxième plus grand producteur de cigarettes des États-Unis qui commercialise des marques comme Camel, Winston et bien d'autres. Son père et son frère sont décédés d'un cancer du poumon. Il est farouchement opposé à la cigarette et il n'a de cesse de militer contre le tabac. Ses interventions sont perçues comme très crédibles et sa personne jouit d'une grande aura.

Mais est-il tellement surprenant que les gens qui nous attirent, qui sont comme nous et qui partagent leur expertise sans arrière-pensées, pèsent davantage ? En réalité, tous ces indices encouragent le recours à des heuristiques de jugement qui nous dispensent globalement de rentrer dans l'examen détaillé des mérites du message. Sur ce dernier aspect aussi, des raccourcis existent. Il suffit de penser à la longueur du message. De fait, l'épaisseur du dossier est un élément, oserons-nous dire, de taille dans toute tentative de persuasion. Le fait de produire ou non des arguments en nombre peut faire pencher la balance. Imaginez que vous soyez dans une file devant une photocopieuse. Une personne vient vers vous et demande à pouvoir vous dépasser, car elle doit seulement faire 5 photocopies. Que faites-vous ? Des données montrent que près de 60 % des gens accepteraient de laisser passer celle-ci (Langer, Blank, & Chanowitz, 1978). Mais que se passerait-il si celle-ci vous expliquait en plus pourquoi elle est pressée ? Dans cette condition, le taux d'acceptation monte à 94 %. Le plus étonnant est que la raison fournie n'en était pas forcément une (« parce que je dois absolument faire des photocopies »). Le seul fait de rallonger la demande, même par des éléments « vides » de sens, permet d'augmenter le taux de succès de façon substantielle. D'autres facettes du message jouent évidemment un rôle, mais la plupart viennent moduler la qualité de ce dernier, comme sa cohérence, le fait qu'il évoque les avantages et les inconvénients de la position qui est défendue, etc. Enfin, pour rester en phase avec l'adage du « qui dit quoi à qui », on peut aussi aborder les facettes de la cible. Ces dernières sont au cœur de la section suivante.

2.2. La voie centrale et le traitement systématique

Pensez aux élections présidentielles en France, la dernière bien entendu mais tout autant celles qui l'ont précédée. Le succès d'audience rencontré par les débats télévisés organisés entre les deux tours ne se dément pas. C'est dire à quel point les gens apprécient les joutes verbales, mais comptent surtout se faire une opinion en scrutant les tirades et les réparties des candidat·e·s en présence. À y regarder de plus près, le paradoxe n'est toutefois pas mince. Si l'on soupçonne souvent que les leviers émotionnels et autres heuristiques de jugements exercent une puissance redoutable, nombreux sont ceux·elles qui s'estiment plutôt bien armé·e·s face aux

argumentaires traditionnels. Tout indique pourtant que, face à un aspect superficiel, des avis bien trempés ne seront guère affectés. À l'inverse, les conséquences de l'examen systématique d'un message peuvent s'avérer bien plus lourdes. Si l'exercice de notre sens critique paraît entièrement à notre portée, c'est parce qu'en bon·ne héritier·ère de Descartes, nous nous pensons prémuni·e·s contre ce genre de tentatives d'influence. En réalité nous sommes souvent incapables de douter et de réfuter autant que nous le croyons (Gilbert, Krull, & Malone, 1990).

Au sein de l'École de Yale évoquée précédemment, les chercheur·e·s travaillant sous la houlette de Carl Hovland sont loin de l'idée d'un examen du message au cours duquel on jaugerait avec soin les mérites des divers arguments, ce qu'on connaît aujourd'hui sous le nom de traitement systématique ou de voie centrale. La conception qui domine à cette époque est que la persuasion se produit par le seul fait que les cibles apprennent le message. Dans le droit fil des théories comportementales en vigueur à l'époque, les facteurs d'intérêts sont donc ceux qui favorisent au mieux l'apprentissage, raison pour laquelle les travaux se pencheront sur une panoplie de variables liées à la source, au message, à la cible ou au canal de communication. Ces efforts donneront parfois le sentiment d'une complexité ingérable, un peu à la façon de certains livres de cuisine qui donnent à penser que la seule façon de procéder, c'est de refaire exactement ce qui est écrit dans l'ouvrage sans qu'on puisse espérer un jour comprendre les grands principes sous-jacents. Au fil des recherches, on va toutefois peu à peu mieux cerner les processus cognitifs en jeu dans le changement d'attitude, à commencer par l'attention et la compréhension.

Sans attention préalable, comment pourrait-on modifier ensuite son opinion dans un sens ou dans l'autre ? Pourtant, vu la myriade d'informations qui nous assaillent continuellement, rien n'est jamais acquis. Les publicitaires déploient d'ailleurs des trésors d'imagination pour faire en sorte que leur message ne passe pas inaperçu. Il faut se distinguer. En jouant tant sur le son que sur l'image, les annonceurs télévisés sont passés maîtres dans l'art de susciter l'intérêt. Ce qui compte, c'est de sortir du lot. À cet égard, il n'est pas certain que la meilleure stratégie consiste à placer des spots publicitaires dans des programmes qui sont eux-mêmes très captivants sur le plan attentionnel. On constate d'ailleurs que la violence et le sexe dans

les émissions diminuent les capacités attentionnelles accordées aux spots publicitaires (Bushman, 2005). Avec le développement d'Internet, et des smartphones, les stimulations de l'attention sont tellement nombreuses — et lucratives (chaque clic, ou seconde passée sur un site web apportant souvent quelques centimes de dollars à quelqu'un), qu'il y a un véritable « marché de l'attention ». La durée d'attention moyenne sur Internet chez les « millenials », né·e·s avec des écrans connectés, serait de 9 secondes (Pattino, 2019). Pour la capter, il est donc nécessaire d'offrir des stimulations et des messages particulièrement puissants !

Mais l'attention ne suffit pas : il faut bien entendu comprendre ce qu'on veut me dire ainsi, bien des messages persuasifs n'atteignent guère leur objectif de changement tout bonnement parce qu'ils passent au-dessus de la tête des gens (Eagly, 1974). Certaines données révèlent ainsi que près de 40 % de l'information contenue dans des spots télévisés de 30 secondes n'était pas bien cernée par le public (Jacoby, Hoyer, & Sheluga, 1980). Les publicitaires peuvent d'ailleurs exploiter ce phénomène à leur avantage. Ainsi, les entreprises pharmaceutiques sont légalement tenues d'informer les consommateurs des aspects potentiellement problématiques et des effets secondaires associés à leur médicament. Tout indique qu'elles prennent un soin particulier à s'assurer de la bonne compréhension des avantages de leur produit, mais se donnent aussi beaucoup moins de mal pour en détailler les inconvénients. Cerner les informations sur les bénéfices du médicament requiert des compétences propres à un·e jeune de 12 ans, mais apprécier les effets secondaires nécessite des capacités de compréhension propres à quelqu'un de 15 ans (Pickert, 2008). Plus un message est complexe, plus on risque de passer à côté des informations cruciales (Hafer, Reynolds, & Obertynski, 1996).

Attention et compréhension ne constituent somme toute qu'un préalable. Les cibles des messages doivent aussi accepter ce qui est avancé dans le message. Le modèle de McGuire (1968, 1972) distingue réception (attention et compréhension) d'une part et acceptation de l'autre. Les deux aspects sont indispensables et se combinent pour donner lieu au changement d'attitude. Cette conception qualifiée de « stochastique » permet de mieux cerner l'issue parfois surprenante de certaines tentatives de changement lorsque, par exemple, un message ne produit pas l'effet

escompté. C’est soit parce que ce dernier est trop compliqué pour ses destinataires soit que ceux·elles-ci sont suffisamment outillé·e·s sur le plan intellectuel pour en saisir les tenants et aboutissants, mais ont des connaissances telles que cela rend toute démarche de persuasion ardue. Mais si l’acceptation est importante, c’est bien parce que les cibles d’un message ne restent pas passives face à l’information présentée. Ce qui distingue l’examen superficiel d’un message tel qu’examiné dans la section précédente et une analyse plus scrupuleuse, c’est le fait que les cibles scrutent les informations, les complètent, les contredisent le cas échéant, à l’aide de leurs propres connaissances. Il s’agit de transcender l’idée d’un apprentissage du message, idée promue par l’École de Yale.

Quand on vous tend un prospectus vous invitant à faire un don financier pour Médecins sans Frontières ou Greenpeace, ce qui est au cœur du phénomène de persuasion, c’est le travail cognitif que vous consentirez face aux propositions. Vous adopterez le point de vue d’une source persuasive ou, au contraire, vous le rejetterez selon que votre examen des arguments vous conduit à considérer ces derniers comme convaincants. Les véritables racines de cette analyse se situent dans des études montrant que la distraction pouvait, dans certains cas, engendrer des conséquences souhaitables. Dès 1964, Festinger et Maccoby avaient réalisé une étude dans laquelle ils soumettaient leurs participant·e·s à différents niveaux de distraction alors qu’on leur présentait un message. Concrètement, il s’agissait de visionner un film de facture assez classique dans lequel l’orateur déroule ses arguments ou un film dont le contenu est aussi coloré qu’original pendant que le même discours occupe la bande-son. Apportant un démenti flagrant aux prédictions basées sur la notion d’apprentissage, les participant·e·s distrait·e·s se révèlent davantage convaincu·e·s. C’est l’approche de la réponse cognitive, inaugurée par Greenwald (1968), qui permettra de résoudre l’énigme. Cet auteur consacrera le rôle actif de la cible dans la situation de communication persuasive.

On le comprend aisément, le but de la source, c’est de minimiser l’émergence de contre-arguments et de favoriser en lieu et place l’adoption des arguments du message voire d’en susciter d’autres allant dans le même sens. L’innovation décisive proposée par Greenwald consistera à ne pas se contenter de la seule mesure de mémoire des arguments du message, mais

de demander aux participant·e·s d'évoquer leur réponse cognitive personnelle, à savoir la liste de tous les arguments auxquels eux·elles ont songé. Dans une expérience qui met à l'épreuve cette hypothèse (Osterhouse et Brock, 1970), les participant·e·s ont été confronté·e·s à une communication contre-attitudinale soit sans autre élément distracteur soit en se voyant assigner la tâche de lire les numéros affichés sur un panneau lumineux au rythme de 12 par minute dans une condition ou de 24 dans l'autre. Comme prévu (voir figure 8.6), la distraction permet de contrer l'émergence de contre-arguments et, par là même, augmente la persuasion de la source et l'impact du message.

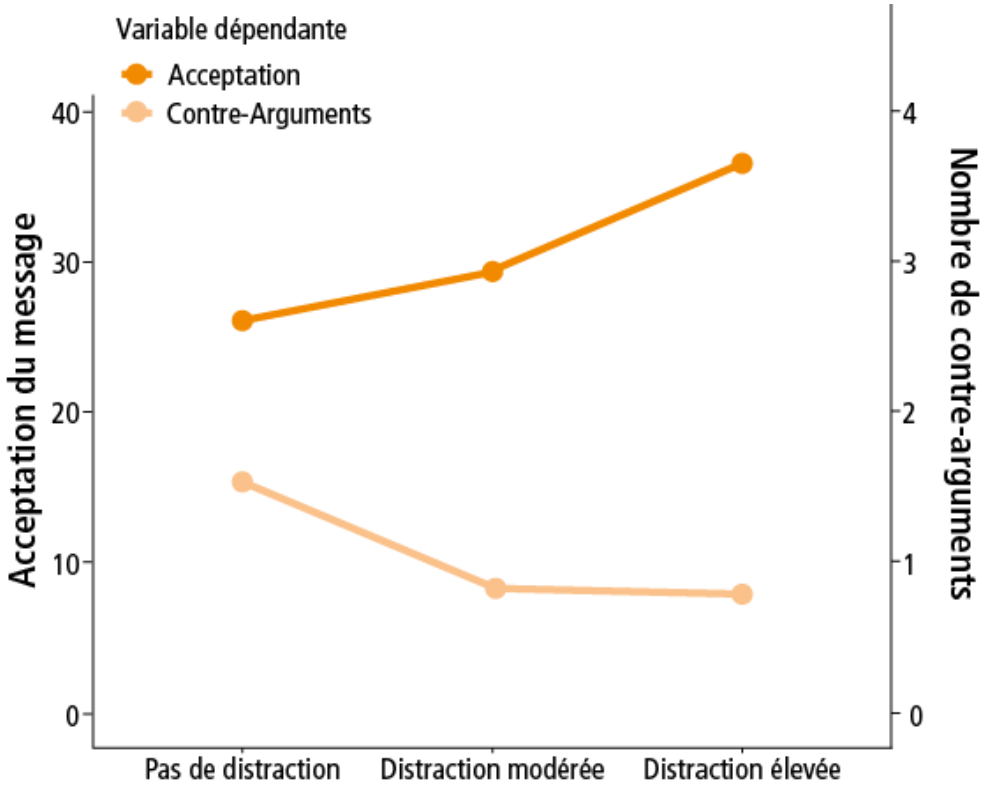


Figure 8.6. Acceptation du message et nombre de contre-arguments en fonction de la distraction (d'après Osterhouse & Brock, 1970).

Pour autant, l'examen attentif des arguments n'est pas forcément synonyme d'absence de changement d'attitude. Dans les études évoquées à l'instant, les messages étaient adressés à un public plutôt récalcitrant pour qui contrer le raisonnement proposé est en principe chose aisée. Au fond, c'est comme si on adressait un message de qualité relativement médiocre. Dans ces cas de figure, une distraction se traduit par une plus grande persuasion. Mais les

choses changent du tout au tout si la majorité des arguments du message sont solides à tel point qu'ils suscitent une forte adhésion de la part de la cible et réduisent les contre-arguments au minimum. Dans ces cas, il vaudra mieux éviter de distraire les gens pour s'assurer le meilleur impact possible (Petty, Wells, & Brock, 1976).

2.3. Quand opte-t-on pour l'une ou l'autre forme de traitement ?

Il est difficile d'imaginer que nous exercions constamment notre esprit critique face à la succession incessante de messages auxquels ils doivent faire face au quotidien. S'il ne fait aucun doute que nous sommes susceptibles de décortiquer le contenu de la communication qui nous est adressée, il arrive bien souvent que des éléments bien moins liés à la substance du message fassent basculer les choses. Tantôt le Système 1, renvoyant aux facteurs plus superficiels, tantôt le Système 2, correspondant au traitement plus systématique, l'emporte selon les circonstances. Mais quelles sont-elles ?

Modèle dela probabilité d'élaboration de Petty & Cacioppo (1986)

Tant Petty et Cacioppo (1986 ; Petty & Briñol, 2012), dans leur modèle de la probabilité d'élaboration, que Chaiken (1987), dans son modèle du traitement systématique versus heuristique, ambitionnent de présenter un panorama de l'ensemble des situations. La logique sous-jacente tient en peu de mots : la façon dont les cibles traitent un message dépend tant de leur motivation que de leur capacité cognitive. La motivation est importante quand le message concerne des aspects qui renvoient aux préoccupations et aux objectifs poursuivis par les cibles. La capacité cognitive est de mise lorsque les cibles sont en mesure d'examiner dans les meilleures conditions les arguments et peuvent notamment le faire sans être distraites.

La motivation à traiter un message prend des formes multiples. Un facteur important à cet égard est le degré d'implication personnelle des cibles. Au niveau le plus élémentaire, si vous êtes interpellé·e à titre individuel, notamment lorsque la formulation du message recourt à des procédés

rhétoriques ou quand la responsabilité de l'examen du message vous incombe, car vous pensez être peu nombreux·ses voire seul·e à évaluer le message, la motivation à creuser les arguments sera davantage présente (Petty, Harkins, & Williams, 1980). Des différences individuelles jouent également un rôle. Cacioppo et Petty (1982) ont élaboré une échelle permettant de jauger ce que ces auteurs appellent le « besoin de cognition ». Des données révèlent que les personnes qui manifestent un penchant pour les tâches intellectuelles s'attardent plus volontiers sur les arguments du message et changent leur attitude au regard des mérites de ces derniers. Au contraire, celles qui n'ont pas ce tempérament se montrent plus réticentes à se livrer à un examen intellectuel face aux tentatives de persuasion (Petty et al., 2009).

On l'a dit précédemment, les attitudes servent diverses fonctions, tantôt instrumentales et utilitaires, tantôt socio-identitaires. Il y a donc fort à parier que les mêmes attitudes ne servent pas les mêmes fonctions chez tout le monde (Abelson & Prentice, 1989). Selon que le message fait écho aux préoccupations des un·e·s et des autres, il engendrera des niveaux de motivation très différents. Par exemple, des attitudes à l'égard d'une voiture peuvent rencontrer une fonction utilitaire chez certaines personnes, alors qu'une préoccupation de reconnaissance sociale prendra le dessus chez d'autres. Faire écho à la fonction qui prédomine dans le chef du·de la destinataire du message jouera un rôle certain dans l'impact qu'auront *in fine* les arguments avancés (Snyder & DeBono, 1985). Lavine et Snyder (1996) ont ainsi voulu voir comment des citoyen·ne·s pouvaient réagir face à des invitations à voter aux prochaines élections en prenant en compte une caractéristique individuelle connue sous le nom d'auto-surveillance (Snyder, 1974, voir aussi ***chapitre 4***).Pour rappel, certaines personnes présentent un niveau faible d'auto-surveillance en ce sens qu'elles sont surtout soucieuses de manifester au monde ce qu'elles sont vraiment. À l'opposé, d'autres personnes ont un niveau d'auto-surveillance élevé et se montrent attentives aux évaluations des individus qui les entourent. Selon les conditions, les messages en faveur du vote mettaient en exergue les bienfaits que le fait de voter aurait pour la réputation de l'électeur·rice (apparaissant alors comme un·e citoyen·ne responsable) et son statut social, ou, au contraire, à l'opportunité offerte de pouvoir poser un acte conforme à

ses valeurs ou ses convictions. Comme prévu, les messages se sont révélés plus efficaces lorsque les personnes au niveau d'auto-surveillance élevé recevaient le message mettant en exergue les aspects d'image tandis que les personnes au niveau d'auto-surveillance bas réagissaient plus favorablement au message qui pointait l'expression de soi. Mieux encore, cela se traduit par une demande accrue pour des informations au sujet des candidat·e·s en présence et par une plus grande propension à voter.

Un proverbe chinois dit : « Dis-moi et j'oublierai, montre-moi et je me souviendrai, implique-moi et je comprendrai ». Rien de tel à cet égard que de s'arranger pour que les conséquences évoquées dans le message nous affectent directement. Prenez un discours dans lequel le premier ministre annonce des coupes drastiques dans le budget de l'État. Si vous étudiez à l'université et que les projets ministériels concernent des réductions heurtant de plein fouet l'enseignement supérieur lors de la prochaine rentrée, vous risquez de prêter une oreille très attentive et de décortiquer point par point la communication. Ce sera nettement moins le cas si vous apprenez que les pensions et retraites sont la première cible des économies envisagées.

Dans une illustration classique de l'impact des enjeux personnels, Petty et ses collègues (1981) informent des groupes de participant·e·s que leurs autorités universitaires caressent l'idée de mettre en place un examen général en fin de parcours universitaire. À cet effet, elles ont collecté diverses propositions sur la question et souhaitent maintenant connaître les réactions de leur communauté universitaire. L'étude vise à recueillir la réaction des étudiant·e·s à l'une de ces propositions. Dans la moitié des cas, le texte présenté était de très bonne qualité et s'appuyait sur un argumentaire solide. Dans l'autre moitié, la validité et la force des arguments laissaient à désirer. Tandis que certains groupes sont informés que le discours émane d'une source faisant autorité — un professeur en sciences de l'éducation de l'Université Princeton — d'autres apprennent qu'on doit le texte à une source non experte — un lycéen intéressé par les questions d'enseignement. La manipulation la plus importante portait sur l'implication personnelle. Pour certains groupes, la prise d'effet de la mesure est fixée à la rentrée universitaire suivante. Pour d'autres, on évoque une entrée en vigueur dans dix ans, soit bien après que les participant·e·s à

l’étude auront obtenu leur diplôme. On imagine aisément ce qu’étaient les hypothèses des chercheurs. Dans le cas d’un impact lointain, les réactions devraient s’appuyer avant tout sur des éléments superficiels, ici l’expertise affichée de la source, en négligeant la qualité des arguments. Comme le montre la figure 8.7, une tout autre réaction prévaut lorsque les destinataires du message se sentent impliqué·e·s par l’introduction imminente de la mesure. Ce sont alors bien les arguments du message qui orientent leurs réactions avec un glissement en faveur de la proposition correctement étayée et un rejet du message bancal, au mépris de l’expertise de la source.

a)

b)

Figure 8.7. Changement d’attitude en fonction de l’implication de l’audience et de la force des argument (a) et de l’expertise de la source (b) (Petty et al., 1981)

Mais la motivation n’est pas la seule condition à réunir pour favoriser un traitement central du message. Les capacités cognitives doivent également être au rendez-vous et une foule de facteurs ont été examinés à cet égard. Si l’on s’en souvient, l’approche de la réponse cognitive révélait déjà que la distraction empêche l’examen attentif du contenu de la communication. Cette technique de poudre aux yeux est d’ailleurs abondamment exploitée dans la sphère politique ou dans le monde publicitaire pour masquer les faiblesses de la ligne argumentative. En revanche, si le message recèle des arguments de choix, il s’agit d’éviter que l’attention des cibles ne soit captée par autre chose. La répétition du message, un débit de parole raisonnable, la mise à disposition d’un support écrit, une bonne connaissance préalable du sujet sont autant de facteurs qui facilitent l’étude minutieuse des arguments. À l’opposé, les contraintes de temps, une certaine excitation physiologique, une intoxication par l’alcool, la complexité du message, mais aussi les limites intellectuelles des cibles rendent plus ardu l’examen scrupuleux d’un contenu. À chaque fois, le pattern est le même : le fait de disposer des moyens de scruter le fondement d’une thèse permettra de diminuer l’influence des mauvais arguments et d’amplifier l’impact des bons.

Une étude de Cacioppo (1979) offre une illustration inattendue du rôle des aptitudes intellectuelles dans le traitement des messages persuasifs. Il s'agissait de voir comment le flux sanguin plus ou moins important irriguant le cerveau est susceptible de moduler la production de contre-arguments. Deux messages contra-attitudinaux étaient présentés à des gens qui avaient pour particularité d'avoir un pacemaker. Pour l'un des deux messages, le chercheur s'est arrangé pour que les participant·e·s doivent porter un tablier muni d'un aimant à hauteur du cœur, ce qui fait passer le rythme cardiaque de 72 à 88 battements par minute. Comme prévu, cette dernière condition permet d'augmenter la quantité de sang dans le cerveau et, du même coup, améliore la résistance au message.

2.4. Le rôle des émotions dans le traitement du message

Si, comme on l'a vu, l'émotion et, plus généralement, l'humeur peuvent colorer certains objets attitudinaux, on ne s'étonnera pas non plus que le vécu émotionnel exerce un rôle sur la manière dont le message sera traité, de manière superficielle ou plus scrupuleusement via leur impact sur la motivation et la capacité. On peut distinguer deux types de situations à cet égard. Dans la première, ce sont des aspects émotionnels extérieurs au message qui sont susceptibles d'orienter la réaction face à ce dernier. De fait, dans une étude de Sinclair et collègues (1991), des personnes contactées pour un sondage sur l'utilité d'un examen général en fin de parcours universitaire exprimaient davantage leur accord avec l'enquêteur par un jour ensoleillé que par mauvais temps. Il importait d'ailleurs peu que les arguments du message soient bons ou mauvais, ce qui suggère au passage que le traitement était globalement de nature périphérique. En somme, si la motivation ou les capacités font défaut, les émotions qu'on peut qualifier d'incidentes sont susceptibles de donner le ton.

Une tout autre situation se présente lorsque c'est le message en tant que tel qui déclenche un état émotionnel. On retrouve ce cas de figure notamment dans de nombreux messages dits d'intérêt public, avec un recours fréquent à la peur, mais la publicité commerciale n'est pas en reste, bien que l'humour soit alors davantage à l'honneur. À y regarder de plus près, un très grand nombre de communications persuasives tentent de moduler les réactions émotionnelles des cibles.

▶ Illustrations d’un paquet de cigarettes avec les avertissements et les photos effrayantes ainsi qu’une image de sécurité routière.

Au bout du compte, faut-il considérer l’humeur positive ou, au contraire, l’humeur négative comme une alliée dans la tentative de persuasion ? La réponse est complexe, car les réactions émotionnelles, qu’elles trouvent leur origine en dehors ou au sein même du message, ont des retombées tant sur la motivation que sur les capacités cognitives des cibles. Au niveau de la motivation, l’émotion joue un peu le rôle du canari au fond de la mine dont les réactions permettaient de savoir si le coup de grisou menaçait (Schwarz, Bless, & Bohner, 1991). Les émotions positives comme la joie ou la bonne humeur, sont de nature à faciliter une approche superficielle des messages. Au contraire, des émotions négatives comme la peur, la tristesse ou la colère signaleraient l’existence d’un problème et inciteraient alors à un passage au crible du message. Un autre aspect qui semble jouer un rôle motivationnel est l’expérience subjective de certitude ou d’incertitude qui colore l’émotion (Tiedens & Linton, 2001). Si vous êtes en mode « assuré », vous penserez que tout va bien et qu’il ne convient pas de prendre des dispositions d’urgence. Le contraire se produit lorsque l’incertitude domine. On l’imagine bien, la peur ou la surprise sont des émotions associées à l’incertitude alors que la joie ou la colère donne lieu à de la certitude. Plus l’incertitude prévaut, plus le message sera examiné de façon minutieuse

Au niveau des capacités, les émotions engendrent une activation physiologique qui peut contribuer utilement à la prise en compte méticuleuse des divers arguments contenus dans un message persuasif. Mais la relation entre l’activation physiologique et les capacités cognitives n’est pas linéaire. Au-delà d’un certain seuil, il devient plus difficile de se pencher avec circonspection sur les atouts et les inconvénients associés au point de vue défendu dans la communication. Tout l’art consiste donc à faire face à ces éléments pour naviguer le mieux possible. Dans le cas des messages qui ambitionnent la mise en place de comportements plus adaptés, comme le fait d’arrêter de fumer, d’utiliser le préservatif avec un·e partenaire occasionnel·le, de ne pas boire avant de prendre le volant ou de faire vacciner ses enfants, la peur est vraiment l’émotion de prédilection. Pourvu que l’on veille à bien renseigner les cibles sur les démarches

concrètes qui permettront d'éviter les catastrophes annoncées (Leventhal, Singer, & Jones, 1965), il faut que le niveau de peur reste modéré. À défaut, les cibles se détourneront des messages ou, si elles les abordent, elles seront trop secouées pour que les arguments puissent exercer tout l'impact souhaité (Jepson & Chaiken, 1990).

3. Faire face aux tentatives d'influence et aux fausses informations

À l'exception du domaine de l'éducation, la persuasion a plutôt mauvaise presse. On l'assimile souvent à de la propagande, de la manipulation, du lavage de cerveau. La place croissante qu'ont prise les médias dans nos vies quotidiennes ne manque pas d'interpeller. On est en droit de se demander si les sommes extraordinaires qu'on injecte dans la publicité sont justifiées. Dès lors, la question qui brûle les lèvres de tout un chacun est de savoir comment nous nous y prenons pour résister aux tentatives d'influence. Comment se prémunir de contenus qu'on ne souhaite pas voir s'infiltrer dans notre cerveau. De quelle manière peut-on combattre des croyances que d'aucuns tenteraient de nous faire adopter ? Cette question de la résistance à la persuasion a bien entendu passionné les chercheur·e·s. Le succès mondial et l'engouement pour les médias sociaux constituent un défi supplémentaire et ont mis à l'ordre du jour, plus que jamais, la délicate question de ce qu'on appelle les « fake news », les fausses informations. Comment ces dernières sont-elles disséminées et comment peut-on corriger des informations erronées auxquelles nous sommes confronté·e·s ?

3.1. Les médias et la persuasion

Nous vivons dans un monde saturé de médias. Les enquêtes révèlent d'ailleurs que chacun d'entre nous passe une partie très conséquente de sa journée face à des médias sociaux regorgeant de publicités ou à l'écoute de programmes musicaux plus ou moins sponsorisés. Comme dit l'adage, si c'est gratuit, c'est que vous êtes le produit. Il est donc permis de penser que cette communication tous azimuts affecte une myriade de nos décisions que

ce soit dans le domaine commercial, mais aussi dans la sphère politique. Mais est-ce que les médias ont vraiment autant d'influence qu'on le pense généralement ? À vrai dire, et nous en sommes tou·te·s convaincu·e·s, les autres sont bien plus crédules que nous. Dans une étude illustrant cet effet de troisième personne, Innes et Zeitz (1988) ont demandé à leurs participants·e·s d'estimer l'impact de trois messages que l'on trouve communément dans les médias sur eux·elles et sur les autres participants·e·s. Le verdict est sans appel : tout le monde croit être bien moins susceptible de se laisser influencer qu'autrui ! Ce résultat laisse entendre qu'on sous-estime sans doute sa vulnérabilité.

Mais quel est véritablement l'impact des médias sur nos attitudes ? Répondre à cette question n'est vraiment pas simple. À certains égards, leurs effets sont incontestables. C'est le cas par exemple de la manière dont les spectacles et les jeux vidéo violents sont en mesure de rendre les gens plus agressifs (voir le ***chapitre 11***). Sur d'autres plans, les effets sont parfois plus limités qu'on pourrait le penser. Ainsi, les budgets publicitaires sont assez peu corrélés avec les parts de marché et, même s'il existe un impact, ce dernier est en général de courte durée, de moins d'un an. Mais l'ambition de la publicité pour un produit de grande distribution n'est pas nécessairement d'affecter de façon immédiate le comportement d'achat : il s'agit d'installer une forme de loyauté par rapport au produit sur le long terme. Le fait que les consommateur·rice·s demeurent bien conscient·e·s de la marque et lui associent des sentiments positifs est l'objectif fondamental, ce qui peut ensuite affecter le chiffre d'affaires (McGuire, 1986). Mais qu'en est-il des tracts électoraux et autres spots télévisés au moment des élections ? Et quid des annonces d'utilité publique et autres campagnes de prévention ? Dans l'un et l'autre cas, les données disponibles ne sont guère encourageantes.

Il semble donc que l'on accorde beaucoup de crédit, dans tous les sens du terme, à ces outils de communication de masse pour des dividendes assez modestes. Une des explications réside dans le fait que le comportement visé est très précis et que de nombreux autres facteurs qui n'ont que peu de lien avec les messages diffusés viennent eux aussi exercer une influence sur la conduite. En particulier, s'il existe des connaissances préalables et des positionnements clairs par rapport à des stimuli, il est assez compliqué

d’ébranler tout cet édifice de fond en comble comme on le verra encore dans la section suivante. Cela étant, les formes de communication classiques comme la télévision, la radio ou la presse traditionnelle ont cette particularité qu’elles s’adressent à quasiment tout le monde, sans introduire de distinction entre les cibles. C’est pourquoi le rapport coût/bénéfice est peu avantageux, même si la course à l’élection contraint l’ensemble des prétendant·e·s à prendre part à la course. C’est d’ailleurs tout l’enjeu des meetings des candidat·e·s que de pouvoir adapter un peu mieux leur message au public particulier rencontré, quitte à laisser poindre certaines incohérences entre les discours d’une assemblée à l’autre.

Si ce constat décevant peut surprendre certain·e·s, deux aspects semblent avoir changé la donne ces dernières années. D’une part, les techniques de traitement de données sur les consommateur·rice·s et les citoyen·ne·s, dont certaines parfois très sensibles, sont collectées via les réseaux sociaux et autres applications sur Internet, ont rendu l’analyse des caractéristiques des cibles nettement plus sophistiquée que par le passé et permettent donc de mieux aiguiller les messages afin de maximiser leur impact. L’idée est de ne pas envoyer un message à quelqu’un qui pense de manière diamétralement opposée, mais de rentabiliser les financements de propagande en s’adressant à celles et ceux que l’on pense susceptibles de bouger dans le sens espéré. C’est la raison pour laquelle les coûts ont radicalement baissé et l’efficience est sans doute davantage au rendez-vous. D’autre part, les réseaux sociaux permettent de compter sur le concours des utilisateur·rice·s, et donc de probables électeur·rice·s, touché·e·s en première instance en tablant sur leurs propres cercles privés de relations. On l’a vu, la proximité et la similitude sont des adjuvants précieux en matière de persuasion, surtout pour des messages dont on ne souhaite pas qu’ils soient décortiqués. Les études manquent encore pour étayer l’ampleur des bouleversements amenés par ces outils récents et ces nouveaux moyens de communication, mais les inquiétudes sur la prolifération des sites factices et autres « bots » ainsi que les approximations souvent commises par les instituts de sondage lors de récentes élections laissent à penser que l’impact pourrait se révéler de taille.

Au-delà d’une influence très spécifique sur le fait de réaliser certains actes, les médias, qu’ils soient traditionnels ou plus récents, ont en revanche la

capacité de moduler la conception de la réalité. En d'autres termes, ils façonnent ce que l'on croit être important ou vrai. Ainsi, une expérience a permis de confronter des participant·e·s à un journal télévisé dans lequel étaient présentés soit six reportages sur la dépendance des États-Unis par rapport à l'étranger en matière d'énergie, soit trois, soit aucun. Dans cette dernière condition, 24 % des spectateur·rice·s citaient l'énergie comme un des trois problèmes les plus importants auxquels devait faire face le pays. Ce pourcentage montait à 50 % dans la condition où trois reportages avaient été présentés et même à 65 % lorsque le journal télévisé incluait six reportages (Iyengar & Kinder, 1987). Si l'on examine la façon dont les médias ont parlé de la « crise migratoire » de 2015 et des années suivantes ainsi que les images diffusées jour après jour sur les tentatives de nombreuses personnes venant du Moyen Orient ou d'Afrique de rejoindre le continent européen, de tels résultats suggèrent que l'impact en matière de coloration du réel et de fixation de l'agenda politique est loin d'être anodin (voir encadré).

Psycho sociale en questions

Les médias influent-ils sur notre vision du réel ?

De 2015 à 2018, un nombre important de migrant·e·s se sont présenté·e·s aux portes de l'Europe. La plupart étaient des personnes fuyant des zones de conflits, mais un pourcentage non négligeable concerne aussi des gens qui fuient des conditions de vie tout simplement abominables ou n'offrant aucune perspective à long terme. Le moins que l'on puisse dire est que cette question a mobilisé les responsables politiques en Europe autant que la population avec des retombées indiscutables dans toute une série de rendez-vous électoraux.

Le corps du petit Eylan a été retrouvé sans vie sur une plage turque le 2 septembre 2015 après un naufrage qui a coûté la vie à 12 réfugié·e·s syrien·ne·s. La photo a fait le tour du monde, devenant un symbole des risques pris par les

personnes tentant de rejoindre l'Europe et, par extension, de la « crise migratoire »

Rappelez-vous cette expérience menée au Canada par Esses et ses collègues (Esses, Medianu, & Lawson, 2013). Des participant·e·s devaient lire un article de fond auquel, de manière incidente, était accolé un dessin montrant des réfugié·e·s avec des valises. Des noms de maladies infectieuses graves (SIDA, SARS) étaient écrits sur celles-ci pour une seule moitié des participant·e·s. Cette seule différence dans l'information fournie suffisait pour considérer bien davantage ces réfugié·e·s comme des vecteurs de maladies, pour les déshumaniser, et, ainsi, ressentir du dégoût et les dénigrer, au point de manifester des attitudes moins favorables et de recommander des mesures plus sévères à leur encontre (Mazzochetti & Yzerbyt, 2019).

Dans la mesure où les médias ne donnent pas nécessairement une représentation fidèle de la réalité — on trouve par exemple bien plus d'hommes que de femmes dans les programmes télévisés et les minorités sont sous-représentées – cela devrait influencer la manière dont les gens se représentent le monde. En 2015, des relevés précis du Global Media Monitoring Project montrent que, tous médias confondus, les femmes ne représentent que 24 % des personnes médiatisées, à même proportion que ce qui se passe dans le reste du monde. De manière intéressante, le baromètre diversité 2017 du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel belge pointe des chiffres de 43 % pour les journalistes, mais de seulement 21 % pour les personnes assumant un rôle d'expertise.

Dans le même ordre d'idées, les gens assidus de feuilletons télévisés voient un nombre de meurtres très nettement plus élevé que ce qui se passe en réalité et cela affecte leur interprétation des risques de mort violente dans le monde réel (Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli, 1986). Des données révèlent que les spectateur·rice·s qui passent plus de 5 heures par jour devant leur poste de télévision ont des attitudes plus racistes, exagèrent le

nombre de médecins et d'avocats dans la population, considèrent que les femmes ont des aptitudes plus limitées que celles des hommes, etc.

En matière de troubles de l'alimentation, comme l'anorexie, faces auxquels les femmes, jeunes en particulier, semblent très vulnérables, la question se pose quant à l'impact des images féminines dans les magazines, dans les programmes télévisés et dans les films. On y voit souvent des personnes bien plus minces que ce qu'on rencontre dans la vie de tous les jours. Des chercheur·e·s ont non seulement recueilli des données expérimentales examinant l'effet de l'exposition à des images de corps féminins très minces, mais aussi des données corrélationnelles vérifiant si de grandes consommatrices de médias présentaient des problèmes d'image corporelle (Grabe, Ward, & Hyde, 2008). Les résultats sont sans appel et confirment l'insatisfaction ressentie face à de tels modèles et la propension à manifester des problèmes alimentaires. À cet égard, des travaux menés auprès des adolescentes des îles Fidji (Becker, 2004) montrent que l'exposition aux idéaux de beauté occidentaux (beaucoup plus minces) à travers la propagation de la télévision s'est accompagnée d'une augmentation considérable des troubles du comportement alimentaire (anorexie, etc.). Cela étant, dans le contexte occidental, montrer des corps « normaux », avec leur dose de graisse et de cellulite, n'est pas nécessairement suffisant pour augmenter l'estime de soi corporelle des femmes : dans une étude de Swami et Smith (2012), l'effet d'une telle exposition était inverse. Des femmes se sentaient *moins bien* après avoir vu ce type d'image, sans doute parce qu'elles leur faisaient prendre conscience des efforts à consacrer pour atteindre l'idéal de beauté omniprésent et généralement inaccessible. En lien avec la question de la représentation des femmes et dans le droit fil de la menace du stéréotype évoquée au ***chapitre 4***, des participantes exposées à des publicités stéréotypées réussissent moins bien des problèmes de mathématiques, mais mieux des problèmes verbaux que si les publicités étaient neutres. Il en va de même pour les préférences exprimées à propos de filières d'études scientifiques ou littéraires. Aucun effet de ce genre n'émerge pour des sujets masculins (Davies, Spencer, Quinn, & Gerhardstein, 2002).

On le voit, les médias orientent la manière dont le public appréhende le réel et, par là même, envisage son parcours de vie. Fort heureusement, une prise

de conscience s'installe peu à peu à propos de leurs effets délétères et il faut saluer les efforts croissants pour tenter de renverser la vapeur. Dans le monde de la publicité, par exemple, montrer des corps aussi diversifiés que ce qu'on rencontre en réalité devient chose possible. Si ce n'est pas la panacée, cette évolution sauvera sans aucun doute des personnes de la tentation mortifère de s'imposer une maigreur extrême. Plus largement, mieux respecter la diversité sexuelle, ethnique, religieuse, culturelle de la société dans laquelle nous vivons, outre qu'il s'agit d'un enjeu économique majeur si les médias veulent continuer à rencontrer de nouveaux publics, apparait aussi et avant tout comme un impératif moral et social.

3.2. La résistance à la persuasion

Les attitudes servent des fonctions importantes, on l'a vu. Par conséquent, rien de plus normal que nous nous protégions d'influences qui n'iraient pas dans notre sens. En cette matière, nous disposons de plusieurs lignes de défense. Une première façon de se protéger consiste tout simplement à ne pas se confronter à de l'information qui contrevient à nos convictions préalables. On parle d'évitement sélectif. Sur Internet, nous allons rarement chercher des informations qui viendraient nous contredire de manière explicite. Certaines personnes s'arrangent par exemple pour faire défiler rapidement les interludes publicitaires au moment de regarder leurs enregistrements de programmes télévisés. Plus radicalement, il est possible de payer des abonnements sur les sites de streaming musical afin d'échapper aux spots intempestifs. Ces stratégies d'évitement bien connues font écho à une autre tendance intéressante à savoir que nous préférons nous confronter à de l'information qui va dans le sens de nos positions personnelles, ce qu'on appelle l'exposition sélective. Ensemble, ces processus sont un premier facteur de poids qui fait que nos attitudes ont une stabilité et une solidité non négligeables (Eagly & Chaiken, 1998).

On se doute aussi que les gens n'évaluent pas de manière équivalente les informations auxquelles ils sont confrontés selon que ces dernières vont dans le sens de leurs opinions ou les remettent en question. Les gens qui maitrisent bien leur sujet seront forcément mieux armés pour contester les propositions avancées par la source. Fortes de leurs connaissances, de leurs émotions et de leurs conduites antérieures, ces personnes pourront examiner

le message de façon plus scrupuleuse et garder leur point de vue largement intact. Dans une étude portant sur la thématique de l'écologie, Wood (1982) a scindé son groupe de participant·e·s en deux en fonction de leur connaissance des questions environnementales. Elle a ensuite exposé tout le monde à un message opposé à l'écologie. Le groupe le plus informé s'est montré à peine sensible au message et a produit une grande quantité de contre-arguments de toute évidence puisés dans ses connaissances à propos de la thématique. Tout le contraire se passe pour le groupe moins informé qui se montre bien plus convaincu par les arguments.

Le scepticisme ne se nourrit pas que de connaissances avérées, mais s'enracine aussi dans les aspects motivationnels. Dans une expérience illustrative de ce phénomène, Kunda (1990) avait demandé à des étudiants et des étudiantes de lire un article prétendument issu du *New York Times* sur l'impact de la caféine sur l'augmentation du risque d'une pathologie typiquement féminine, la maladie fibrokystique du sein. Pour les étudiants faibles ou gros consommateurs de caféine, la crédibilité de l'étude apparaissait équivalente. Le même crédit est accordé aux résultats par les étudiantes faibles consommatrices de caféine. En revanche, les étudiantes qui consommaient beaucoup de caféine (du café, des cappuccinos, mais aussi des sodas à la caféine) considéraient l'étude bien moins crédible. Dans une recherche du même type (Ditto & Lopez, 1992), des étudiant·e·s étaient soumis·es à un test qui diagnostiquait une maladie fictive appelée « déficience TAA » supposément liée à des troubles pancréatiques à un âge avancé. Il s'agissait de mettre de la salive sur une languette de papier jaune et de voir si cette dernière changeait de couleur dans les 20 secondes. Dans une condition, celle de non-déficience, les instructions précisaient qu'une modification de la couleur signifiait l'existence d'une déficience. Dans une autre condition, celle de déficience, la persistance du jaune était la signature de la déficience. Dans les faits, la languette reste jaune tout au long de l'expérience. En toute logique, l'incrédulité devrait sévir dans cette dernière condition dans la mesure où la teinte de la languette constitue une mauvaise nouvelle. Et de fait, ces étudiant·e·s prenaient quasiment 30 secondes de plus pour considérer que le test était terminé (à leurs yeux la couleur tardait sans doute à changer) et étaient presque trois fois plus nombreux (52 %

contre 14 %) à prendre une nouvelle languette pour refaire le test en espérant un autre verdict.

D'un côté, on perçoit ce qui s'écarte un peu de son point de vue comme étant contradictoire. De l'autre, tout ce qui s'en approche assez est rapidement assimilé pour alimenter notre perspective. Une étude de Lord, Ross et Lepper (1979) illustre cette forme de polarisation des attitudes (voir aussi ***chapitre 12***). Des étudiant·e·s de l'Université Stanford dont on avait mesuré les attitudes concernant la peine de mort étaient confronté·e·s à deux prétendues études portant sur ce thème. L'une défendait l'efficacité de la mesure pour prévenir la criminalité tandis que l'autre contestait le bien-fondé de telles conclusions. Chacune des études présentait des arguments dont certains étaient convaincants et d'autres quelque peu plus faibles. Comme on peut le voir dans la figure 8.8, les participant·e·s jugeaient l'étude confirmant leur point de vue plus convaincante. Qui plus est, cet effet s'inscrit dans le temps, avec une meilleure mémorisation des arguments percutants qui soutiennent sa perspective, mais aussi des arguments les plus problématiques favorables à l'option opposée (Edwards & Smith, 1996).

Figure 8.8. Évaluation de la qualité de l'étude en fonction de l'attitude des sujets et des conclusions de l'étude (d'après Lord et al., 1979)

S'il est bien un domaine dans lequel on retrouve cet effet c'est dans la sphère politique avec une tendance marquée pour une lecture partisane des propositions. Les gens ont non seulement tendance à considérer les arguments proches de leur position comme davantage logiques, mais ils ont aussi le sentiment que leur analyse est dénuée de biais lié à leur affiliation tout en considérant que c'est le raisonnement des autres qui est soumis au diktat de leur point de vue politique (Cohen, 2003). Dans une étude illustrative, des juif·ve·s israélien·ne·s dévaluaient très nettement un plan de paix en réalité israélien dès lors que ce dernier était attribué à une source palestinienne (Maoz, Ward, & Katz, 2002).

Cet aveuglement au biais, comme l'ont appelé Pronin, Lin et Ross (2002), n'est pas sans conséquence sur le jugement concernant les sources elles-mêmes, dont les médias. Vallone, Ross et Lepper (1985) ont ainsi présenté

des extraits de la couverture télévisuelle par les grandes chaînes américaines ABC et NBC du massacre de refugié·e·s palestinien·ne·s (arabes, principalement musulman·e·s) par des milices chrétiennes à Sabra et Chatila (Liban) à des participant·e·s américain·e·s appartenant soit à une association pro-Isralienne soit, au contraire, pro-Arabes. Rappelons que les milices chrétiennes avaient reçu l'ordre de l'armée israélienne d'extraire de ces enclaves les militants de l'OLP (Organisation de libération de la Palestine). Les deux « camps » avaient donc des points de vue très différents sur l'affaire : les pro-Arabes étant plus susceptibles d'y voir un massacre ordonné par Israël, les pro-Israël incriminant avant tout les milices chrétiennes. Un troisième groupe de sujets n'avait guère de préférence par rapport à l'un de ces deux camps. Après que les sujets ont visionné les vidéos, on leur posait différentes questions sur la vision du massacre colportée par les reportages. Les participant·e·s pro-Arabes tendaient à percevoir le reportage comme davantage favorables aux Israélien·ne·s que les participant·e·s pro-Israël, les participant·e·s neutres le trouvant relativement équilibré. On demandait également aux sujets d'estimer le pourcentage de références favorables et défavorables à Israël. Comme on peut le constater sur la figure 8.9, les participant·e·s pro-Arabes perçoivent les reportages comme comportant plus d'élements favorables à Israël et moins d'éléments défavorables à Israël que les deux autres groupes, selon lesquels il y a majoritairement plus d'éléments défavorables à Israël. Il semblerait donc que des spectateur·rice·s très polarisé·e·s par rapport à un thème tendent à percevoir toute couverture plus modérée de ce thème comme favorable à l'adversaire : c'est le phénomène du « média hostile ». Dans une société de plus en plus polarisée politiquement, cela peut expliquer la volonté de privilégier des sources d'informations consonantes avec nos attitudes. Internet offre bien sûr de nombreux lieux où il est possible d'être presque exclusivement confronté à des points de vue qui se conforment aux nôtres. Naturellement, cela ne fait que renforcer la polarisation des attitudes et l'hostilité aux médias.

Une autre façon de mettre à mal une tentative de persuasion et de promouvoir le *statu quo* consiste à prévenir l'audience. Le fait d'être averti·e renforce les chances que les cibles campent sur leur position et qu'elles déploient des moyens importants pour protéger leur vision des

choses (Freedman & Sears, 1965 ; Kiesler & Kiesler, 1964). Dans une étude conduite par Petty et Cacioppo (1979), on informait la moitié des étudiant·e·s (le groupe non averti) qu'un message reprenait un travail réalisé dans le cadre d'un cours de journalisme. Aux autres (le groupe averti), on leur disait qu'un texte tenterait de les faire changer d'avis sur un aspect du règlement universitaire. Le message comprenait cinq arguments prônant l'instauration soit l'année suivante (pertinence forte) soit dix ans plus tard (pertinence faible) d'un examen global en fin de cursus universitaire. L'absence de pertinence fait qu'aucune différence d'attitude n'émerge selon qu'on soit averti·e ou non. En revanche, lorsque la thématique est d'un intérêt brûlant, le changement est nettement moins marqué quand il y a eu avertissement que lorsqu'on ne soupçonne pas de tentative de persuasion.

Figure 8.9. Estimation du pourcentage d'informations favorables et défavorables à Israël en fonction de l'attitude des sujets. (d'après Vallone et al., 1985)

De manière ultime, une bonne préparation à un éventuel assaut constitue souvent la meilleure défense. C'est ce qu'a proposé McGuire (1964) dans sa théorie de l'inoculation. Comme nous le savons en principe, dans le cas de certaines maladies graves comme le tétanos ou la poliomyélite, la meilleure stratégie consiste à se faire vacciner. Cette rencontre initiale avec une version affaiblie du virus permet à l'organisme de créer des anticorps qui se révéleront précieux lorsque la maladie surviendra. Dans le même esprit, McGuire et Papageorgis (1961) se sont dit qu'on pouvait aider les gens à mieux se défendre contre des attaques à leurs croyances profondes, tellement enracinées qu'on songe rarement à les armer contre des tentatives de déstabilisation. Ces auteurs ont commencé par mesurer le degré auquel les gens endossaient un certain nombre d'affirmations comme « il est bon de se laver les dents après chaque repas ». Dans la condition d'inoculation, ces « truismes » ont alors été bousculés en confrontant les participant·e·s à des arguments moyennement déstabilisants tels qu'« un brossage trop régulier risque d'abimer les gencives et d'exposer des parties fragiles des dents, favorisant ainsi les caries » et en leur demandant d'écrire leurs objections. Dans une autre condition, on leur demande seulement d'écrire un texte de soutien au truisme. Dans une dernière condition, on ne fait rien

préalablement à l'attaque principale. Les convictions restent les plus fermes dans le cas où il y a eu inoculation. Dans une illustration plus récente, des participant·e·s à qui on avait demandé de produire puis de déconstruire des arguments qui mettraient en question des mesures visant à l'égalité des chances et de traitement au travail étaient ensuite en meilleure posture pour résister à une critique en règle de celles-ci mesures (Bernard, Maio, & Olson, 2003)

On peut aussi simplement épauler les gens en leur procurant des arguments qui les aideront à réfuter les arguments fallacieux auxquels ils seront ultérieurement confrontés. C'est ce qu'ont fait van der Linden et ses collègues (2017) en se penchant sur le thème du réchauffement climatique causé par l'activité humaine. La condition contrôle permet de s'assurer que les gens considèrent le réchauffement climatique comme avéré. Dans une des conditions expérimentales, les participant·e·s recevaient un graphique soulignant le large consensus existant dans la communauté scientifique au sujet du réchauffement climatique. Sans surprise, cette information renforce les convictions initiales des participant·e·s quant à l'existence d'un accord au sein de la communauté scientifique (un des principaux déterminants d'une attitude favorables à la lutte contre le réchauffement climatique). Dans une autre condition, les chercheurs présentent seulement une communication contre-attitudinale contestant la réalité du réchauffement climatique. L'effet est massif et le doute s'installe. Une troisième condition combine l'information de consensus et le message contre-attitudinal. Cette fois, les résultats révèlent que les bénéfices du message concernant le consensus scientifique sont réduits à néant: on ne croit pas plus qu'il y ait un consensus après qu'avant l'exposition au message. Dans deux autres conditions dites d'inoculation, des arguments, sommaires ou plus détaillés, viennent épauler l'information de consensus avant la confrontation au message contre-attitudinal. Par exemple, dans la condition «spécifique», on informait les sujets que des groupes animés par des motivations politiques cherchaient à manipuler le public en dépit de l'absence de désaccord scientifique concernant l'existence du réchauffement climatique et ce avant la présentation du message contre-attitudinal. Comme le montre la figure 8.10, les dividendes de la stratégie d'inoculation ne laissent planer aucun doute. L'impact du message contre-attitudinal est très nettement réduit.

Figure 8.10. Différence de perception du consensus scientifique concernant le réchauffement climatique dû à l'activité humaine (après-avant exposition au message) en fonction de la condition (d'après van der Linden et al., 2017)

De manière générale, avertir ou inoculer les gens en matière de changement d'attitude permet de les doter d'une série de contre-arguments qu'ils pourront opposer au message le moment venu. Mais un problème se pose évidemment si les positions initiales des personnes ne présentent guère une allure souhaitable, comme c'est le cas dans les fake news et la désinformation.

3.3. Les fake news et la désinformation

Quelques exemples de désinformation

En 2008, Barack Obama s'engage dans la campagne présidentielle qui, après le cap des primaires démocrates, le mènera à la plus haute fonction de son pays dès l'année suivante. Dès cette période, un groupe de personnes appelées les « birthers » ont commencé à lancer des allégations potentiellement dévastatrices à son sujet : Obama ne serait pas né sur le territoire américain, mais bien au Kenya. Voilà bien un pavé dans la mare. De fait, la constitution américaine requiert que le·la président·e soit citoyen·ne américain·e de naissance. Rapidement, les sondages révèlent qu'une frange importante de la population, singulièrement des partisan·e·s de la mouvance républicaine, accorde du crédit à la rumeur. Malgré la publication du certificat de naissance en 2011, les partisan·e·s de cette thèse ne jettent pas l'éponge et il faudra attendre 2016 pour que le candidat Donald Trump reconnaisse l'authenticité des faits dans un tweet dont il a le secret.

En France, une conviction très répandue est que la vaccination, singulièrement contre la rougeole, les oreillons et la rubéole, contribue au développement de troubles du spectre autistique. À

l'origine, cette croyance s'enracine dans les résultats d'une recherche publiée en 1998 dans une prestigieuse revue de médecine, The Lancet. Outre que cette étude s'appuyait sur des données recueillies sur 12 personnes, dont il a été possible de montrer qu'elles avaient été partiellement trafiquées, que l'auteur principal avait un intérêt personnel dans la formulation des conclusions, et que la revue scientifique a finalement retiré l'article, plusieurs études de grande envergure, parfois sur pas moins de 650 000 enfants, ont finalement pu réduire à néant toute mise en cause scientifique de la vaccination dans l'augmentation de l'autisme. Il n'empêche, beaucoup demeurent convaincu·e·s de l'existence d'un tel lien.



René Descartes

Ces exemples montrent à quel point il est compliqué de défaire des croyances qui se fondent sur de fausses informations. On dirait que, dès que des nouvelles tombent dans les médias traditionnels, des gens s'empressent de considérer qu'elles sont frauduleuses. Ces tendances complotistes semblent de plus en plus virulentes. Ainsi, pour la photo du petit Eylan (voir encadré), des allégations ont immédiatement circulé mettant en doute la véracité de la photo et accusant les autorités turques, le père de l'enfant, et même le maître de Bagdad, d'avoir manipulé les informations. Plusieurs mécanismes psychosociaux favorisent la dissémination des fake news (ou « infox » en français). Un premier mécanisme est-ce qu'on appelle le « biais de vérité ». Lorsqu'on vous présente une information douteuse (par exemple que le Premier ministre français collectionne les cochons en porcelaine), qu'allez-vous faire? On peut opposer deux conceptions : selon une approche cartésienne (inspirée du philosophe René Descartes), notre esprit est capable de scepticisme. Il peut évaluer cette croyance et décider ou non d'y croire. De son point de

vue, notre esprit fonctionne un peu comme une écluse. Nous n'ouvrirons l'écluse que si nous avons de bonnes raisons d'adhérer à cette croyance. Bref, nous ne croirons pas que le premier ministre collectionne des cochons en porcelaine (une information qui semble contraire à l'image du personnage) si nous n'avons pas d'autres éléments pour étayer cette croyance. Spinoza, autre philosophe du XVII^{e} siècle, n'était pas d'accord avec Descartes. Pour lui, lorsque nous sommes confrontés à une information, nous ne pouvons pas nous empêcher d'y croire initialement. C'est seulement dans un second temps que nous pouvons le cas échéant la rejeter. On croira donc tout d'abord que le Premier ministre collectionne les cochons en porcelaine avant d'éventuellement se départir de cette croyance si on a de bonnes raisons de ne pas y adhérer. Bref, on croit par défaut et on rejette ensuite. L'esprit humain fonctionne un peu comme l'intestin : il absorbe plein de choses et choisit ultérieurement d'en rejeter certaines. Mais dans toutes les crasses qu'il absorbe, il y en a quand même qui se retrouvent dans le sang.



Baruch Spinoza

Dans une série d'expériences, Pantazi et al. (2018), adaptant des travaux plus anciens de Gilbert et al. (1993), ont cherché à départager ces deux points de vue. On décrivait à des étudiant·e·s un délit mineur effectué par un nommé Étienne. On signalait toutefois aux personnes participantes que certaines informations qu'elles recevraient concernant Étienne étaient fausses. Ces informations étaient clairement présentées comme telles. On faisait varier la nature des informations fausses : soit il s'agissait de circonstances aggravantes, soit il s'agissait de circonstances atténuantes. On demandait ensuite aux participant·e·s d'attribuer une peine au suspect. Que constate-t-on ? Les gens attribuent une peine plus lourde lorsque l'information fausse qu'ils avaient entendue était aggravante qu'atténuante. Ils semblent donc avoir été influencés par les informations présentées comme fausses.

Plus intéressant encore : lorsqu'on présentait ultérieurement les informations et qu'on demandait aux répondant·e·s si elles étaient fausses ou vraies, ceux-ci avaient beaucoup plus tendance à rapporter qu'une information fausse (circonstance atténuante ou aggravante selon la condition) était vraie que l'inverse. Cela tend à suggérer que, par défaut, ils traitaient les informations comme vraies, même si elles étaient fausses. Ces résultats mettent donc en cause le modèle cartésien de l'écluse. Ils suggèrent qu'on fonctionne plutôt comme un intestin. Par défaut, on intègre l'information fausse à notre jugement quand bien même nous savons qu'elle est fausse quand nous la recevons. Ceci montre que nous sommes très peu lucides quant au fonctionnement de notre propre psychologie. Nous entretenons des convictions, mais les véritables raisons qui nous ont amené·e·s à y adhérer nous sont souvent obscures.

Les infox ne constitueraient pas un grave problème s'il suffisait de les infirmer pour que les gens s'en départissent. Malheureusement, les démentis exercent rarement l'effet espéré. Cela s'explique tout d'abord par le manque de confiance potentiel en la source du démenti. Par exemple, si la ministre de la Santé dément l'effet des vaccins sur l'autisme, les antivax se montrent peu sensibles au message, y voyant une collusion entre l'industrie pharmaceutique et l'État. Mais les infox transforment également notre perception des événements concernés, et peuvent la rendre plus imperméable encore à des démentis. Par exemple, dans une étude de Johnson et Seifert (1994), on présentait aux sujets le récit de l'incendie d'un entrepôt. On signale que l'une des hypothèses rendant compte du drame était la présence de bonbonnes de gaz et de pots de peinture négligemment entreposés dans un placard. Pour la moitié des sujets, cette information était ensuite démentie (il n'y avait rien dans le placard en question). Un test de compréhension est ensuite administré. On relève le nombre de références des participant·e·s au gaz et à la peinture en réponse à des questions d'inférence indirecte sur l'événement (p. ex. « Qu'est-ce qui a causé la fumée noire ? »). Même si l'information a été corrigée, les gens recourent à l'information démentie dans leurs explications et ce, davantage que dans une condition contrôle dans laquelle l'information ultérieurement démentie n'a jamais été présentée. Les sujets avaient également plus tendance à expliquer l'incendie par une négligence dans les conditions de correction.

Bref, ne pas présenter une information ou la démentir après l'avoir présentée n'a pas du tout les mêmes effets. On appelle ce phénomène l'effet *d'influence persistante*. Comment cela s'explique-t-il ? Une fois qu'on a adhéré à un récit, fût-il faux, on construit des liens entre ses éléments. On imagine par exemple un employé peu scrupuleux laisser les produits dangereux dans le placard ; on se forme une image de l'entreprise comme relativement laxiste au niveau de la sécurité, etc. Même si elle est bâtie sur du sable, la cohérence globale de l'ensemble nous pousse à le percevoir comme d'autant plus vraisemblable.

Vu le foisonnement d'informations, souvent douteuses, qui nous assaillent, ces résultats sont évidemment préoccupants. Plusieurs médias ont instauré des procédures systématiques de vérification des faits. C'est par exemple le cas du *Washington Post* qui a mis au point une liste de toutes les affirmations du Président Donald Trump et les a accompagnées d'un indicateur de « vérité » (qui est souvent au rouge dans le cas d'espèce). Malheureusement, au vu des mécanismes que nous avons examinés, tels que le biais de vérité et l'effet d'influence persistante, ce type de démarches est souvent insuffisant pour rétablir la vérité dans l'esprit de ceux et celles qui sont exposé·e·s aux affirmations fausses.

4. Conclusions

Les attitudes sont un aspect essentiel de notre positionnement au monde. Enracinées dans les expériences émotionnelles, les connaissances et les conduites associées à un objet attitudinal, elles servent des fonctions cruciales en terme cognitifs et sociaux et se déclinent en retour dans chacune des trois sphères. Vu leur importance, la question de leur mesure a suscité des travaux très nombreux, notamment pour sonder ce que nous rechignons à dévoiler. Il est possible de modifier les attitudes en tablant sur la corde affective ou en tournant vers la persuasion. Dans ce cas de figure, on distingue classiquement la source, le message, la cible et le canal en parlant du qui dit quoi à qui.

La motivation et les capacités cognitives sont au cœur des approches contemporaines de la persuasion en ce sens que leur présence conjointe garantit un examen scrupuleux des arguments avancés tandis que l'absence d'une de ces composantes incite les cibles à traiter le message de manière superficielle. La manière dont la persuasion s'opère n'est pas sans conséquence. Les changements d'attitude qui empruntent la voie centrale et font appel au traitement systématique produisent des changements d'envergure, fiables et de nature à orienter les conduites futures. Les changements périphériques, mobilisant des composantes émotionnelles et autres heuristiques, sont moins solidement ancrés et n'entretiennent qu'un lien ténu avec le comportement ultérieur. S'il est certes possible de limiter l'impact des communications persuasives en évitant de s'exposer, en misant sur un traitement biaisé de l'information reçue ou en se prémunissant au préalable, les gens surestiment dans le même temps leur capacité à échapper aux tentatives de persuasion. Si les attitudes sont bien entendu censées orienter les conduites, le chapitre suivant aborde la manière dont les comportements peuvent, de manière un peu paradoxale, servir de levier de changement.

---

9. Par exemple, pour examiner les attitudes racistes, on peut examiner si l'on a plus de facilité à associer les « blanc·he·s » à des mots positifs et les « noir·e·s » à des mots négatifs que l'inverse.

L’essentiel

Résumé

La question des attitudes est fondamentale en psychologie sociale. Dans ce chapitre, nous avons examiné la manière dont elles se manifestent, leur mesure ou encore les fonctions qu’elles servent. Nous avons également évoqué les manières dont ces attitudes peuvent changer, notamment par la persuasion. Il est ainsi apparu que deux voies essentielles les conduisent : la voie centrale, fondée sur des traitements systématiques de l’information, et la voie périphérique, davantage basée sur l’émotion. Comprendre les mécanismes de la persuasion et du changement d’attitude amène aussi à comprendre comment s’en prémunir, ou à tout le moins, comme nous l’avons vu, diminuer leur efficacité.

Questions pour s’auto-évaluer

1. Les attitudes sont censées remplir un certain nombre de fonctions. Pouvez-vous les citer et expliquer en quoi elles consistent?

2. En psychologie sociale, l’attitude a statut de construit psychologique. Qu’est-ce que cela signifie ? Expliquez dans quelles sphères ce construit se manifeste très concrètement.

3. Quel est le schéma issu des travaux sur la communication qui guide les travaux sur la persuasion ? Donnez des exemples de variables qui concernent chacune des composantes de ce schéma.

4. Donnez trois exemples de variables qui mettent en jeu la voie périphérique (ou le traitement heuristique) en matière de persuasion. Pour chacun de ces facteurs, donnez deux illustrations concrètes tirées de la vie quotidienne.

5. Quelles sont les deux composantes essentielles qui font que les gens empruntent la voie centrale de la persuasion ? Donnez deux exemples spécifiques qui renvoient à chacune de ces composantes.

6. Détaillez la manière dont les émotions sont susceptibles d’influencer le changement d’attitude en vous référant aux composantes du modèle de la probabilité d’élaboration.

7. Expliquez les trois manières par lesquelles il est possible de résister aux tentatives d’influence.

Lectures pour aller plus loin

En Français

Corneille, O. (2010). Nos préférences sous influences. Bruxelles : Mardaga.

Girandola, F., & Joule, R. V. (2013). Attitude, changement d’attitude et comportement. Traité de psychologie sociale. La science des interactions humaines, 221-248. Louvain-la-Neuve: De Boeck.

En Anglais

Cooper, J., Blackman, S. F., & Keller, K. T. (2016). The Science of Attitudes. New York: Routledge.

Fazio, R. H., & Petty, R. E. (Eds.) (2008). Attitudes: Structure, Function, & Consequences. New York: Psychology Press.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change. New York: Springer-Verlag.

Sweldens, S., Corneille, O., & Yzerbyt, V. (2014). The role of awareness in attitude formation through evaluative conditioning. Personality and Social Psychology Review, 18(2), 187-209.

Pour illustrer

Persuasion, changement d’attitude et modèle de probabilité d’élaboration.

Comment réagissez-vous aux fausses informations ? Vidéo décrivant les travaux de Pantazi, Kissine et Klein sur la crédulité.



CHAPITRE

9

Attitudes et comportement

Les attitudes et les comportements des gens sont en phase. Voilà bien une conviction ancrée chez la plupart d'entre nous. Ce que les gens sentent en leur for intérieur, via leurs préférences, devrait très naturellement se traduire au grand jour, dans leurs conduites. Et de fait, nous avons vu que les attitudes s'appuient sur des informations comportementales, à côté des aspects cognitifs et affectifs, ce qui les rend bien évidemment susceptibles d'être en étroite relation avec les comportements. Et on peut s'attendre, au vu de la définition de ce qu'est une attitude, qu'elle se concrétisera dans les actes. Nous examinerons ces questions dans ce chapitre.

L’idée que les comportements contribuent à façonner les attitudes est au cœur d’un des programmes de recherche sur le changement d’attitude à la fois les plus insolites et les plus passionnants qui soient. C’est ce que nous aborderons en première partie du chapitre où nous verrons que les actions des gens affectent leurs attitudes. Parfois, les comportements ne sont pas ceux qu’on attendrait et bouleversent les attitudes initiales de la personne. À d’autres moments, les conduites sont d’apparence anodine, mais n’en exercent pas moins de subtiles influences sur les préférences des individus concernés.

En aval, les attitudes sont censées se matérialiser en comportements. Or, il est flagrant que nous n’agissons pas toujours en accord avec nos attitudes. La cohérence n’est pas de mise dans tous les cas de figure et on finit parfois par faire des choses qui s’écartent plus ou moins de nos envies, de nos convictions ou de nos habitudes. On se retrouve dans un cinéma face à un film qui n’est pas celui que nous aurions voulu voir. Au supermarché, nous achetons des appareils électroménagers qui ne sont pas ceux qui étaient retenus après consultation scrupuleuse de plusieurs sites web. Au restaurant, nous sélectionnons des plats qui s’avèrent succulents, mais qui mettent à mal notre souhait de faire régime. Nous verrons que les attitudes ne sont pas les seuls déterminants, loin s’en faut, de nos comportements.

1. Le changement des attitudes par le biais des comportements

« L’essayer c’est l’adopter », voilà un slogan bien connu. Une fois qu’on se lance dans un nouveau comportement, comme lorsqu’on n’a jamais pratiqué une activité sportive ou un hobby, l’attitude devient souvent davantage positive et on se mue parfois en véritable fan. En somme, ce que nous faisons contribue à façonner nos attitudes. Alors que le chapitre précédent montrait que des inclinations émotionnelles ou des informations nouvelles pouvaient orienter les attitudes dans l’espoir de façonner le comportement futur, pourquoi ne pas envisager de renverser les données du problème : on propose de poser certains actes et on modifie les attitudes.

Rien de très inquiétant, direz-vous. Mais est-ce tellement certain ? Se pourrait-il que nos conduites se démarquent radicalement de ce que nous faisions avant ?

Pas facile de se lancer dans une nouvelle aventure culinaire, n'est-ce pas ?

Lorsque, dans « Bienvenue chez les Ch'tis », le directeur de la poste, incarné par Kad Merad, prend son premier petit-déjeuner chez son employé, le facteur joué par Dany Boon, il se montre réticent, c'est le moins qu'on puisse dire, face à ce fromage typique du Nord de la France, le Maroilles. Et puis, pour mille raisons liées à sa bonne éducation, à son envie de ne pas déplaire à la mère de son employé, il se lance. Cela vaut pour toute une flopée d'autres habitudes, les choses changent au fil du séjour. Comme Dany Boon le prophétise à un moment du film, le directeur finit par pleurer à chaudes larmes quand, arrivé au terme de sa période de mutation, il doit s'en retourner dans le Sud.

1.1. La théorie de la dissonance cognitive

Cette idée d'un bouleversement dans les attitudes après la réalisation d'un acte est au cœur de la théorie de la dissonance cognitive proposée par Festinger (1957), un élève de Kurt Lewin *[chapitre 1]*. Sur base de ses observations et d'une série d'intuitions géniales, ce jeune chercheur brillant a proposé une conception qui a engendré des milliers d'études. Devenue une référence incontournable dans le domaine du changement d'attitude, la théorie de la dissonance cognitive continue encore aujourd'hui de mobiliser des efforts considérables (Beauvois & Joule, 1996 ; Cooper, 2019 ; Cooper & Fazio, 1984 ; Fointiat, Girandola, & Gosling, 2013 ; Harmon-Jones, Amodio, & Harmon-Jones, 2009).

Dans sa version originale, la théorie de la dissonance cognitive (Festinger, 1957) constitue un prolongement de sa fameuse théorie de la comparaison

sociale, déjà évoquée aux chapitres 4 et 6. Cette dernière mettait en avant la manière dont les conséquences de certaines discordances rencontrées dans l'environnement conduisent les individus à initier une comparaison. Ici, la théorie part de l'idée que les individus s'appuient sur un ensemble de cognitions et que, dans certains cas, celles-ci entrent en conflit les unes avec les autres. Notons que la manière dont Festinger parle de cognition est très inclusive : tout ce qui est connaissable, en ce compris les conduites, relève de la cognition et devient susceptible d'entrer en ligne de compte. Et lorsqu'une incohérence entre cognitions se fait jour, celle-ci génère un sentiment d'inconfort, un état de tension désagréable — l'état de dissonance — qui sera d'autant plus marqué que les cognitions en cause occupent une place centrale dans le système cognitif des individus et que l'incohérence est importante. Ainsi, on peut dire que pour quelqu'un qui se considère honnête, succomber à la tentation de tricher lors d'un examen pose un sérieux problème et le malaise ressenti sera d'importance. Mais Festinger va au-delà du simple constat que les gens ne se sentent pas bien lorsqu'ils prennent conscience des contradictions entre certaines de leurs cognitions. Il propose que les gens sont fortement motivés à se débarrasser de cette sensation déplaisante et font en sorte de considérer que la contradiction n'est pas aussi forte qu'on pourrait le penser.

C'est là qu'intervient le génie de Festinger. Selon lui, les gens se mettent en devoir de changer les choses pour restaurer un état de consonance en s'attaquant à la cognition la plus fragile. Si une personne vient à poser un comportement qui entre en conflit avec ses convictions, le comportement est souvent la cognition la moins contestable. À moins de disposer de certaines circonstances atténuantes, il est difficile de prétendre qu'on n'a pas fait ce qu'on a fait. Du coup, la personne risque de devoir modifier son attitude pour restaurer un état de consonance. Si quelqu'un vient d'engouffrer un tiramisu alors qu'il était astreint à un régime amaigrissant, il lui sera difficile de contester l'absorption du dessert. Cette cognition, que Festinger qualifie de cognition générative, entre en conflit avec la cognition du régime. L'état de dissonance ressenti, ED peut être représenté par l'équation suivante :

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

où D est fonction de l'ensemble des cognitions qui s'avèrent dissonantes avec la cognition générative et C correspond à l'ensemble des cognitions consonantes, chacune avec leur poids respectif. Ainsi, notre amateur de tiramisu peut réduire l'état de dissonance en ajoutant des cognitions consonantes (« la recette était la plus onctueuse qu'il m'a été donnée de manger », etc.), en enlevant des cognitions dissonantes (« je n'ai plus vraiment besoin de faire régime »), en augmentant l'importance des cognitions consonantes (« on ne vit qu'une fois, profitons-en »), ou en diminuant l'importance des cognitions dissonantes (« faire régime doit se faire sur le long terme et rien ne sert de précipiter les choses »). Bien entendu, cette formule d'apparence mathématique est plus illustrative qu'autre chose, mais elle permet de systématiser et, donc, de mieux comprendre le phénomène.

Depuis plus de 60 ans, un nombre astronomique d'expériences a permis de préciser les idées géniales de Festinger. Par rapport aux intuitions puissantes, mais un peu vagues du début, on connait mieux aujourd'hui ce que sont les conditions d'émergence de la dissonance cognitive sur le changement d'attitude. Des études de neuropsychologie ont même mis à jour des zones cérébrales qui sont activées lorsque les gens font l'expérience de la dissonance (van Veen, Krug, Schooler, & Carter, 2009). Mais avant de nous tourner vers ces conditions d'émergence, il est instructif de se pencher sur les trois paradigmes principaux qui ont mis en évidence les effets de la dissonance cognitive.

Le premier d'entre eux, que l'on doit à Festinger et Carlsmith (1959), est connu sous le nom de paradigme de la soumission induite. Imaginez la situation suivante. À votre arrivée au laboratoire, on vous avertit que l'expérience porte sur la « mesure de performance » et qu'elle dure un peu moins longtemps que prévu initialement. C'est pourquoi, un étudiant de première année a demandé à pouvoir réaliser une petite enquête au terme de l'expérience en interrogeant les participant·e·s sur leur vécu. Sans autre formalité, on vous apprend alors que vous devrez réaliser deux tâches. Ces dernières se révèlent particulièrement ennuyeuses. À la fin de l'heure

d’expérience, l’expérimentateur vient vous trouver l’air très embêté et vous apprend que l’étude comporte en réalité deux conditions. Dans celle à laquelle vous avez pris part, les participant·e·s devaient réaliser les tâches sans aucun a priori. Dans l’autre condition, un comparse de l’expérimentateur était chargé d’annoncer aux participant·e·s que les tâches à réaliser sont agréables et intéressantes. L’expérimentateur vous confie alors qu’il rencontre une fameuse tuile, car le comparse n’arrive pas comme prévu. Il ne voit dès lors pas comment il pourra faire en sorte de confronter le·la participant·e suivant aux instructions de la condition « information préalable ». Il vous propose de lui donner un coup de main et d’endosser le rôle du comparse pour vanter l’intérêt de la tâche en échange d’une rémunération de 1 $. L’objectif véritable de ce scénario est de vous inviter à mentir au·à la participant·e suivant·e (qui n’est autre qu’un·e comparse).

Il s’agit bien d’un mensonge, car il n’y a aucun doute que l’expérience est déplaisante. On le sait par les réponses des participant·e·s d’une condition contrôle dans laquelle on n’a pas demandé de mentir à la fin de l’expérience et à qui on a soumis la prétendue enquête de l’étudiant de première année (voir figure 9.1). Selon Festinger, commettre un acte qui contredit radicalement son opinion pour une somme aussi réduite que 1 $ devrait générer un état de dissonance conséquent. Vu le contexte expérimental, la seule issue qui s’offre aux participant·e·s consiste à changer leur attitude à l’égard de la tâche afin de la mettre en accord avec le comportement qu’il·elle·s viennent de poser et de restaurer ainsi un état de consonance. Comparé·e·s aux participant·e·s contrôle, ceux·elles qui ont été invité·e·s à mentir pour 1 $ manifestent des attitudes plus positives à l’égard de la tâche (voir figure 9.1) et confirment ainsi pleinement les prédictions des chercheurs. Dans une troisième condition, les participants se voyaient offrir une somme de 20 $. Selon la théorie de Festinger, ce montant, très substantiel pour l’époque, constitue un élément consonant qui permet de diminuer la dissonance et, de fait ces participant·e·s ne diffèrent guère de ceux·celles de la condition contrôle. Pour paraphraser ce qui se passe dans la tête des sujets, on pourrait écrire « Je peux admettre d’avoir menti pour 20 $, mais pas pour 1 $ — dans ce dernier cas, je ne peux expliquer mon comportement qu’en reconnaissant que cette expérience était intéressante ».

Pour apprécier l'impact de ces résultats, il faut se rappeler que l'on est alors en pleine hégémonie du béhaviorisme. La conception dominante est que les récompenses et les punitions sont les leviers par excellence du changement d'attitude. Festinger vient ébranler ces certitudes : les gens qui ont réalisé un comportement (prétendre que cette expérience est passionnante) contraire à leur attitude (cette expérience est inintéressante) et suscite donc de la dissonance en viennent à modifier leur attitude (au fond cette tâche en vaut vraiment la peine) uniquement lorsque la rémunération est insuffisante, voire dérisoire. La cognition générative est ici le fait de se voir comme une personne qui ne mentirait pas et certainement pas pour si peu. La cognition qui a changé n'est donc pas celle-là, mais bien une cognition moins ferme concernant la tâche et son caractère plus ou moins plaisant.

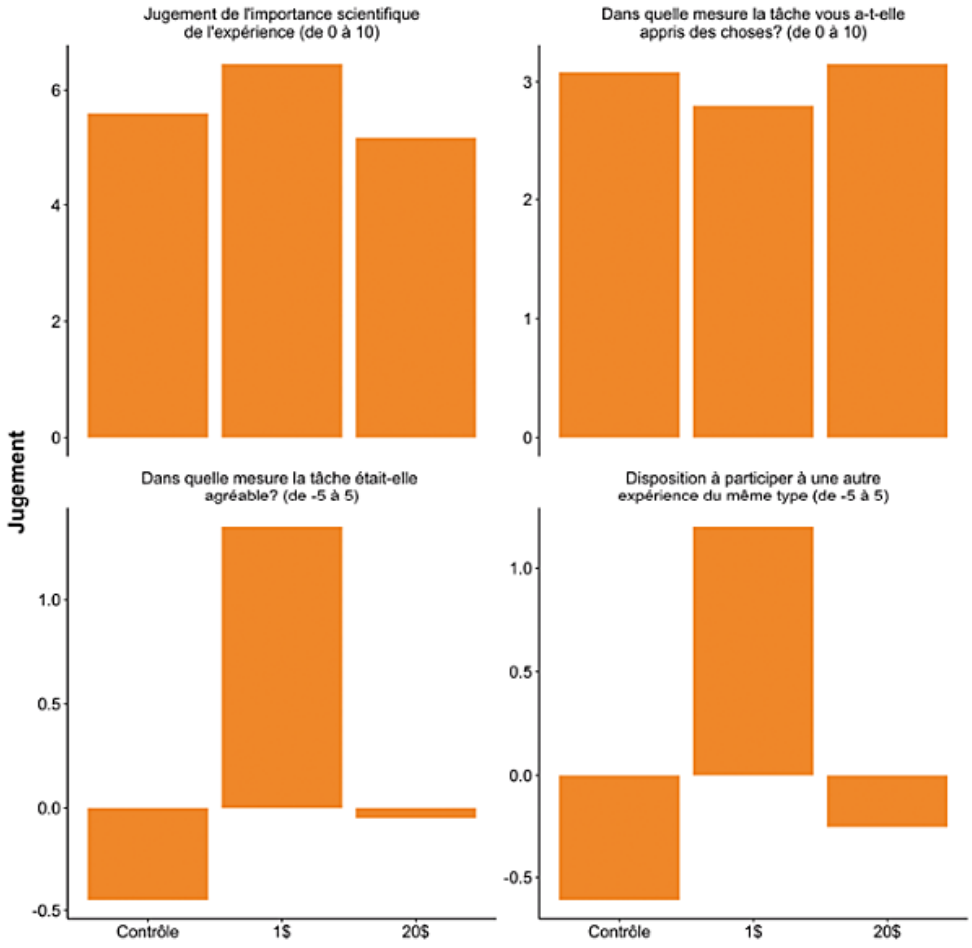


Figure 9.1. Jugement de l'expérience en fonction de la dimension considérée et de la condition expérimentale (d'après Festinger & Carlsmith, 1959)

Très vite, d'autres études viendront étayer l'impact significatif de la réalisation d'un comportement opposé aux convictions de leurs auteur·e·s en l'absence de contraintes évidentes. Ainsi, des étudiant·e·s sont davantage convaincu·e·s des qualités nutritives des insectes lorsqu'il·elle·s ont accepté de manger des sauterelles sur l'injonction d'un expérimentateur froid et antipathique plutôt que lorsque ce dernier se montre chaleureux et sympathique (Smith, 1961). Dans le même ordre d'idées, des enfants se retrouvaient face à un ensemble de jouets dont un, très attirant, leur était interdit (Aronson & Carlsmith, 1963). En condition de menace forte, l'interdiction était assortie de promesses de représailles. Dans la condition de menace faibles, les enfants apprenaient que l'expérimentateur ne voulait pas qu'il·elle·s touchent au jouet. Aucun des enfants n'enfreint la consigne, preuve que l'interdit était suffisant dans les deux conditions. On l'aura compris maintenant, la dissonance doit être faible lorsque les conséquences annoncées de la désobéissance sont effrayantes. Tout le contraire devrait se produire lorsque la menace est faible. Aux termes de la théorie, on s'attendra donc à ce que les enfants faiblement menacé·e·s résolvent leur dissonance en ré-évaluant le jouet. Comme on peut le voir dans la figure 9.2, les résultats confirment bien qu'au terme de l'expérience, le jouet interdit est davantage dénigré par les enfants intimidé·e·s de manière modérée. Chez les enfants fortement menacée·s, on constate même l'inverse. Autrement dit, moins la punition annoncée est terrifiante, plus les attitudes se détériorent (Freedman, 1965).

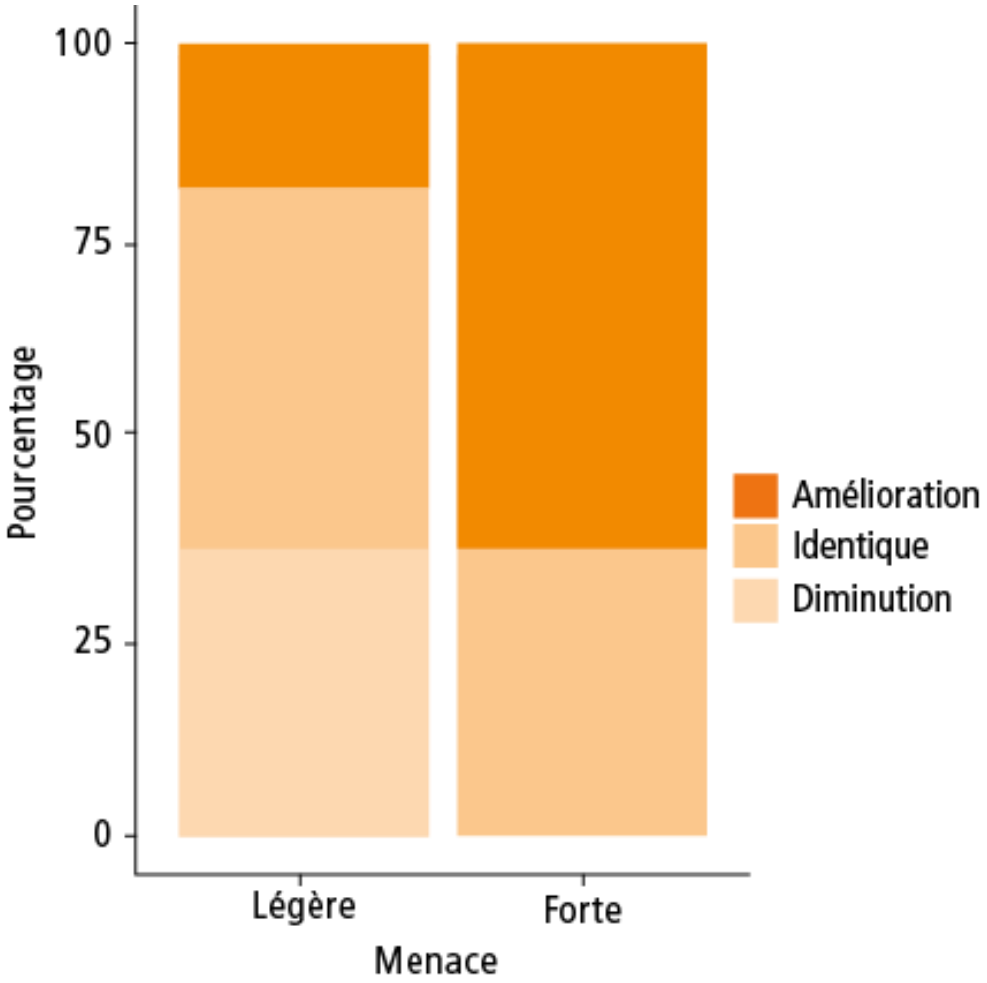


Figure 9.2 Pourcentage des enfants dans les conditions de menace faible ou forte dont les opinions s'améliorent, restent identiques ou se détériorent à propos du jouet interdit. Note : Chaque « barre » représente l00 % des sujets dans la condition considérée (d'après Aronson & Carlsmith, 1963).

Ces résultats enflamment la communauté scientifique et d'autres scénarios expérimentaux vont rapidement voir le jour. C'est le cas du paradigme de la justification de l'effort. L'idée est bien familière chez tou·te·s ceux·elles qui subissent des rites d'initiation ou doivent passer des épreuves pour obtenir quelque chose de désirable. Il ne s'agit plus de tabler sur la réalisation d'un comportement qui s'oppose à certaines convictions bien ancrées, mais de montrer que l'effort consenti contribue à la valorisation du résultat. C'est le cas de cet amoureux qui semble aimer d'autant plus sa partenaire qu'elle lui en fait voir de toutes les couleurs.

Un autre exemple de ce phénomène peut être observé les

étudiant·e·s ou militaires qui subissent toute une série d'humiliations lors de cérémonies de bizutage ou de baptême. Nombreux sont ceux·celles qui valorisent l'appartenance à leur filière universitaire ou à leur régiment d'autant plus qu'il·elle·s ont passé des épreuves ardues.



▶ *Bizutage dans une université du Brésil (© Servitiu).*

Sans devoir s'appuyer sur des situations aussi extrêmes que celles décrites ci-dessus, des expériences révèlent que des étudiant·e·s apprécient d'autant plus une discussion totalement insipide qu'il·elle·s ont rencontré des difficultés à y prendre part (Aronson & Mills, 1959 ; voir figure 9.3). Sur base du même raisonnement, mettre en avant les coûts liés au fait d'avoir des enfants conduit les parents à surévaluer leur bonheur d'en avoir (Eibach & Mock, 2011).

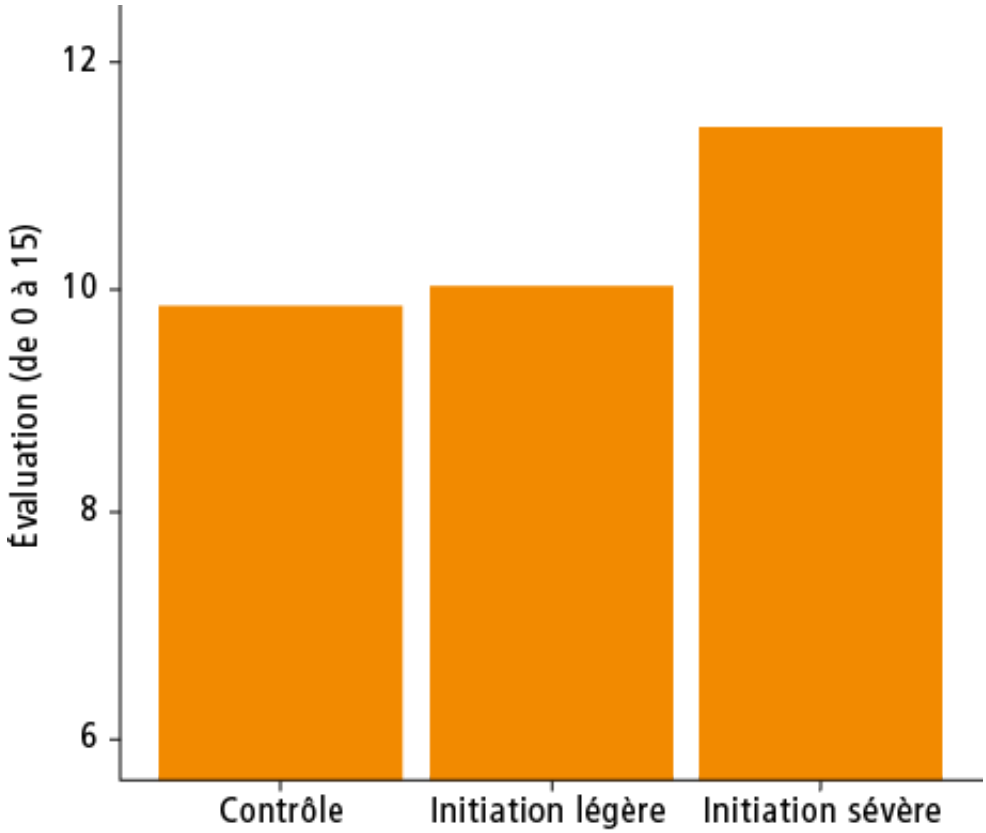


Figure 9.3. Impact de l'initiation sur l'évaluation de la discussion (d'après Aronson & Mills, 1959)

Un troisième paradigme, celui de la justification de la décision, viendra renforcer le pouvoir explicatif de la théorie de la dissonance cognitive (Brehm, 1956). On prétend parfois que choisir c'est mourir un peu ! Peu d'alternatives se présentent sous la forme d'une option clairement avantageuse face à une autre qui serait facile à écarter. Le plus souvent, chaque fois que nous opérons une sélection, nous devons renoncer aux avantages de l'option écartée et subir les désagréments de l'option retenue. Comment allons-nous gérer ces regrets consécutifs à la décision ? La solution consiste à surévaluer l'option choisie et à dénigrer celle qui ne l'a pas emporté. Des études montrent qu'au fil des élections présidentielles américaines, les gens deviennent plus positifs par rapport au·à la candidat·e pour qui ils ont voté et moins à l'égard de celui·celle qu'ils ont écarté·e (Beasley & Joslyn, 2001). Autre exemple, les personnes qui se remettent à fumer après avoir arrêté pendant longtemps considèrent que fumer est moins nocif pour la santé que celles qui n'ont jamais fumé ou celles encore qui ont pu rester abstinentes (Gibbons, Eggleston, & Benthin, 1997). En combinant des mesures explicites et des enregistrements d'activité cérébrale, Izuma et ses collègues (2010) ont pu mettre en évidence un lien entre des changements de préférence consécutifs à un choix, comme lorsqu'on parie sur un cheval aux courses (voir illustration), et l'activation de zones du cerveau généralement associées à la détection et à la résolution de conflit.



À l'occasion de courses hippiques, les gens parient des sommes rondelettes et doivent rationaliser leur comportement.

Mais la question se pose de savoir s'il faut attendre que la décision soit prise pour que la rationalisation entre en piste. Le plus simple n'est-il pas de rationaliser les issues probables d'une situation de façon à réduire au maximum la dissonance ? Il semble que dès que les gens nourrissent une légère préférence dans un sens ou dans un autre, que ce soit pour des restaurants, des lieux de villégiature, des biens de consommation ou des personnalités politiques, ils commencent

déjà à tordre les informations pour faire en sorte de pouvoir appuyer leur préférence initiale (Brownstein, Read, & Simon, 2004 ; Simon, Krawczyk, & Holyoak, 2004). En somme, rien ne sert de vivre avec des remords ! Le travail de résolution de la dissonance assure le confort psychologique. Mais gare aux erreurs, car la rationalisation rend tout retour en arrière beaucoup plus difficile.

1.2. Les conditions d'émergence de la dissonance

Aux premières heures de la recherche sur la dissonance cognitive, bien des chercheur·e·s peinaient à concevoir un scénario expérimental qui, de manière certaine, susciterait la dissonance. On raconte d'ailleurs que le mot d'ordre était le suivant : « Pour savoir s'il y aura de la dissonance, posez la question à Leon. » On l'imagine, suggérer qu'il faille demander à Leon Festinger lui-même ce qu'il y a lieu de faire pour générer de la dissonance n'est pas le critère le plus scientifique qui soit. Fort heureusement, avec le temps et les nombreuses études réalisées sur la question, comme celles que nous avons évoquées précédemment, les conditions d'émergence de la dissonance ont pu être précisées. Elles sont au nombre de quatre.

La première condition, on l'a vu, concerne la prise de conscience d'une incohérence entre ses attitudes et son comportement (Gawronski, 2012). Bien évidemment, la dissonance risque d'être d'autant plus marquée que le comportement entre en conflit avec des attitudes et des valeurs centrales aux yeux de la personne. Si vous êtes sensible au réchauffement de la planète, il n'est pas agréable de se voir rappeler une série de comportements soulignant l'importance de votre empreinte écologique.

En second lieu, la dissonance ne se manifeste que lorsque la personne endosse la responsabilité du comportement qu'elle a réalisé (Gosling, Deniseau, & Oberlé, 2006 ; Linder, Cooper, & Jones, 1967). En accord avec les enseignements de la théorie de l'attribution ***[chapitre 2]***, cela suppose une liberté d'action minimale. Si, en dépit de vos convictions végétariennes, vous acceptez de manger un plat contenant de la viande sous la menace d'une arme à feu, il n'est pas certain que vous ressentiez beaucoup de dissonance. Dès lors qu'il y a de fortes récompenses ou des menaces appuyées, le comportement n'est plus vécu comme étant librement consenti.

Une troisième condition est l'expérience du sentiment d'inconfort. Des recherches recourant à des mesures électrodermales (c'est-à-dire mesurant la conductance électrique de la peau) confirment l'existence d'un état d'excitation physiologique chez des personnes ayant accepté de rédiger un texte contre-attitudinal en l'absence de contraintes fortes (Croyle & Cooper, 1983). Par ailleurs, on sait par des mesures auto-rapportées que ces sensations ne sont pas forcément très agréables (Elliot & Devine, 1994) et qu'elles se rapprochent d'ailleurs d'un sentiment de culpabilité (Kenworthy et al., 2011).

Si les conditions évoquées jusqu'à présent conduisent à une réduction de la dissonance par le biais d'un changement d'attitude, elles expliquent aussi pourquoi les personnes confrontées à la sensation désagréable de dissonance peuvent trouver des échappatoires. Ainsi, la dissonance ne surgira pas si le comportement incohérent ne semble pas porter à conséquence. Dans une expérience astucieuse, Cooper et Worchel (1970) ont ainsi répliqué l'expérience de Festinger et Carlsmith (1959), mais se sont arrangés pour que les destinataires du mensonge se montrent très sceptiques face à la description édulcorée de la tâche qu'on leur présentait. Dans cette condition, aucune dissonance n'apparaît. Bref, les effets néfastes de notre comportement plus que l'incohérence attitudinale se situent au cœur du phénomène (Scher & Cooper, 1989). De fait, les gens sont bien souvent tentés de minimiser la portée de leur comportement incohérent. Sans surprise, si la personne peut contester le rôle de son libre arbitre, la dissonance ne risque pas de pointer le bout du nez. C'est quand l'image positive de soi est écornée par un comportement nocif délibéré que la dissonance apparaît la plus marquée (Aronson, 1969 ; Steele, 1988 ; Stone & Cooper, 2001).

Une fois que la dissonance est là, comment y faire face ? Une façon de réagir consiste à supprimer le malaise par des expédients. L'alcool peut s'avérer une option tentante. Steele, Southwick, et Critchlow (1981) ont invité leurs participant·e·s à rédiger un texte contre-attitudinal préconisant une hausse substantielle des frais d'inscription à l'université. Illustrant l'effet classique de dissonance, les attitudes basculaient nettement en faveur d'une augmentation dans la condition de liberté de choix. Dans une autre condition, les participant·e·s prenaient part à une expérience en nutrition à

l’issue de la séance de rédaction. Il s’agissait de goûter et d’évaluer de la bière ou de la vodka. Aucun signe de dissonance ne se fait jour dans cette situation. On l’imagine, même si c’est une stratégie délétère, le recours à l’alcool et à d’autres drogues peut s’avérer une solution séduisante pour dissiper la sensation d’inconfort et faire face au désagréable sentiment de dissonance (Steele & Southwick, 1985).

De façon plus constructive, on peut sans doute gérer l’atteinte à son image de soi en redorant son blason sur d’autres plans. C’est exactement l’idée sous-jacente à la théorie de l’affirmation de soi (Schlenker, 1982 ; Steele, 1988). Après avoir instillé un sentiment de dissonance, on offre l’occasion à certain·e·s participant·e·s de se mettre en valeur en leur permettant par exemple d’expliquer des positions qui sont importantes à leurs yeux ou, de façon plus surprenante, en les invitant à revêtir une blouse blanche comme l’expérimentateur (Steele & Liu, 1983). Là aussi, la dissonance se trouve réduite et le changement d’attitude minimisé.

Reste la quatrième condition. Celle-ci concerne le fait que cette sensation désagréable doit bien être imputée à la réalisation du comportement incohérent et non à des facteurs extérieurs. On le sait, nous ne sommes pas forcément des experts pour identifier l’origine de nos états physiologiques (Schachter & Singer, 1962). Ainsi, certain·e·s chercheur·e·s sont parvenu.e.s à convaincre leurs participant·e·s que leur malaise pouvait découler du mauvais réglage de lampes fluorescentes, de la perspective de recevoir des chocs électriques, ou d’autres facteurs encore. Dès l’instant où les gens peuvent rendre compte de leur malaise en l’attribuant à des circonstances particulières, le changement d’attitude ne se produit pas.

Zanna et Cooper (1974) ont mené une expérience réellement magistrale afin d’illustrer ce phénomène. À leur arrivée au laboratoire, les participant·e·s apprennent que l’expérience porte sur les effets d’un médicament sur la mémoire. Une fois le produit ingéré, une partie des participant·e·s est informée qu’il y a des effets secondaires associés à la prise et en particulier un état de tension désagréable. À une autre partie, on prétend que le médicament engendre un état de calme et de sérénité. Enfin, un dernier groupe ne reçoit aucune information. La réalité est que tout le monde a reçu un placebo. En attendant que les effets de la drogue se fassent sentir, les

participant·e·s sont incité·e·s ou manifestement forcé·e·s à prendre part à une autre étude sans lien aucun avec la première et pour laquelle il s'agit d'écrire un message contre-attitudinal.

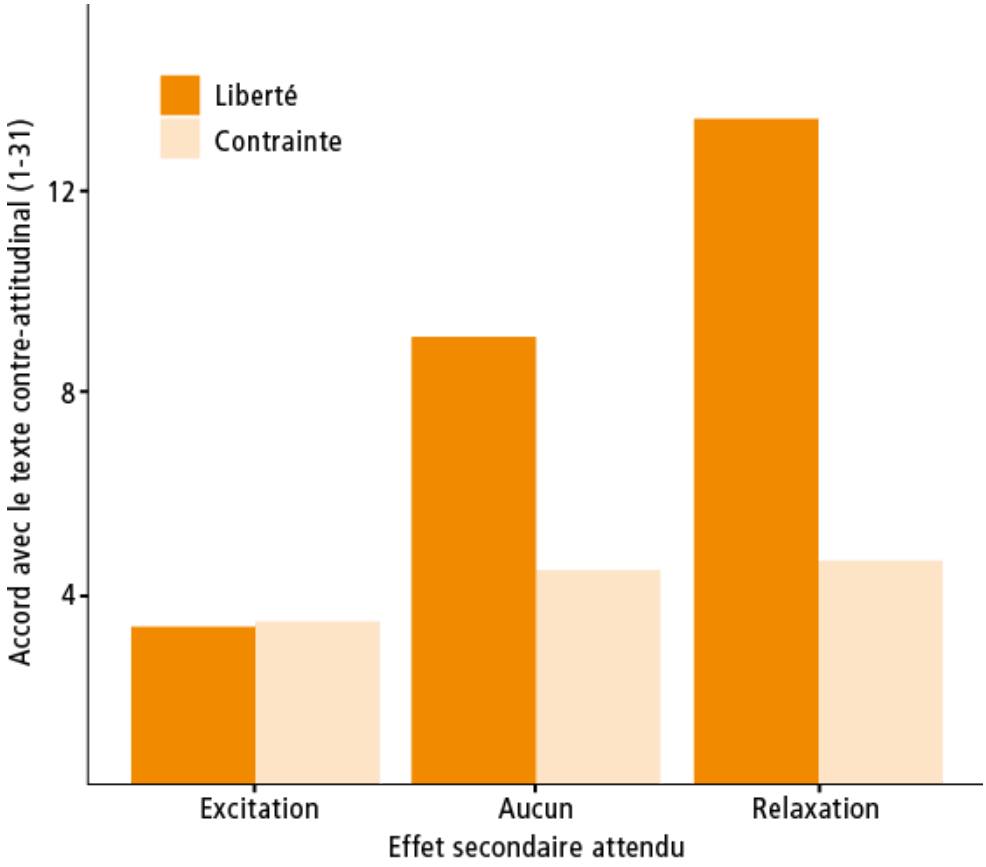


Figure 9.4. Accord avec le texte contre-attitudinal en fonction des effets secondaires attendus du médicament et de la liberté (versus contrainte) de participer à la seconde étude (d'après Zanna & Cooper, 1974).

Sans surprise, les données recueillies dans la condition de contrainte montrent que les attitudes n'ont guère évolué, peu importent les effets secondaires annoncés (voir figure 9.4). Un pattern très différent émerge lorsqu'aucune pression n'a été exercée et confirme l'impact de la dissonance. Dans la condition sans effets secondaires, c'est-à-dire lorsque les participant·e·s doivent faire face à la dissonance, mais ne peuvent guère attribuer la tension ressentie à autre chose qu'à leur comportement, on observe bien un glissement attitudinal dans le sens de la position défendue dans le texte. En accord avec les hypothèses des chercheurs, la possibilité d'attribuer l'état de dissonance au médicament supprime tout changement

d’attitude. Mieux encore, le fait que les participant·e·s se sentent mal alors que le médicament est censé les calmer a pour résultat d’accroître encore le glissement attitudinal dans le sens défendu dans le message.

Dans une autre expérience, Cooper et ses collègues (Cooper, Zanna, & Taves, 1978) achèvent de faire la démonstration en inversant les choses. À nouveau, il s’agit de rédiger un texte contre-attitudinal soit sous la contrainte soit sans pression manifeste. Au préalable, les chercheurs donnent à tout le monde un produit qu’ils annoncent être un placebo. En réalité, ce n’est le cas que pour un tiers des participant·e·s. Dans cette condition contrôle et par rapport à la présence d’une contrainte, l’absence de pression entraîne bien un changement d’attitude. Quand le produit est en réalité un tranquillisant, on ne constate plus aucun changement d’attitude. Si rien ne vient troubler la quiétude des gens, pourquoi devraient-ils changer de point de vue ? En revanche, il en va tout autrement dans la condition où le placebo contenait en réalité des amphétamines. Le changement d’attitude est très important dans la condition avec des contraintes minimales et il se manifeste même dans la condition forcée, preuve s’il en est que l’état de dissonance artificiellement induit par le médicament doit trouver à s’exprimer en dépit de la pression.

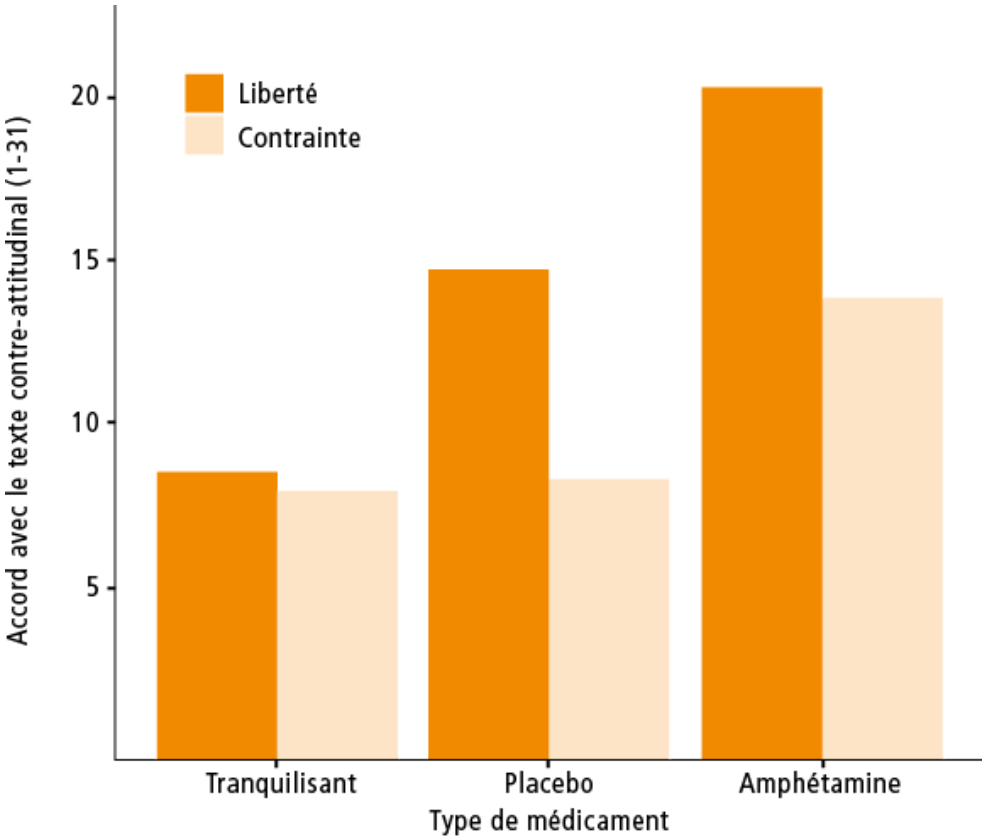


Figure 9.5. Accord avec le texte contre-attitudinal en fonction du type de médicament et de la liberté (versus contrainte) de rédiger ce texte (d'après Cooper et al., 1978).

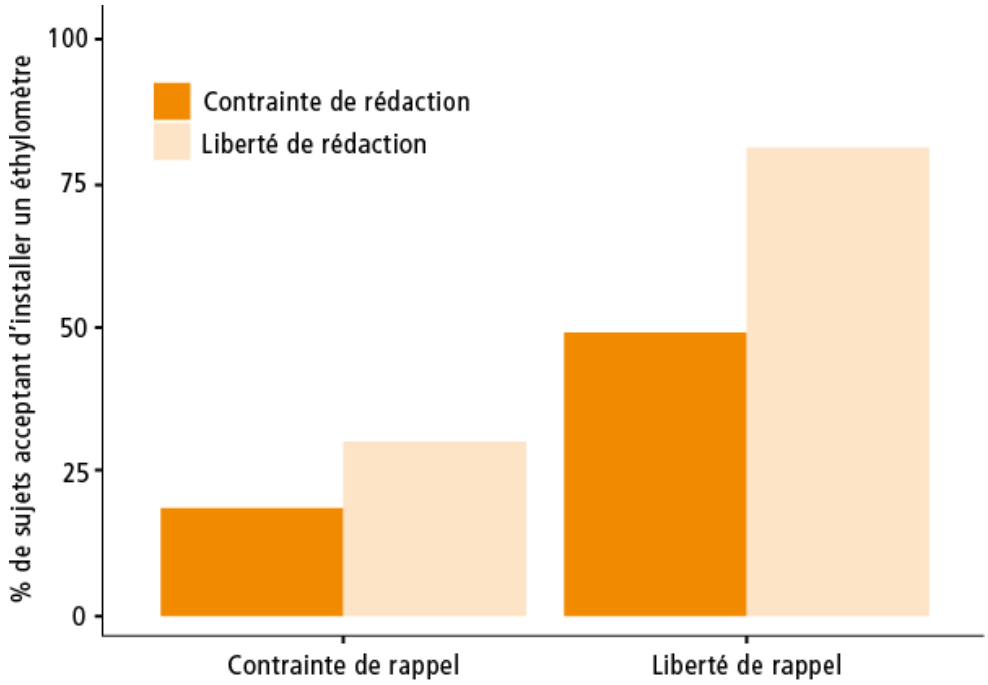
Cette série d'expériences est remarquable. Elle aborde l'ensemble des quatre conditions et, de la sorte, mettra tout le monde d'accord sur l'existence de la dissonance et son rôle dans le changement attitudinal consécutif à un comportement contre-attitudinal. Dans la foulée, Croyle et Cooper (1983) parviendront aussi à mettre au jour les traces physiologiques de la dissonance (Losch & Cacioppo, 1990). Il faut bien le reconnaitre, le génie de Festinger réside dans le fait qu'il avait d'emblée réuni les quatre ingrédients dans son scénario original.

Mais même si la dissonance émerge dans un contexte donné, ce n'est pas forcément toujours l'attitude qui se transforme. L'alternative la plus évidente consiste parfois à modifier le comportement. Bien entendu, il ne s'agit pas de changer une conduite passée, elle qui est difficilement contestable, mais bien les actes qui seront posés à l'avenir (Harmon-Jones, Amodio, & Harmon-Jones, 2009). Cette stratégie est au cœur du paradigme d'hypocrisie induite (Aronson, Fried, & Stone, 1991 ; Priolo, Pelt, Bauzel,

Rubens, Voisin, & Fointiat, 2019). L'idée est simple. Dans un premier temps, les gens doivent se positionner sur des comportements d'intérêt et soutenus par les normes sociales comme le recours au préservatif afin d'éviter les infections sexuellement transmissibles ou l'utilisation parcimonieuse de l'eau potable. La plupart du temps, les positions professées sont très affirmées et témoignent d'ailleurs de l'implication du concept de soi. Bien entendu, il ne s'agit de ne pas gaspiller l'eau, cette ressource si précieuse ! Et il est clair que le préservatif s'impose lors d'une relation sexuelle inopinée. Puis vient la phase d'introspection au cours de laquelle les gens sont invités à faire le bilan de leurs actes passés. « Oups, je n'ai pas toujours veillé à recourir au préservatif alors que je ne connaissais pas forcément très bien l'autre personne. » « Mince, j'ai tendance à prendre beaucoup de temps lorsque je suis sous la douche, c'est tellement agréable. » Cette confrontation avec des conduites personnelles jugées non optimales et pour tout dire hypocrites au vu des déclarations qui viennent d'être faites met en cause l'intégrité de l'image de soi et suscite un état de dissonance. Sur cette base, l'ambition est d'infléchir le comportement futur. La meilleure façon de recouvrer un état de consonance est en définitive de faire ce que vous dites (Aronson, 1999).

Dans une expérience illustrative conduite par Fointiat et Grosbras (2007), les instructions initiales demandaient aux participant·e·s de rédiger des arguments et de proposer un slogan afin de sensibiliser les collégien·ne·s et les lycéen·ne·s à la nécessité de ne pas absorber d'alcool avant de prendre la route. Dans une moitié des cas, cette demande était assortie d'une déclaration de liberté (« je comprendrais très bien que tu refuses, tu vois ce que tu veux faire, c'est à toi de voir »). Pour l'autre moitié, la consigne était contraignante (« maintenant que je t'ai dit ce que j'attendais de toi, prends le stylo, attends que je te le dise et écris ») (conditions essai/non-choix). Au terme de la rédaction, l'expérimentateur·rice invitait les participant·e·s à rendre compte de leurs propres transgressions et à décrire précisément les circonstances dans lesquelles il·elle·s avaient pris le volant après avoir bu de l'alcool. Cette requête était formulée soit en insistant sur la totale liberté des participant·e·s de se conformer aux instructions soit, au contraire, dans un contexte contraignant. Au terme de l'expérience, l'expérimentateur·rice proposait d'installer gratuitement un éthylomètre coupe-contact dans le

véhicule des participant·e·s et leur offrait de s'engager dans l'association en tant que bénévole. Notons que, dans une condition contrôle où ces deux propositions étaient présentées d'emblée, seul·e·s 7 % des participant·e·s acceptent l'un ou l'autre comportement. Comme on peut le voir à la figure 9.6, la conjonction des deux étapes, rédaction des arguments et rappel des transgressions, se révèle efficace pour influencer le cours des choses. C'est particulièrement le cas lorsque celles-ci se voient réalisées sous couvert d'une totale liberté (Priolo et al., 2016 ; Liégeois, Codou, Rubens, & Priolo, 2017).



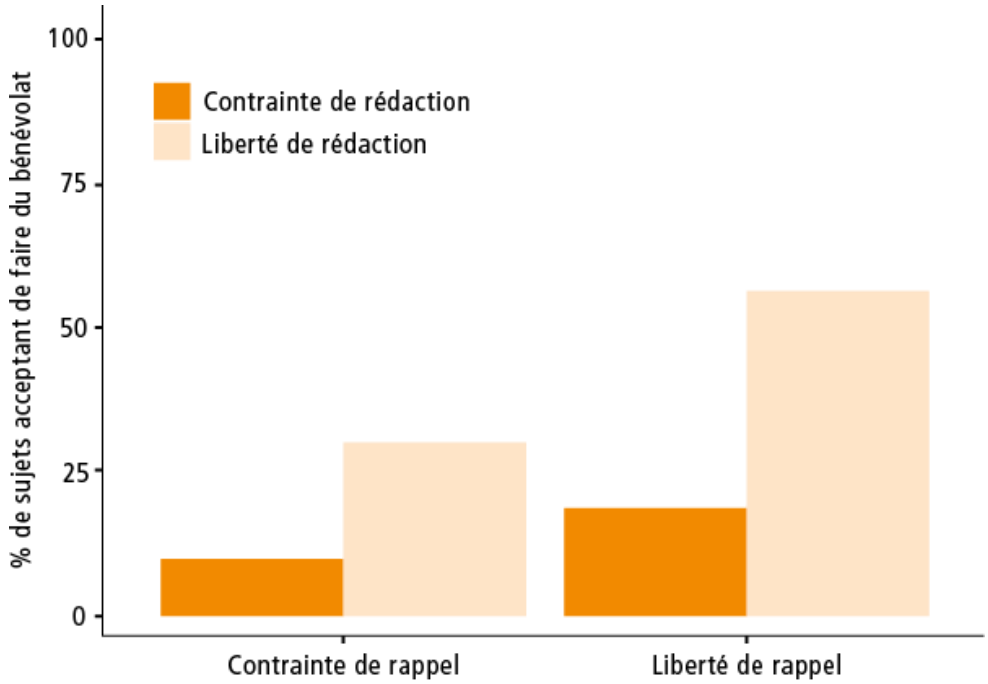


Figure 9.6. Pourcentage d'acceptation de l'installation de l'éthylomètre coupe-contact (panneau du haut) et de bénévolat dans une association de sécurité routière (panneau du bas) en fonction du choix lors de la rédaction et du choix lors du rappel des transgressions (d'après Fointiat & Grosbras, 2007)

On peut aussi rendre l'affirmation de l'attitude publique — ce qui devient un véritable engagement — pour l'ancrer encore davantage. De fait, une manière redoutablement efficace de générer l'hypocrisie est de demander aux gens de promouvoir certaines pratiques auprès d'autres personnes. Rien n'est plus mobilisateur que le prêche sur un thème par rapport auquel on prend ensuite toute la mesure de ses propres manquements. L'avantage est double, car on se convainc soi-même en même temps que l'on tente de convaincre autrui. S'il s'inscrit dans la droite ligne des travaux sur la soumission forcée qui visent à modifier les attitudes en tablant sur des conduites contre-attitudinales, le paradigme de l'hypocrisie induite offre un levier de choix pour le changement de conduites en s'appuyant sur des attitudes pro-attitudinales.

On le voit bien avec l'expérience de Fointiat et Grosbras (2007), une question centrale qui traverse l'ensemble de ces travaux concerne le libre arbitre et son statut exact dans l'expérience subjective des personnes. Croire qu'on fait les choses en l'absence de toute contrainte et sous la seule impulsion de sa volonté propre conduit à endosser les attitudes qui sous-

tendent les comportements réalisés ou à modifier les comportements futurs pour les accorder aux attitudes professées. C'est ce que Kiesler (1971) appelle l'engagement. Le raisonnement qui consiste à dire « je mange la confiture parce que je l'aime » n'est viable que parce qu'on ne voit pas d'autres explications se presser au portillon. Ce n'est pas parce que ma maman me force, ce n'est pas parce que j'ai peur que papa se mette en colère, ce n'est pas pour obtenir les bonnes grâces de Mamy, ce n'est pas parce que j'ai envie de finir le bocal pour l'utiliser à d'autres fins, encore moins parce que je n'ai pas de Nutella à la maison pour le moment, non, c'est uniquement parce que j'ai un élan authentique à l'égard de cette confiture.



Beauvois et Joule (1996 ; Joule & Beauvois, 1998, 2014) insistent sur le fait que le sentiment de liberté est au cœur de la manipulation. À ce titre, instiller chez quelqu'un la conviction d'accomplir les choses en toute indépendance apparaît comme une arme de manipulation redoutablement efficace. Le·la manipulateur·rice averti·e veillera donc bien à effacer toute trace d'un levier comportemental alternatif que le·la manipulé·e pourrait vouloir invoquer. Et le plus extraordinaire c'est que tout cela n'est finalement pas trop difficile, car, si l'on se souvient des recherches sur l'attribution causale et l'erreur fondamentale, nous accusons tou·te·s un certain déficit lorsqu'il s'agit d'identifier les influences situationnelles qui pèsent sur les comportements. Nous rechignons à invoquer des forces extérieures aux individus, autres que leurs dispositions propres, et cela vaut aussi pour nous, même si c'est sans doute un peu moins le cas que pour autrui. Et nous tombons d'autant plus facilement dans le piège des manipulateur·rice·s de tous poils que la conviction dans la liberté d'action qui est la nôtre est inscrite au plus profond de nos cultures individualistes.

Sur base de ce constat, on peut penser que les phénomènes de dissonance devraient être moins marqués dans les cultures collectivistes dans lesquelles l'autonomie et la permanence du soi sont plus réduites ***[chapitre 5]***. Heine et Lehman (1997) se sont emparés du paradigme de la justification de la décision pour examiner cette question. Les participant·e·s étaient recruté·e·s au Japon ou au Canada pour une étude en échange d'un défraiement sous forme d'un CD. Après avoir complété un questionnaire de personnalité comprenant une série de traits positifs, les participant·e·s devaient parcourir une liste de 40 CD, éliminer ceux déjà en leur possession, sélectionner parmi les autres les 10 CD qui leur plaisaient le plus, et évaluer chacun de ces 10 CD. Les participant·e·s des deux conditions expérimentales apprenaient ensuite que leur score de personnalité les plaçait devant 25 % ou devant 85 % des autres personnes de leur nationalité. Dans la condition contrôle, aucune information sur les scores de personnalité n'était transmise. En échange de leur contribution, les participant·e·s pouvaient alors choisir soit le 5^{e}, soit le 6^{e} CD tel qu'indiqué dans leur ordre de préférence. Après une série de questions démographiques, tout le monde était ensuite invité à réévaluer les 10 CD initialement retenus. Un indicateur de réduction de la dissonance consisterait à examiner si les sujets évaluent plus positivement le 5^{e} CD et moins positivement le 6^{e} après qu'avant la manipulation. La variable dépendante principale, que les auteurs qualifient d'« écart des alternatives », évalue précisément cette tendance :

Écart = (Évaluation CD5Temps2 – Évaluation CD5Temps 1) + (Évaluation CD6Temps1 – Évaluation CD6Temps 2)

Remarquons que cet écart est évalué en millimètres, car chaque évaluation se faisait sur une échelle continue de 118 mm. En toute logique, les feedbacks positif et négatif de la valeur du soi par le biais du score de personnalité devraient respectivement atténuer et amplifier la dissonance ressentie par rapport à la condition contrôle, mais uniquement chez les participant·e·s venant du Canada. C'est effectivement ce que montrent les données (voir figure 9.7).

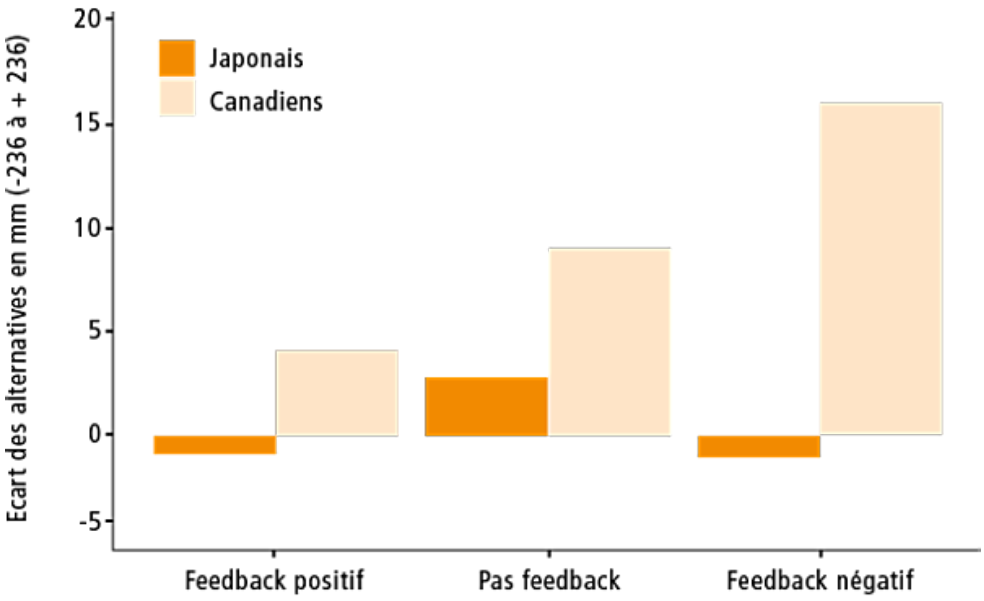


Figure 9.7. Écart des alternatives en fonction de la nationalité et du feedback relatif à la personnalité (d'après Heine & Lehman, 1997)

Ces résultats veulent-ils dire que la dissonance est une notion étrangère aux personnes issues de cultures collectivistes ? Pas forcément. Dans une étude qui adapte le scénario évoqué à l'instant, Kitayama et ses collègues (2004) ont imaginé une condition supplémentaire dans laquelle il s'agissait de faire un choix de CD en fonction de ce que d'autres personnes pourraient penser de ce choix. Dans ce cas de figure, l'ensemble des participant·e·s réévaluent les CD qu'il·elle·s ont dû départager. En d'autres termes, les comportements qui vont à l'encontre d'attitudes importantes pour le soi sont susceptibles de déclencher un état de dissonance, mais la culture permet de comprendre ce qui sera susceptible de constituer une violation des attitudes (Hoshino-Browne, 2012).

1.3. De l'auto-perception aux techniques de manipulation

Même si les comportements ne se heurtent pas toujours aux convictions de manière aussi flagrante, cela ne signifie pas qu'ils ne sont pas susceptibles de conduire à des changements d'attitude. La compréhension fine de l'ensemble des cas de figure doit énormément à un débat féroce qui aura opposé Festinger et ses partisan·e·s à un contradicteur plus que redoutable, Daryl Bem. En effet, très tôt, ce chercheur a proposé une interprétation radicalement différente des résultats obtenus dans le cadre des recherches

sur la dissonance cognitive. De façon intéressante, cette interprétation s'appuie sur les théories de l'attribution causale. Selon Bem (1967, 1972), nous inférons nos attitudes sur base de nos conduites. Au fond, et revenant sur l'exemple déjà évoqué précédemment, ce que la théorie de l'auto-perception nous dit, c'est que nous aimons la confiture parce que nous la mangeons. Même s'il est possible que nous ayons parfois un accès privilégié à des informations privées, comme nos opinions, nos émotions, ou même nos intentions, force est de constater que tous ces signaux sont souvent ténus, voire imprécis. Sur cette base, Bem lance l'idée provocatrice que l'on se retrouve souvent dans une position à peine différente de celle d'un d'un·e observateur·rice extérieur·e même pour ce qui nous concerne.

Pour Bem (1972), c'est ce processus d'auto-perception qui est au cœur des changements d'attitudes des personnes prétendument confrontées à la dissonance cognitive. Dans l'expérience classique de Festinger et Carlsmith (1959), si les gens payés un dollar modifient plus leur attitude que les autres, c'est parce que cette faible rémunération ne peut leur apparaître une explication viable de leur comportement. N'ayant qu'une conviction toute relative dans leur attitude vis-à-vis de la tâche, les personnes confrontées à cette condition expérimentale en concluent que ce qu'elles viennent de faire ne doit pas avoir été déplaisant bien au contraire. Pour apporter de l'eau à son moulin, Bem va reproduire les résultats de Festinger et Carlsmith en excluant tout rôle possible de la dissonance. Il va fournir à ses participant·e·s des transcriptions détaillées des diverses conditions de l'expérience originale et leur demander de deviner les opinions exprimées en bout de course. Les données correspondent en tous points et mettent donc en question l'intervention présumée de la dissonance pour rendre compte du changement d'attitude. Si les premiers coups de boutoir assénés par Bem vont fragiliser un temps l'édifice construit par Festinger et ses émules, les données vont, comme nous l'avons vu, continuer de s'accumuler et finir par démontrer le rôle décisif de l'état de dissonance, cette activation physiologique désagréable, et de son caractère motivationnel (Cooper, Zanna, & Taves, 1978 ; Zanna & Cooper, 1974).

Pour autant, si les intuitions de Bem échoueront à supplanter la théorie de la dissonance, elles vont s'avérer précieuses pour comprendre une foule de phénomènes connexes. Elles permettent ainsi de cerner ce qui se passe

lorsque les attitudes sont en voie de formation ou sont faiblement ancrées. On voit effectivement mal comment quelqu'un pourrait ressentir de la dissonance s'il n'existe pas une attitude tranchée au préalable. Une expérience de Salancik et Conway (1975) illustre parfaitement la manière dont les gens s'appuient sur les réponses qu'ils donnent à un test pour déduire leur attitude face à la religion. Ces auteurs ont subtilement manipulé la formulation d'une série de questions comportementales. Dans une version du questionnaire, les énoncés comprennent des adverbes tels qu'« occasionnellement » ou « parfois », ce qui fait que la majorité des questions suscitent une réponse positive. Dans l'autre version, les mêmes items sont accompagnés d'adverbes tels que « fréquemment » ou « toujours », ce qui a pour conséquence que la plupart des réponses sont négatives. Lorsqu'à l'issue du questionnaire, les répondant·e·s doivent rapporter quelle est leur attitude face à la religion, celles et ceux qui ont été induit·e·s à utiliser des réponses positives se disent plus favorables à la religion. Même si on ne fait qu'imaginer le comportement, cela peut induire des processus d'auto-perception. Prenez quelques instants pour vous représenter en train de réaliser une série de comportements en faveur de l'environnement, par exemple faire un compost ou trier vos déchets ménagers. La théorie de l'auto-perception suggère que vous aurez maintenant tendance à vous considérer davantage en faveur de l'environnement (Anderson & Godfrey, 1987).

La théorie de l'auto-perception permet aussi de rendre compte de ce qu'on appelle communément l'effet de la surjustification, c'est-à-dire le fait de récompenser de façon exagérée une conduite spontanée. Dans une étude surprenante, Lepper, Greene et Nisbett (1973) ont proposé à de jeunes enfants de dessiner avec des marqueurs aux couleurs particulièrement chatoyantes. Au bout d'un moment, certain·e·s enfants recevaient un badge de « bon·ne joueur·euse » qu'on leur avait promis avant le démarrage de l'activité. D'autres recevaient ce même badge, mais sans n'avoir jamais été informés au préalable. D'autres enfin ne recevaient rien du tout. Quelques semaines plus tard, les marqueurs insolites étaient mis à disposition dans les classes des enfants et les chercheurs ont soigneusement noté le temps d'utilisation des marqueurs. Les enfants qui n'avaient pas été récompensés et ceux·elles qui l'avaient été

de manière inattendue manifestaient toujours leur motivation, passant près de 16 % de leur temps à utiliser les marqueurs. En revanche, les enfants qui s'attendaient à une rémunération ont dessiné seulement 9 % du temps avec les marqueurs. De façon quelque peu paradoxale, un incitant extrinsèque peut venir étouffer une réelle motivation intrinsèque. Certaines personnes prétendent d'ailleurs parfois, non sans malice, que c'est pour cela que les chercheur·e·s sont relativement mal rémunérés (par rapport à des professions requérant un niveau de qualification équivalent), car cela leur permet de conserver intacte toute leur motivation pour ce noble métier qu'est la recherche. Il faut toutefois se garder de dénigrer les récompenses sans autre forme de procès. Lorsqu'il n'existe pas de motivation intrinsèque, le fait de récompenser peut s'avérer précieux. La recommandation est toutefois de veiller à récompenser sur base des résultats atteints ou des progrès réalisés et non sur la simple exécution (Sansone & Harackiewicz, 2000).

Enfin, et surtout, la théorie de Bem offre un cadre de compréhension en cas d'écarts modérés par rapport aux attitudes préexistantes. De fait, on imagine mal susciter de la dissonance pour des conduites qui correspondent à ce qu'on l'on pense déjà. Du coup, l'auto-perception explique les changements attitudinaux consécutifs à des actes pro-attitudinaux.

Psycho sociale en questions

Psychologie des manipulateur·rice·s

Ces comportements, en apparence anodins car allant dans le droit fil de nos convictions, forment souvent la base de toute une panoplie de techniques de manipulation utilisées notamment dans le domaine de la vente et du marketing. Ces techniques sont légion et il y a fort à parier que nous avons tou·te·s été à un moment ou à un autre la proie de l'une de ces manœuvres aussi efficaces que subtiles (Cialdini, 1984, 2014 ; Joule & Beauvois, 1987). Combien d'entre nous n'ont pas participé à ces concours dans lesquels on invite les personnes

intéressées à commencer par écrire un texte vantant les mérites d'un produit particulier.

Une des techniques de manipulation les plus répandues est connue sous le nom de « pied dans la porte ». Ce nom provient d'une expérience réalisée en 1966 par Freedman et Fraser en Californie. L'expérimentateur se présentait auprès d'habitant·e·s des quartiers résidentiels en prétendant représenter une association dont l'objet social était de réduire les accidents de la route. Il invitait alors les propriétaires à mettre dans leur jardin un panneau aussi imposant qu'inélégant sur lequel était indiqué « roulez prudemment ». À peine 17 % des propriétaires acceptèrent la proposition. À l'insu de l'expérimentateur, d'autres habitant·e·s avaient été contacté·e·s deux semaines auparavant pour signer une pétition exigeant des politicien·ne·s que des mesures soient prises pour réduire le nombre d'accidents de la route. Dans ce cas de figure, 55 % des habitant·e·s autorisèrent le placement du panneau sur leur pelouse. On ne compte plus les réplications de ce type d'étude.

La technique consiste donc à formuler une première demande que l'on s'attend à voir acceptée sans trop de difficultés. Cette demande sert en réalité de prétexte à une autre demande bien plus coûteuse. L'efficacité de la manœuvre réside dans le fait que les décisions relatives au comportement initial sont souvent prises sans la moindre hésitation. Quoi de plus aisé en effet que de veiller sur la valise de quelqu'un qui doit s'absenter quelques instants pour aller aux toilettes, que d'essayer un produit d'entretien sans obligation d'achat, etc. Le problème ne surgit que plus tard au moment où l'on se lance dans des conduites qui n'aurait jamais vu le jour de manière spontanée.

On se situe donc bien dans le droit fil de la théorie de l'auto-perception (Burger, 1999) : faire en sorte que la personne ciblée fasse des inférences à son propos sur base d'un comportement initial suffisamment distinctif et, c'est crucial, librement posé. Burger et Caldwell (2003) montrent ainsi que, lors de la réalisation d'une première requête en faveur d'une ONG, on

augmentera encore l'impact en proférant un commentaire du style : « je le savais, vous êtes bien le genre de personnes qui soutient les bonnes causes ». Cette stratégie de pied dans la porte doublée d'étiquetage est d'ailleurs au cœur des pratiques de recrutement de certaines sectes. On commence par consacrer un peu de son temps pour remplir des questionnaires et cerner ainsi des points faibles de sa personnalité. Viennent ensuite d'autres demandes, plus importantes, et de fil en aiguille on finit par verser des sommes importantes à une organisation pour le moins opaque dans ses fonctionnements. Cette technique peut aussi jouer un rôle dans l'emballement des conduites agressives (voir **chapitre 7**). Fort heureusement, la technique peut servir des objectifs bien plus nobles tels que la promotion de comportements liés à la santé ou au développement durable (Weiss & Girandola, 2010). Girandola (2002) montre ainsi que l'on peut très sensiblement augmenter la propension des gens à faire don de leurs organes en recourant à ce type de procédé.

Une autre technique bien connue est celle du « low ball », expression que l'on peut traduire par « coup en dessous de la ceinture » (Cialdini, 2014). Elle consiste à décrocher un accord sur la réalisation d'un comportement dont le coût réel n'est rendu apparent que plus tard. Cette stratégie de vente est étonnamment populaire chez certain·e·s commerçant·e·s qui ont l'art d'appâter le·la client·e en leur faisant miroiter des remises substantielles à l'achat d'une paire de chaussures voire d'une voiture. Une fois la décision d'achat prise, le client découvre alors que la taille voulue ne figure pas parmi les modèles sujets à réduction ou que le modèle de voiture inclut aussi des options qui ne font guère l'objet de la remise. Même si l'avantage financier n'est soudainement plus au rendez-vous, la vente s'effectue le plus souvent.

▶ Devanture d'un magasin affichant des promotions (© Henning Schlottmann).



Image utilisée dans le cadre d'une campagne de sensibilisation au tabagisme (© Joshua Magbanua).

Parfois, on peut carrément douter de la bonne foi des marchand·e·s et se dire qu'on est face à ce qu'on peut qualifier de « leurre ». C'est le cas quand les biens de consommation ne sont plus en stock depuis bien longtemps alors même que des prospectus font encore état de l'aubaine à saisir. Mais cette stratégie peut aussi servir de nobles causes. Joule (1987) a opté en faveur de cette formule pour obtenir qu'un nombre bien plus important de fumeur·euse·s acceptent de se priver de tabac pendant 18 heures d'affilée. Les participant·e·s apprenaient que leur expérience se déroulait en deux temps à 18 heures d'intervalle. Soit on leur annonçait tout de suite qu'il s'agissait de s'abstenir de fumer entre les deux séances, soit ce « détail » ne leur était révélé qu'à la fin de la première séance. Cette subtile différence fait que l'on passe de 4 % de privation dans la première condition à plus de 90 % dans la seconde. Cialdini et ses collègues (1975) avaient exploité un subterfuge du même acabit pour faire en sorte que plus de gens acceptent de se rendre au laboratoire pour une étude débutant à 7h du matin. Quelques 24 % des personnes contactées acceptent de participer lorsque cette heure matinale leur est communiquée d'emblée. En revanche, lorsqu'elles apprennent cette information seulement après avoir donné leur accord, c'est plus du double, soit 56 %, qui se disent prêtes à prendre part. Le low-ball ne requiert pas toujours de révéler des inconvénients inattendus, mais peut aussi consister à supprimer des avantages escomptés.

Pallak et ses collaborateurs (1980) ont exploité la technique du low-ball pour favoriser les économies d'énergie. Au début de l'hiver, les chercheurs ont contacté des client·e·s d'une société de distribution de gaz. Dans un premier groupe, des personnes

se sont effectivement déclarées prêtes à faire des économies, mais le résultat n'était pas au rendez-vous au terme de la mauvaise saison. Pour un second groupe, les chercheurs ont promis la publication des noms des personnes dans la presse locale au titre de citoyen·ne·s consciencieux·ses et respectueux·ses de l'environnement. D'emblée, les économies se sont révélées substantielles. Un mois après le début de l'expérience, les chercheurs ont averti les client·e·s de ce groupe qu'il ne serait finalement pas possible de publier les noms comme prévu. Pour autant, leur sobriété a perduré jusqu'au terme de l'hiver.

Sans toutefois directement faire appel à des notions de dissonance ou de perception de soi, deux autres techniques complètent la panoplie des outils à disposition de tout·e manipulateur·rice qui se respecte. De manière intéressante, les deux font intervenir une manifestation de refus, la première venant de la cible, la seconde émanant de la source. La première technique est connue sous le nom de « door in the face », ou « porte-au-nez » et table sur le souhait des gens de ne pas couper les ponts avec autrui et de réciproquer suite à une concession faite par la partie adverse (Cialdini et al., 1975). Tout le monde connait la situation de marchandage : cela commence généralement par un prix exorbitant auquel on sait que la partie adverse va opposer un refus en proposant un prix là aussi résolument trop bas. La porte-au-nez s'en inspire directement. Pour augmenter les chances de succès d'une requête, on commence par une première requête exagérée. Cette dernière essuie un refus, mais accroît les chances de voir la requête d'intérêt passer la rampe.

Dans une expérience intrigante, Cann, Sherman et Elkes (1975) ont créé une situation ingénieuse pour tester à la fois le pied dans la porte et la porte au nez. Des personnes étaient contactées par téléphone sous couvert d'une association en faveur de la sécurité routière. Il était question de répondre à

trois courtes questions sur leur conduite automobile (la requête de faible importance) ou de passer deux heures dans un carrefour de la ville pour effectuer un relevé de la circulation dans un sens et dans l'autre (la requête de grande importance). Venait ensuite une seconde requête soit dans la foulée soit lors d'un second appel réalisé entre 7 et 10 jours plus tard. On y invitait les personnes à distribuer une quinzaine de prospectus à des gens de leur quartier (un groupe de 26 participant·e·s confronté·e·s à cette seule requête révèle un taux d'accord de 50 %). Comme on peut le voir sur le panneau gauche de la figure 9.8, les gens acceptent bien plus la requête de faible importance que celle de grande importance et bien sûr le délai après lequel la seconde requête est formulée n'a aucun effet (vu que cette dernière est effectuée après la réponse à la première requête). De façon intéressante, lorsque la seconde requête intervient, que ce soit tout de suite ou après un délai, l'accord face à la première requête de faible importance facilite l'acceptation. Le pattern est bien différent après la première requête de grande importance, celle qui a essuyé une majorité de refus. Cette fois, la présentation de la seconde requête emporte l'adhésion si elle intervient dans la foulée, ce qui plaide en faveur d'un effet de réciprocité, mais ne rencontre pas d'accord lorsqu'elle est produite après un délai, ce que les auteurs interprètent comme une manifestation de l'auto-perception : si on a refusé une première requête émanant de cette association, on ne souhaite pas en accepter une autre.

Figure 9.8 : Pourcentage de sujets acceptant la première requête (panneau gauche) et la seconde requête (panneau droit) en fonction du délai de présentation de la seconde requête et de l'importance de la première requête (d'après Cann et al., 1975).

Passons à la seconde technique. Pour s'en faire une idée, rappelez-vous l'histoire de Romeo et Juliette… On peut en effet se demander ce qui serait advenu si les Capulet et les Montaigu n'avaient pas empêché les jeunes tourtereaux de s'aimer. Selon la théorie de la réactance (Brehm, 1956), tout

indique que leur amour a été exacerbé par les oukases familiaux. Selon cette théorie, il suffirait de donner le sentiment qu'une conduite est contestée pour en augmenter l'attrait. En restreignant de façon relativement arbitraire la liberté d'action de la personne que l'on souhaite influencer, l'espoir, rarement déçu, est que cette dernière consentira beaucoup d'efforts et de ressources pour restaurer sa marge de manœuvre. Ce type de manipulation est omniprésent tant la publicité met en avant le peu de jours qu'il reste pour profiter d'une offre extraordinaire ou le fait que le stock est limité. Combien de fois des parents n'« interdisent » pas à leurs enfants de toucher à un légume et « proscrivent » toute aide de leur part au jardin juste pour les voir se précipiter sur les choux de Bruxelles ou empoigner le râteau et ramasser les feuilles ? Contester les restrictions dont nous pensons être les victimes peut donc s'avérer être le résultat attendu d'une subtile manœuvre d'influence.

On l'aura compris, le fait même de parler de techniques de manipulation est tendancieux. En soi, les techniques sont neutres ; elles sont colorées dans un sens positif ou négatif en fonction de la cause qu'elles servent. Ce qui est frappant dans toutes les techniques abordées dans ce chapitre, et qui est assez peu connu, c'est à quel point le comportement s'avère un levier puissant pour modifier les attitudes et s'assurer une certaine soumission. Dans une analyse séduisante, Joule et Beauvois (1987) proposent de prendre en compte l'entièreté du spectre abordé dans les pages qui précèdent (voir également Fazio, Zanna, & Cooper, 1977). Ces auteurs opèrent une distinction fructueuse entre le recours à des actes problématiques ou non problématiques. Dans le premier cas, merveilleusement illustré par de la théorie de la dissonance cognitive, les personnes sont amenées à produire un comportement en hiatus marqué avec leurs attitudes de départ. En présence des bonnes conditions, leur issue consiste à bouleverser leurs attitudes et modifier le comportement ultérieur. À l'autre bout du continuum, dans le droit fil des travaux sur l'auto-perception, on suscite des comportements en phase avec les attitudes et opinions existantes, mais dont la consolidation peut faire glisser les

individus vers des extrêmes surprenants. Dans l'une et l'autre de ces situations, et de façon paradoxale, le sentiment d'autodétermination, ce que Kiesler (1971) appelle l'engagement, dans le chef de la personne ciblée est la pierre angulaire qui conditionne la soumission et engendre les modifications cognitives, émotionnelles et comportementales.

Un autre dividende d'une approche globale qui prend en compte la réalisation d'actes problématiques ou non est de pouvoir mettre en perspective les processus plus exigeants sur le plan cognitif et d'autres qui demeurent davantage superficiels. À cet égard, un atout certain du changement d'attitude en cas de dissonance réside dans la quantité et la qualité des pensées qui sont mobilisées. En effet, pour réduire la dissonance, l'investissement intellectuel est rarement dérisoire. En toute logique, des changements d'attitudes qui interviennent au terme d'un processus de réflexion aussi scrupuleux sont susceptibles de s'inscrire durablement dans le temps. À l'opposé, l'examen de comportements qui s'inscrivent dans le prolongement de positions antérieures doit mobiliser moins de ressources. On peut dès lors s'attendre à ce que le changement d'attitude suscité par cette seconde voie résiste moins bien aux tentatives ultérieures de déstabilisation et constitue un moins bon prédicteur du comportement. C'est le point vers lequel nous nous tournons maintenant.

2. La prédiction du comportement

On l'a vu au chapitre précédent, un des attraits majeurs du concept d'attitude réside dans la promesse de prédire les conduites (Allport, 1935). Si vous savez que quelqu'un est très au fait du programme d'un certain parti politique, ressent de l'admiration pour son leader et arbore des autocollants sur sa voiture en faveur de cette formation, il y a fort à parier que cette personne accordera son vote à ce parti le jour des élections. Pour logique qu'elle soit, cette vision est sans doute aussi trop optimiste. Force est de constater que de très nombreux travaux renseignent la présence d'un écart pour le moins troublant entre attitude et comportement. Dans une étude devenue un classique, le psychologue social LaPiere (1934) s'était rendu

dans divers hôtels et restaurants accompagné d'un couple de Chinois. Alors que ces hôtes étaient chaque fois traités avec courtoisie, une enquête ultérieure révèle qu'une toute grande majorité des établissements visités expriment pourtant une attitude négative à l'encontre de client·e·s chinois·es. Cette incohérence est loin d'être une exception et nombreux·ses seront celles et ceux qui vont prôner l'abandon pur et simple du concept d'attitude (Wicker, 1969). Un tel défaitisme est lui aussi sans doute exagéré et plusieurs travaux vont remettre le travail sur le métier. Plutôt que de se pencher sur la question de savoir si les attitudes prédisent le comportement, il s'agira de déterminer comment et quand l'attitude prédit le comportement (Ajzen & Cote, 2008).

2.1. De l'action raisonnée au comportement planifié

C'est sans conteste Fishbein et Ajzen (1975) qui fourniront le travail de clarification le plus significatif à cet égard. La contribution de ces auteurs se situe à deux niveaux, conceptuel et méthodologique, et dépasse d'ailleurs le champ strict des attitudes. Le point de départ de leur réflexion se situe dans un modèle qui vise à comprendre la manière dont l'attitude agit sur le comportement. Aujourd'hui encore l'un des plus fréquemment cités dans la littérature, que ce soit en psychologie sociale, en psychologie de la santé, en psychologie de la consommation, ou dans d'autres domaines d'application (Ajzen, 1985, 2012 ; Fishbein & Ajzen, 2010), ce modèle propose que l'attitude se combine aux normes sociales pour façonner l'intention comportementale, antécédent majeur du comportement. L'attitude est elle-même ancrée dans les connaissances des individus à propos de ce qu'ils entrevoient comme des atouts et des inconvénients associés au comportement. Les normes sociales sont quant à elles enracinées dans les attentes présumées de l'entourage des individus et la relation que ces derniers entretiennent avec leurs référent·e·s. Par la suite, Ajzen (1988, 1991) complètera ce modèle connu sous le nom de théorie de l'action raisonnée pour forger ce qu'il baptisera le modèle du comportement planifié. Concrètement, il s'agira de prendre également en compte les facteurs facilitateurs et inhibiteurs du comportement comme antécédents du contrôle perçu. Ce facteur viendra lui aussi moduler l'intention et, *in fine*, le

comportement. La figure 9.9 fournit une représentation graphique de la théorie du comportement planifié.

Figure 9.9. Le modèle du comportement planifié (d'après Ajzen, 1988)

Pour bien comprendre les nuances entre toutes ces facettes, imaginons que l'on veuille prédire des conduites écologiques et, singulièrement, le fait de trier les déchets ménagers pour les répartir dans les différents sacs prévus à cet effet, Fishbein et Ajzen (1975) considèrent que le meilleur prédicteur du tri ménager est donc l'intention des gens de trier leurs déchets ménagers. En d'autres termes, l'existence plus ou moins marquée de cette intention signe le fait que le comportement de tri est un objectif à poursuivre ou, au contraire, à négliger aux yeux des personnes interrogées. La présence d'une intention, d'un but, fera que la personne mettra en œuvre un ensemble d'étapes utiles pour, *in fine*, pouvoir poser l'acte en question. L'intention comportementale constitue de toute évidence le versant conatif de l'attitude et se révèle effectivement un très bon prédicteur d'une gamme extrêmement large de conduites comme le fait de donner son sang, de voter, de recourir à des techniques de contraception, d'avoir une hygiène dentaire, de fumer des cigarettes, etc. (Sheeran, 2002).

L'attitude proprement dite recouvre le versant affectif et renvoie directement au positionnement émotionnel de l'individu face au comportement. Sur le plan opérationnel, les attitudes sont le plus souvent évaluées par le biais d'un différenciateur sémantique (Osgood, Suci, & Tannebaum, 1957) qui invite les gens à positionner l'objet attitudinal sur des échelles en plusieurs points avec des traits comme bon, positif, important, etc.

Mais d'où viennent ces réactions affectives ? Selon la théorie, elles constituent une synthèse de toutes les informations que les personnes ont à leur disposition concernant les conséquences du comportement d'une part et l'évaluation de ces conséquences d'autre part. Ainsi, les personnes peuvent considérer que le fait de trier implique de disposer de plusieurs poubelles distinctes dans un espace proche de la cuisine, entraîne indubitablement des

coûts moindres pour l'utilisation des sacs poubelles, ou provoque parfois des odeurs nauséabondes. Alors qu'une personne considérera que la question des odeurs ne se pose pas, une autre trouvera qu'un tel aspect est inéluctablement associé avec le comportement de tri ménager. Dans le même temps, l'odeur qui se dégage des sacs de boites de conserves et d'emballages de jus de fruits ou de lait ne sera pas considérée comme très gênante pour une partie des personnes et posera un gros souci à d'autres. Cette facette informationnelle de l'attitude renvoie bien au versant cognitif. La figure 9.10 reprend les jugements recueillis dans une étude menée par Armitage et Conner (1999) sur les conséquences liées à un régime amaigrissant et l'évaluation de ces conséquences. Comme on peut le voir, les conséquences liées au régime, ce que le modèle qualifie de croyances, varient de façon impressionnante entre les personnes qui déclarent avoir l'intention de faire régime et celles qui n'y songent pas. Ainsi, les gens qui ambitionnent de faire régime sont convaincus qu'ils se sentiront en meilleure santé, ce qui est loin d'être le cas des personnes qui ne veulent pas faire régime. Notons au passage que l'un et l'autre groupe considèrent que se sentir en meilleure santé est quelque chose de positif. C'est donc sur la relation entre le comportement et une conséquence que porte la divergence.

Figure 9.10. Jugement de la probabilité de différentes conséquences associées à la poursuite d'un régime amaigrissant en fonction de l'intention d'en faire un ou non (d'après Armitage & Conner, 1999).

Aux termes du modèle, les normes sociales viennent ensuite épauler les attitudes pour façonner l'intention. On prend ainsi le pouls de la manière dont les personnes perçoivent leur environnement social et, cela, en lien avec le comportement visé : est-ce que les gens autour de soi estiment qu'il faut ou non poser le comportement ? Ces considérations rappellent que l'insertion sociale joue un rôle important quand il s'agit d'orienter les conduites. Les recommandations de Fishbein et Ajzen (1975) sont de disséquer les choses pour aborder d'une part les positions des divers référent·e·s sociaux·ales pertinent·e·s et d'autre part le degré d'influence que les personnes interrogées leur prêtent. Au-delà d'un indicateur global que les auteurs appellent la norme subjective, on va donc s'interroger sur la

question de savoir ce que les personnes interrogées attribuent comme opinion à leurs ami·e·s, leurs parents, leurs collègues, au sujet du comportement visé. En outre, il s'agira de vérifier si ces référent·e·s sont généralement suivi.e.s ou ignoré·e·s voire contredit·e·s par rapport à la conduite cible.

En allant des aspects cognitifs aux conduites en passant par la dimension affective, ces auteurs décortiquent le concept d'attitude en lui imposant une ligne temporelle qui fait furieusement penser à ce que l'on retrouve dans le champ des relations intergroupes. Là aussi, la conception dominante est celle d'un enchaînement allant des stéréotypes, aux préjugés et, en bout de piste, à la discrimination (voir Yzerbyt & Demoulin, 2010 et ***chapitre 13***). Par ailleurs, par le biais des normes sociales, l'aspect « social » de la théorie de l'action raisonnée offre un contrepoids intéressant à la tonalité « individuelle » des trois composantes de l'attitude. Cette prise en compte permet de tisser des liens précieux entre les efforts de recherche dans le champ des attitudes et les travaux sur l'influence sociale voire les relations sociales. De fait, les personnes ne produisent pas des conduites dans un vide social, mais se montrent sensibles aux préférences repérées dans leur environnement. Cette conception offre donc une place au dialogue entre l'individu et une gamme importante de sources d'influence, qu'il s'agisse d'autres individus, de groupes ou d'institutions. Outre sa richesse sur le plan diagnostique, en ce sens qu'un examen complet des éléments du modèle met en évidence les informations et les référents qui constituent des freins à la réalisation du comportement, elle confère aussi un caractère stochastique à savoir qu'il faudra bien que les attitudes et les normes aillent dans le même sens pour assister à l'émergence des conduites.

Quand on veut, on peut ! Sans doute pas toujours, répondrez-vous. De fait, tous les comportements ne découlent pas nécessairement de la présence d'une attitude et d'une norme subjective favorables. Ainsi, bien que des étudiant·e·s manifestent des attitudes positives à propos de leur réussite aux examens et ont la ferme conviction que leur entourage soutient une telle réussite, l'histoire ne s'arrête pas là. Contrairement à certains comportements qui dépendent uniquement du bon vouloir des individus, d'autres dépendent de facteurs qui restent parfois largement en dehors du contrôle des étudiant·e·s (Schifter & Ajzen, 1985). Dans le modèle du

comportement planifié, Ajzen (1988) pointe le fait que l'intention comportementale s'ancre aussi dans la perception de contrôle des personnes. Si on a le sentiment qu'on maîtrise mal la réalisation d'un comportement, on peut se montrer hésitant, voire pessimiste, et au bout du compte renoncer à s'engager dans cette voie. Ce contrôle perçu s'enracine dans la perception des divers facteurs que l'on estime entrer ou non en ligne de compte dans la réalisation du comportement et de leur rôle en tant qu'obstacle ou élément facilitateur. Pour peu qu'elle soit réaliste, cette perception de contrôle permet aussi, comme le montre le modèle repris dans la figure 9.9, de prédire avec une certaine justesse le comportement.

2.2. La spécificité et la correspondance

Au-delà des conceptions théoriques incarnées dans les modèles de l'action raisonnée et du comportement planifié, Ajzen et Fishbein (1977) vont également faire des propositions très précieuses sur les plans méthodologiques et psychométriques. Ces avancées permettront de comprendre pourquoi tant de recherches se montrent pessimistes quant à la relation entre attitude et comportement. Si l'on repense à LaPiere (1934) et ses ami·e·s chinois·es, on se doute qu'un degré de suspicion soit de mise à l'encontre du concept d'attitude. Comme évoqué précédemment, de très nombreuses expériences ont été menées qui ont mis au jour une relation aléatoire entre attitude et comportement, au point que certain·e·s auteur·e·s comme Wicker (1969) en sont venu·e·s à décréter l'abandon du concept. Cette posture radicale a eu le don d'aiguillonner les chercheur·e·s pour les pousser à mieux comprendre l'origine du hiatus. En effet, à y regarder de plus près, on peut s'interroger sur ce qu'il est possible de prédire comme comportement de la part de restaurateur·rice·s alors que les images spontanées de ressortissant·e·s chinois·es qui leur viennent à l'esprit au moment où on sonde leur attitude sont sans doute pour le moins orientées. Au début des années 30, la majorité des ressortissant·e·s chinois·es aux États-Unis occupaient des emplois peu alléchants comme la blanchisserie et les travaux de construction dans le chemin de fer. Quelle cohérence peut-on attendre avec les réactions des mêmes restaurateur·rice·s lorsqu'il·elle·s sont confronté·e·s à un couple tout ce qu'il y a de plus présentable, même si ce

sont des Chinois·es, et accompagné par un professeur d'université à l'allure distinguée ? Sans doute très peu...

Pour comprendre l'argument de la spécificité, il convient d'apprécier le fait qu'une mesure d'attitude renvoie le plus fréquemment à des choses très diverses qui mettent en jeu des facettes multiples. Être plus ou moins en faveur de l'écologie, pour ou contre le planning familial, favorable ou défavorable à la légalisation du cannabis, c'est mobiliser simultanément énormément d'aspects qu'il s'agisse de connaissances, d'émotions ou même d'expériences vécues. Si ce qui vient d'être dit tombe sous le sens, on peut remarquer que les choses ne se passent pas comme cela du côté de la mesure du comportement. Là, on se contente tout juste de mesurer un comportement, certes en lien avec l'attitude, mais le lien peut s'avérer ténu. Pour Fishbein et Ajzen (1974), toutefois, il en va des actes comme des items d'un questionnaire attitudinal. Il ne viendrait pas à l'idée des chercheur·e·s de sonder les attitudes en ne posant qu'une seule question, car on sait trop les risques encourus au niveau de l'erreur de mesure. La parade passe alors par la multiplication des énoncés. Eh bien, il doit en aller de même du côté de la mesure du comportement. En d'autres termes, les principes élémentaires de psychométrie requièrent que l'on échantillonne au sein d'un large répertoire comportemental et que l'on se dote d'une grille d'observation comprenant des conduites suffisamment nombreuses et diversifiées. Ainsi, mesurer le comportement envers l'écologie ne peut se limiter à l'observation de tri de déchets ménagers, mais passe par l'enregistrement de manifestations comportementales répétées et variées. Plus l'attitude examinée est de nature générale, plus il sera crucial d'échantillonner sans œillères dans l'univers des conduites qui s'y rapportent.

Pour illustrer l'intérêt de bien couvrir l'ensemble des conduites concernées par l'attitude considérée, Fishbein et Ajzen (1974) ont demandé à leurs participant·e·s, outre de répondre à des échelles attitudinales classiques portant sur la religiosité, de réagir à une liste de 100 items comportementaux reprenant des conduites ayant toutes trait à la religion comme le fait de faire une prière avant les repas, d'assister à des offices religieux, de verser des dons à des organisations religieuses, etc. Reproduisant un pattern observé dans nombre d'études antérieures, la

corrélation moyenne entre chacun des comportements et les différentes échelles attitudinales grimpe péniblement à des valeurs avoisinant .12 à .15. Cela change radicalement quand on prend en compte les 100 comportements d'un coup d'un seul en faisant la simple somme des réponses. Cette fois, les corrélations avec les attitudes s'étalent de .61 à .71. On le voit, il suffit de donner droit à la richesse de la sphère comportementale dans les mesures que l'on effectue et une prédiction de qualité est au rendez-vous.

De toute évidence, le tri des déchets ménagers et
l'usage d'un véhicule automobile hybride sont des
choses très différentes, même si ces deux conduites peuvent toutes deux donner à voir l'orientation des personnes en matière écologique. En serait-on dès lors réduit·e à ne prédire les conduites qu'en termes très généraux ? Absolument pas ! Ajzen et Fishbein (1977) relèvent à cet égard que les démonstrations classiques d'utilité des attitudes se situent dans le domaine du comportement politique et, singulièrement, en matière de vote. Pour ces auteurs, ces exemples illustrent bien le fait que prédire un comportement exige de bien cerner ce dont on souhaite parler. Il faut donc être très clair·e sur la conduite qui est au cœur des préoccupations (voter), à la période considérée (à la prochaine élection), à la cible particulière du comportement (en faveur du parti écologiste), et au contexte dans lequel ce comportement se déploie (pour siéger au parlement européen). Dans une étude longitudinale de Davidson et Jaccard (1979), les répondantes étaient suivies sur une période de deux ans quant à leur utilisation de la pilule contraceptive et au fait d'avoir des enfants. Les chercheurs montrent ainsi que les attitudes mesurées au début de l'étude prédisent bien mieux le comportement lorsque la correspondance est élevée. Ainsi, l'attitude générale des répondantes à l'égard des enfants corrèle à -.01 avec le fait d'avoir un enfant durant la période de deux ans alors que l'attitude à l'égard du fait d'avoir un enfant dans les deux ans corrèle à hauteur de .54. Autrement dit, si on veille à bien mettre en correspondance le niveau de spécificité de chacune des deux facettes, attitude et comportement, le plus souvent dans le questionnaire pour la première et dans l'observation pour le second, on devrait pouvoir atteindre un bon niveau de prédiction (Ajzen & Fishbein, 1980).

2.3. Des attitudes aux comportements

Combien de fois ne se retrouve-t-on pas dans des situations où le comportement que l'on pose n'a qu'un rapport tout relatif avec nos attitudes. Au-delà de la simple question de la prédiction, comment et quand les attitudes ? se traduisent-elles concrètement en comportement ?

Attitudes, comportements et cohérence

Votre attitude à l'égard de la question climatique est tout sauf équivoque et la transition écologique vous importe vraiment. Pourtant, le week-end passé, vous décidiez de prendre l'avion plutôt que le train pour rejoindre à l'étranger les ami·e·s rencontré·e·s lors de votre semestre Erasmus en Espagne. Hier encore, vous êtes rentré·e du supermarché avec plusieurs paquets de friandises dans le sac de courses alors que vous espériez mettre en œuvre ce régime qui vous semble indispensable avant les vacances d'été.

Manifestement, pour qu'une attitude entre en ligne de compte et parvienne à façonner le comportement, il faut que les circonstances s'y prêtent. Certaines situations rendent l'expression pure et simple des attitudes assez difficile. Il en va ainsi de tous les cas où des contraintes sociales fortes pèsent sur les personnes. Pour rappel, le modèle d'Ajzen et Fishbein (1980) souligne bien à quel point les normes sociales jouent un rôle crucial dans la formation des intentions et, en définitive, dans l'émergence des conduites. Dans un pays où les amours homosexuels sont sévèrement réprimés, il sera nettement plus difficile d'exprimer des attirances pour des personnes de même sexe. On comprend que lorsque des injonctions morales fortes existent, ces dernières seront de meilleurs prédicteurs que les préférences individuelles. De même, les rôles et les responsabilités contraignent aussi les conduites. On le voit donc, des situations peuvent orienter les comportements à poser. À l'inverse, certains contextes se caractérisent par la marge de manœuvre conséquente qu'ils offrent aux personnes et laissent libre cours à leurs attitudes. Si on peut penser que tout le monde préfèrera

les seconds aux premières, les gens ne sont pas forcément tous de cet avis (Snyder, 1983). Pour certaines personnes, comme les personnes à haut niveau d'auto-surveillance, déjà abordées au ***chapitre 4*** (Snyder, 1974), plus les indices situationnels sont clairs, plus elles se sentent à l'aise pour évoluer dans le champ social. Pour d'autres, et notamment les personnes à faible niveau d'auto-surveillance, elles apprécient des situations qui leur permettront de s'exprimer en conformité avec leurs convictions et leurs attitudes (Snyder & Ickes, 1985). On observe donc une correspondance plus marquée entre attitude et comportement chez les secondes que chez les premières.

À côté de l'impact des normes et des conventions sociales, se pose également la question des embûches que l'on peut rencontrer dans la mise en œuvre d'une attitude via l'intention. Le modèle du comportement planifié prévoit que les obstacles que l'on entrevoit viendront colorer nos intentions. Il y a en effet peu de chances que vous formiez l'intention de réaliser un triathlon si vous estimez que les difficultés à surmonter et les conditions requises sont prohibitives au vu de votre condition physique et du temps que vous pourriez consacrer à un entrainement jugé indispensable, malgré tout le bien que vous pourriez penser d'un tel exploit. On le voit : là aussi, les attitudes sont moins susceptibles de se concrétiser en comportements. Même quand les choses paraissent moins insurmontables, le succès est loin d'être systématiquement au rendez-vous si l'intention est trop vague. Pour qu'une attitude parvienne à orienter la conduite, cela suppose aussi que des intentions sont traduites en plan d'action afin de veiller à la réalisation effective du comportement (Gollwitzer & Sheeran, 2006). Les intentions constituent de puissants guides à l'action pour peu qu'elles soient formulées non pas à un niveau général et abstrait, mais de manière spécifique et concrète. Une bonne manière de gagner en efficacité consiste d'ailleurs à concocter des plans d'action qui visent à mettre en œuvre des comportements précis dans un avenir proche (Trope & Liberman, 2010). Si je caresse l'ambition de perdre du poids, il s'avère précieux de penser à ce que je vais faire demain et dans les jours qui suivent et, singulièrement, de préparer très concrètement les différents menus afin de pouvoir effectuer les achats en conséquence (Achtziger, Gollwitzer, & Sheeran, 2008). Se dire qu'on veut perdre 5 kg d'ici les vacances d'été ou

que l'on souhaite réduire de moitié sa consommation de sucre, pour louables que de telles intentions puissent être, s'avère tout simplement hasardeux, car le niveau de généralité et le caractère abstrait de telles ambitions risquent bien de mettre à mal nos chances de succès. Les dividendes de tels plans d'action, appelés aussi buts de mise en œuvre, ne sont pas seulement palpables à court terme, mais se marquent également dans la durée. Ainsi, par rapport à un groupe contrôle, des adolescent·e·s fumeur·euses formé·e·s pour concocter des plans de mise en œuvre sont parvenu·e·s à réduire leur consommation de cigarettes même après une période de deux ans (Conner & Higgins, 2010). On retrouve ici tout l'intérêt de la prise en compte conjointe des principes de correspondance et de spécificité mis à l'honneur par Ajzen et Fishbein.

Mais d'autres facteurs, davantage liés aux attitudes, leur confèrent un poids important dans l'orientation du comportement (Holland, Verplanken, & van Knippenberg, 2002). De manière générale, l'avantage ira aux attitudes qui sont jugées importantes pour le soi, qui se trouvent être saillantes et qui sont d'une manière ou d'une autre accessibles en mémoire au moment d'agir. Imaginons que votre attitude en matière de transition écologique soit quelque chose qui compte énormément pour vous. À vos yeux, les conséquences qui découlent du non-recyclage, de l'utilisation débridée des ressources naturelles, de la consommation de viande, etc., vous apparaissent aussi inéluctables que graves. On peut comprendre dès lors que vous serez en mesure de consentir bien des efforts et de défier les railleries éventuelles de vos parents et de votre entourage. Votre comportement s'inscrira dans la ligne de votre attitude. C'est aussi ce qui se passe pour les personnes à faible niveau de surveillance de soi évoquées précédemment (DeBono & Snyder, 1995). De telles attitudes constituent dès lors des guides plus efficaces du comportement (Kraus, 1995).

On peut aussi accroître l'impact des attitudes en s'arrangeant pour mettre celles-ci à l'avant-plan. Une stratégie à cet égard consiste à renforcer l'attention des personnes pour ce qu'elles font et ce qu'elles sont. C'est ce que propose la théorie de la conscience de soi (Duval & Wicklund, 1972) déjà abordée au ***chapitre 4***. De nombreuses recherches montrent que les gens agissent plus en conformité avec leurs attitudes lorsqu'on les confronte à une audience ou quand on les place tout simplement face à un miroir.

Dans une expérience illustrative (Diener & Wallbom, 1976), des étudiant·e·s devaient résoudre une série d'anagrammes jusqu'à ce qu'une sonnerie leur signale d'arrêter. Dans une condition contrôle, près de deux personnes sur trois débordent et poursuivent le travail au-delà du temps imparti. Dans la condition expérimentale, où la tâche prenant place devant un miroir, moins d'une personne sur dix triche (voir figure 9.11). Dans la mesure où la toute grande majorité des étudiant·e·s se déclare opposée à la tricherie, on constate qu'il faut malgré tout accroître leur conscience de soi pour que les actes soient davantage conformes aux paroles. Notons au passage que cet effet de conscience de soi s'oppose à l'idée de dé-individuation abordée au chapitre 4.

Figure 9.11. Pourcentage de tricherie en condition de conscience et de non-conscience de soi
(d'après Duval & Wicklund, 1972)

Toujours en matière d'accessibilité, on peut carrément compter sur un coup de pouce extérieur pour mettre l'attitude en selle. Si un comportement est sur le point d'être posé, fournir une occasion préalable de mobiliser l'attitude garantit un impact bien plus grand. C'est ce qu'ont fait Snyder et Swann (1976) en commençant par sonder l'attitude de leurs participant·e·s à propos de la discrimination positive à l'embauche. Dans une session organisée deux semaines plus tard, ils ont ensuite demandé aux mêmes participant·e·s d'intégrer un jury dans une simulation de procès ayant trait à un cas de discrimination sexuelle. Contrairement à ce qui se passait dans la condition contrôle, on invitait les participant·e·s de la condition expérimentale à consacrer quelques minutes à organiser leurs idées et leurs convictions en matière de discrimination sexuelle. La cohérence entre les attitudes initiales et le verdict émerge dans cette seule condition. L'actualisation des attitudes avant de poser le comportement a donc porté ses fruits.

Sans surprise, les attitudes qui sont sollicitées de manière régulière acquièrent une forme d'automaticité, c'est-à-dire qu'elles viennent à l'esprit sans effort, et pourront plus aisément imprimer leur marque (Fazio, 1986). Rien de plus facile que d'objectiver cette accessibilité. Dans une étude de

Fazio, Blascovich et Driscoll (1992), des participant·e·s devaient indiquer leurs préférences par rapport à toute une série de snacks comme des fruits secs, des chewing-gums, des barres chocolatées, etc. Au terme de l'expérience, les personnes pouvaient choisir leur rétribution parmi une sélection de snacks. Celles dont l'attitude était très accessible, en ce sens qu'elles avaient répondu de façon extrêmement rapide aux questions de préférence, manifestaient des choix bien plus consistants avec leurs préférences que les personnes qui semblaient avoir moins de facilité à accéder à leur attitude. Autrement dit, les attitudes qui sont facilement mobilisées en mémoire orientent davantage les conduites (Fazio & Powell, 1997) et constituent peu à peu ce qu'il est convenu d'appeler une habitude. Les habitudes renvoient donc spécifiquement aux conduites antérieures. Ainsi, les étudiant·e·s universitaires qui recourent de manière habituelle à des préservatifs rapportent bien que leur intention est d'en utiliser lors de leur prochaine relation sexuelle (Trafimow, 2000). On devine aisément que plus des attitudes sont enracinées, plus il sera compliqué pour de nouvelles attitudes de prendre le pas (Verplanken, 2018).

Cette question nous amène à la manière dont les attitudes ont été formées. Si votre attitude concernant le fait de passer vos vacances à l'étranger plutôt que dans votre pays s'appuie sur une longue expérience au cours de laquelle vous avez pu réaliser des voyages dans différentes régions du monde tout autant que des séjours prolongés dans divers coins du territoire national, la préférence que vous exprimerez a de fortes chances de s'actualiser à travers le choix de la destination. Fazio et Zanna (1978, 1981) ont confirmé le rôle de l'expérience directe en montrant que les attitudes de leurs étudiant·e·s à l'égard des études de psychologie prédisaient mieux leur participation future quand les étudiant·e·s avaient déjà pris part à plusieurs études que quand leur expérience se limitait à la lecture de comptes-rendus d'études sans avoir pu y participer de manière effective. De façon intéressante, les attitudes étaient également exprimées avec plus de certitude à mesure que l'expérience directe augmentait. De même, face à une question demandant si le fait de prendre part à une étude de psychologie était extrêmement inintéressant, modérément inintéressant, plutôt inintéressant, indifférent, plutôt intéressant, modérément intéressant ou extrêmement intéressant, les étudiant·e·s devaient biffer les mentions inutiles. C'est ce que les chercheurs

appellent la latitude de rejet. Si toutes les mentions sont rejetées à l'exception de « extrêmement intéressant », on dira que la latitude de rejet est très étendue. Comme on peut le voir sur la figure 9.12, répartir les étudiant·e·s en trois groupes selon le degré d'expérience directe avec les études en psychologie, la certitude avec laquelle les attitudes sont exprimées, ou l'étendue de la latitude de rejet, confirme bien l'existence d'un lien croissant entre l'attitude et la participation future. En somme, les attitudes ancrées dans l'expérience sont susceptibles d'avoir une place bien plus importante dans la suite des événements, car elles s'enracinent dans un large ensemble d'éléments affectifs et informationnels. Dans le droit fil de ce constat, et de manière plus générale, les attitudes qui peuvent s'appuyer sur une base de connaissance riche imposeront davantage leur influence (Krosnick & Smith, 1994).

Figure 9.12. Corrélation entre attitude et comportement en fonction de l'aspect de l'attitude considérée et de l'intensité de ce dernier (d'après Fazio & Zanna, 1978)

Enfin, les attitudes forgées sur base d'une analyse méticuleuse des tenants et aboutissants sont également en mesure d'affecter le comportement plus que celles qui surgissent sur un coup de tête suite à la confrontation avec des éléments somme toute futiles. Ce point rappelle furieusement la question du changement d'attitude par le biais d'un traitement central et systématique plutôt que périphérique ou heuristique (Chaiken, 1980 ; Petty & Cacioppo, 1986, voir ***chapitre 8***). De fait, le modèle de la probabilité d'élaboration prédit bien que les modifications survenues suite à un examen scrupuleux des mérites d'un message entraînent des changements plus conséquents, plus durables, plus résistants aux tentatives de persuasion ultérieure et, c'est le point qui nous intéresse ici, plus prédictifs du comportement ultérieur.

Au fond, à l'instar de ce qu'on trouve dans les recherches sur la persuasion, la théorie de l'action raisonnée ou celle du comportement planifié renvoient l'image d'une personne abondamment informée et qui prend tout son temps pour considérer les tenants et aboutissants de son comportement, en particulier sur les plans attitudinaux que normatifs, ainsi que les divers obstacles susceptibles de se présenter. Tout ceci semble exiger une sacrée

dose de suivi de la part des individus afin de lier les attitudes aux intentions d'une part et les intentions à l'action d'autre part. Les situations qui autorisent un tel temps de réflexion et de planification ne sont pas forcément légion. Mais même en l'absence d'introspection, cela ne veut pas dire que tous ces éléments censés guider le comportement ne sont pas à l'œuvre. Dans un grand nombre de cas, les attitudes qui comptent existent bel et bien dans le chef des individus et ce que ces derniers mobilisent c'est le résumé de tout ce processus introspectif qui est stocké en mémoire et prêt à l'emploi. La rapidité du processus n'est donc pas incompatible avec la force des attitudes invoquées (Fazio, 1989).

Que ce soit au niveau des mesures des attitudes ou en matière de persuasion, il semble bien qu'il faille s'attendre à certaines distinctions entre les attitudes explicites, celles que les gens concoctent et manipulent de manière consciente et sont le plus souvent prêts à exprimer publiquement, et les attitudes implicites, celles qui viennent colorer les conduites de façon plus feutrée voire à l'insu même des personnes. Le fait est que les corrélations sont positives la plupart du temps (Gawronski & Bodenhausen, 2011). Il est probable que votre attitude à l'égard de vos parents ne soit guère différente selon qu'elle est mesurée sur une échelle explicite ou par le biais de mesures implicites. Reste que ces deux types d'attitudes ne se recoupent pas toujours, en particulier parce que les attitudes implicites renvoient souvent à des réactions que les individus ont tout simplement du mal à admettre ou qui sont considérées comme moins socialement acceptables. Dans ce cas de figure, on en retrouve la trace dans des réactions moins facilement contrôlées de manière consciente comme le comportement non verbal (Dovidio, Kawakami & Gaertner, 2002 ; voir ***chapitre 13***) ou lorsque les gens voient globalement leurs capacités de surveillance de leurs réactions amoindries par des facteurs externes. Ainsi, dans une étude de Hofmann et Friese (2008), les étudiant·e·s avaient pour mission de tester des aliments, d'abord une boisson et ensuite des friandises, ainsi que des extraits de films. Tout le monde remplissait d'abord une série de données démographiques, une mesure de dépendance à l'alcool, une échelle de retenue cognitive (mesurant la capacité à maîtriser ses impulsions et à opérer un contrôle de soi) et réalisait une tâche de mesure implicite concernant les M&M's. On passait alors au test de la

boisson. Dans la moitié des cas, cette dernière était alcoolisée. Après un temps de répit utilisé à évaluer un extrait de film, visant en réalité à permettre à l'alcool d'agir, les étudiant·e·s passaient au test des friandises, en l'occurrence un sachet de 125 grammes de M&M's. Ce dernier était ouvert par l'expérimentateur et déposé sur la table. Il s'agissait de répondre à 22 questions en utilisant un maximum de 5 minutes et en se servant de M&M's autant qu'il était nécessaire. Globalement, la consommation de friandises est d'autant plus importante que leur évaluation implicite est positive. En revanche, et comme on peut le voir sur la figure 9.13, cette relation se fait jour uniquement lorsque la boisson initialement testée était alcoolisée. Inversement, les personnes qui disposent de la plus haute capacité de retenue cognitive consomment moins pour autant qu'elles n'aient pas absorbé d'alcool au préalable. On le voit donc, les attitudes implicites semblent davantage en mesure de prendre le pas et guider les réactions quand les gens sont moins capables d'exercer un contrôle sur leurs actes, comme c'est le cas lorsqu'on est sous l'influence de l'alcool.

Figure 9.13. Consommation de friandises (standardisée) en fonction de l'attitude implicite (panneau de gauche) et de la retenue cognitive (panneau de droite) et de la condition expérimentale (d'après Hofmann & Friese, 2008)

3. Conclusions

Au terme de ce périple, nous avons pu constater combien la relation entre attitude et comportement, que l'on imagine souvent évidente, s'avère éminemment complexe. Si les attitudes prédisent parfois le comportement, de multiples conditions doivent être remplies pour qu'il en soit ainsi, sans parler des caractéristiques de personnalité qui entrent en jeu. La théorie de la dissonance cognitive nous a par ailleurs appris que la cohérence entre attitude et comportement était souvent construite en fonction de la prise de conscience d'une inconsistance possible. Cette reconstruction peut certes s'opérer à travers une modification du comportement (« fumons moins pour être en phase avec notre opposition au lobby du tabac »), mais elle peut

également impliquer une modification de l'attitude elle-même (« finalement, le tabac n'est pas si dangereux ; mon grand-père fumait deux paquets par jour et est mort centenaire ») sans que le comportement ne subisse le moindre changement. C'était notamment l'une des idées centrales de la théorie de l'auto-perception. Nous avons également vu combien cette relation était fonction de facteurs situationnels (rendant l'incohérence plus ou moins visible) et plus particulièrement des normes sociales (notamment dans le cadre de la théorie de l'action raisonnée). En somme, si attitudes et comportements sont liés, ils forment un couple aux affinités évanescentes et celui ou celle qui espère transformer l'un des deux tourtereaux en agissant sur l'autre est susceptible de s'exposer à de cruelles déceptions s'il·elle n'est pas équipé·e d'un bagage théorique solide.

L’essentiel

Résumé

De manière générale, attitudes et comportements semblent devoir être liés. Pourtant, cela n’est pas nécessairement le cas. Dans ce chapitre, nous avons vu que la théorie de la dissonance cognitive peut expliquer un lien bien plus complexe qu’il n’y paraît. En cas d’incohérence entre attitude et comportement, une modification de l’un ou de l’autre peut s’opérer de manière à rectifier cette inconsistance. En outre, ce processus est grandement influencé par des facteurs situationnels et les normes sociales.

Questions pour s’auto-évaluer

1. Expliquez en quoi la théorie de la dissonance contrevient aux prédictions fondées sur l’approche comportementale béhavioriste.

2. Quelle théorie invoqueriez-vous pour expliquer pourquoi les gens sont globalement heureux des choix qu’ils opèrent ? Citez une expérience qui illustre votre propos.

3. Donnez la liste des quatre conditions qui conditionnent l’émergence de la dissonance cognitive.

4. Quel est l'argument central qui sous-tend l'approche de l'auto-perception de Bem ? Comment cet auteur rend-il dès lors compte des résultats de Festinger ?

5. Donnez quelques exemples de la vie quotidienne dans lesquels vous avez été face à des tentatives de manipulations et tentez de mettre un label sur la technique utilisée dans chaque cas.

6. En quoi diriez-vous que la théorie de l'action raisonnée est une théorie proprement psychosociale ? Expliquez.

7. Citez trois facteurs qui contribuent à rendre l'attitude de quelqu'un davantage prédictive de son comportement.

Lectures pour aller plus loin

En Français

Beauvois, J. -L. (1995). *Traité de la servitude libérale: Analyse de la soumission*. Paris : Dunod.

Cialdini, R.B. (2014). *Influence et manipulation : L'art de la persuasion*. Paris : Poche.

Girandola, F. & Fointiat, V. (2016). *Attitudes et comportements : Comprendre et changer*. Grenoble.

Joule, R. V., & Beauvois, J. -L. (2014). *Petit traité de manipulation à l'usage des gens honnêtes*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

En Anglais

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin, 84, 888-918*.

Cooper, J. (2019) Cognitive dissonance : Where we've been and where we're going. *International Review of Social Psychology*, *32*, 1-11.

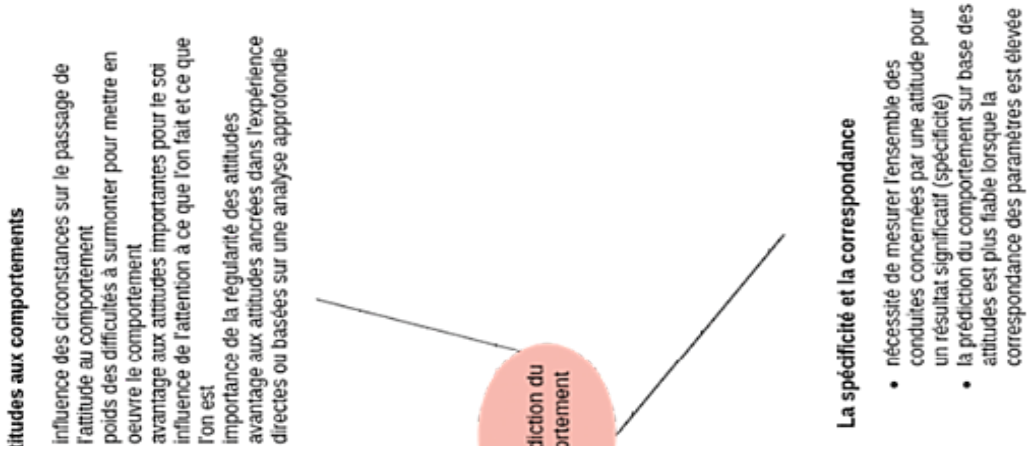
Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). Predicting and changing behavior: The reasoned action approach. New York: Psychology press.

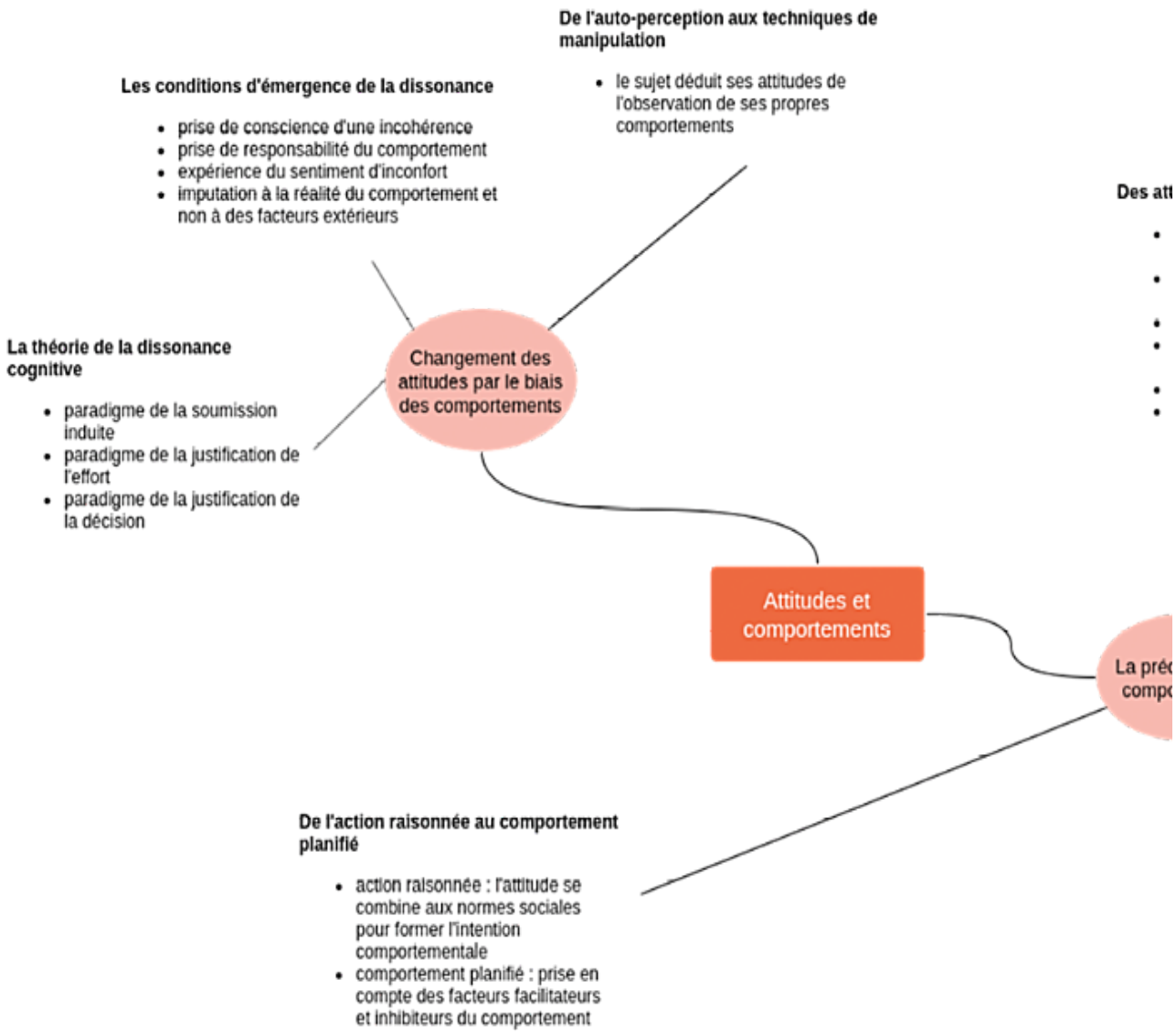
Steele, C. M. (1988). The psychology of self-affirmation: Sustaining the integrity of the self. *Advances in Experimental Social Psychology*, *21*, 261-302.

Pour illustrer

Les effets d'une procédure d'engagement par Nicole Dubois.

Pourquoi accepte-t-on parfois des requêtes coûteuses et pénibles ?




Attitudes et comportements
Changement des attitudes par le biais des comportements
Les conditions d'émergence de la dissonance
prise de conscience d'une incohérence
prise de responsabilité du comportement
expérience du sentiment d'inconfort
imputation à la réalité du comportement et non à des facteurs extérieurs
De l'auto-perception aux techniques de manipulation
le sujet déduit ses attitudes de l'observation de ses propres comportements
La théorie de la dissonance cognitive
paradigme de la soumission induite
paradigme de la justification de l'effort
paradigme de la justification de la décision
De l'action raisonnée au comportement planifié
action raisonnée : l'attitude se combine aux normes sociales pour former l'intention comportementale
comportement planifié : prise en compte des facteurs facilitateurs et inhibiteurs du comportement

Chapitre 10 Émotions et relations sociales

Chapitre 11 Agression et altruisme

Chapitre 12 La vie en groupe

Chapitre 13 Les relations intergroupes

PARTIE

03

Les relations sociales


DEMOCRACIA
REAL
PARIS
PEOPLE OF EUROPE
RISE UP
8H
DRATACIÓN MÁ
ONTROL TOTAL
LA LUCHA
Y NO
URNAS
ELO MEDITERRÁNEO
RONES
A CRISIS
QUEMADOS
NOS EL SISTEMA

10

Émotions et relations sociales

Dans ce chapitre, nous nous pencherons sur les relations interpersonnelles en nous centrant principalement sur les relations dyadiques, c'est-à-dire impliquant uniquement deux personnes. Nous aborderons tout d'abord les émotions, véritable ciment des relations sociales. Nous nous pencherons ensuite sur la formation des relations sociales, à travers l'attachement et le dévoilement de soi. Dans un troisième temps, nous examinerons les déterminants de l'attirance interpersonnelle. Enfin, nous nous intéresserons aux relations à long terme: qu'est-ce qui fait que le mariage, ou d'autres relations durables entre deux individus, « tiennent le coup » contre vents et marées ?

Dans un ouvrage qu'il a consacré à la question des enfants sauvages, l'auteur français Lucien Malson (1964) concluait sur cette phrase : « Avant la rencontre d'autrui et du groupe, l'homme n'est rien que des virtualités aussi légères qu'une transparente vapeur ». Les relations sociales sont donc fondamentales pour devenir ce que nous sommes. Mais si un extra-terrestre observait des humains interagir, que verrait-il ? Des individus qui se rapprochent ou qui s'éloignent, des actions de l'un qui peuvent susciter une vaste gamme de réactions de l'autre qui, à leur tour, semblent affecter le premier, de telle sorte que les interactions humaines s'apparentent à une véritable chorégraphie. À moins d'être extrêmement sophistiqué, notre extra-terrestre n'aura accès qu'au comportement non verbal de ces individus. Il ne percevra pas les nuances de leurs paroles ou même de leurs expressions faciales.

Dans ce chapitre, nous allons précisément nous intéresser à la dynamique de ces interactions : comment et pourquoi les individus se rapprochent ou s'éloignent-ils ? À cet égard, nous accorderons un rôle tout particulier aux émotions, que l'on peut envisager comme le véritable carburant des interactions sociales.

1. Les réactions émotionnelles par rapport à autrui

Les émotions sont des états psychologiques caractérisés par différentes caractéristiques. Les émotions sont brèves. Elles durent typiquement quelques secondes, voire quelques minutes. Elles doivent donc être distinguées des humeurs (par exemple, se sentir « irritable » ou « heureux·se ») qui durent des heures, voire des jours. Les émotions sont spécifiques. Elles sont associées à des objets ou cibles bien définies. Quand on est en colère par exemple, on l'est à propos d'un événement ou d'une situation particulière. Elles confèrent un sens à nos expériences. Par exemple, la colère est associée à un sentiment d'injustice, la peur à un sentiment de menace, la tristesse à un sentiment de perte, la culpabilité au fait d'avoir lésé autrui, etc. Dans la plupart des cas, le sens que confèrent les émotions concerne des expériences sociales. En conséquence, les

émotions motivent les individus à agir en lien avec ce sens. Par exemple, la colère nous poussera à rétablir l'injustice (pas toujours avec succès !). La peur, en revanche, nous pousse à fuir, la culpabilité à réparer le tort que nous avons infligé, etc. Si notre corps était une voiture, les émotions correspondraient aux signaux qui apparaissent sur le tableau de bord, nous enjoignant de ralentir, de remplir le réservoir ou d'huiler le moteur. Comme les émotions se traduisent souvent par des comportements, notamment des expressions faciales, elles signalent également aux autres quel est notre rapport au monde et servent donc à réguler les interactions sociales. Voir notre patron en colère nous incitera peut-être à nous terrer dans notre bureau plutôt qu'à partager la pause-café avec lui ! Les émotions apparaissent donc comme une sorte d'interface entre le monde extérieur et nous. Elles nous poussent à agir et à le transformer.

1.1. Déroulement des émotions

Le processus émotionnel comporte plusieurs composantes. Une première étape, l'évaluation primaire, est automatique. Elle déclenche des sensations positives ou négatives selon que le stimulus qui les a déclenchées est en accord ou non avec nos buts du moment. Cette évaluation primaire est suscitée par des stimuli potentiellement associés à notre survie : odeur désagréable, visage souriant, animal menaçant, etc. La seconde étape, d'évaluation secondaire, est davantage sous notre contrôle. Elle transforme les réactions brutes en des émotions plus spécifiques (peur, fierté, culpabilité…). La réaction initiale fait l'objet d'une interprétation. On interprète par exemple l'état déplaisant comme de la colère. On s'interroge alors éventuellement sur ses raisons, sur sa légitimité, sur sa conformité aux normes sociales ? Par exemple, serait-il acceptable d'infliger un direct du gauche à ce type qui vient de prendre la place de parking que je souhaitais occuper ? Les émotions se traduisent également par l'activation de régions cérébrales spécifiques et la sécrétion de neurotransmetteurs. Elles occasionnent souvent des réactions physiologiques (respiration, rythme cardiaque, transpiration…). Elles suscitent aussi différentes réponses expressives (expressions faciales, posture, ton de la voix…) et peuvent bien sûr s'actualiser à travers des comportements divers, du plus simple (fuite, agression) au plus complexe (expression artistique).

On le voit donc, les émotions comportent au moins quatre composantes (Niedenthal, Krauth-Gruber, & Ric, 2009) : des sentiments subjectifs, des comportements expressifs, un niveau d'éveil physiologique et une disposition à agir de manière spécifique. Par exemple, si on est en colère, on peut sentir la tension (excitation physiologique), froncer les sourcils (expression), serrer les poings, se préparer à frapper (comportemental), ressentir un sentiment d'injustice (sentiment subjectif), avoir envie d'agresser (comportement ou tendance à l'action). Cependant, ces composantes ne sont pas nécessairement présentes simultanément. Par exemple, si lors d'un examen oral, un professeur vous pose une question qui n'était pas dans le cours, vous aurez peut-être envie de l'insulter, mais il est probable que vous vous en gardiez. L'émotion est régulée en fonction des normes sociales ou des objectifs de l'individu. Remarquons que d'un point de vue temporel, il est possible que ces différentes composantes soient initialement synchronisées avant de se dissocier petit à petit : en l'occurrence, la colère ressentie vis-à-vis de la situation injuste était initialement associée à une tendance à l'agression.

1.2. Universalité de l'expression des émotions

Est-ce que les émotions sont innées ? Est-ce que tout le monde ressent les mêmes émotions, quelle que soit notre appartenance culturelle ? C'est la thèse que défendait Charles Darwin (1877). Selon lui, les réponses émotionnelles sont des reliques de comportements qui se sont avérés utiles chez nos ancêtres, primates et autres mammifères. Comme tous les humains ont les mêmes muscles faciaux, cela devrait se traduire par une universalité des émotions faciales. Autrement dit, quelle que soit leur culture, les humains devraient exprimer leurs émotions et percevoir les émotions d'autrui de façon similaire. Ekman et Friesen (1971) ont mis en évidence six émotions universelles : la joie, la surprise, la tristesse, la colère et la peur (voir figure 10.1).

Leurs recherches montrent que les expressions faciales associées à ces émotions sont exprimées et reconnues de façon fiable à travers de nombreuses cultures, y compris dans une peuplade de Nouvelle-Guinée, les Fore, qui n'a jamais été en contact avec l'Occident et ne peut donc pas avoir « appris » les expressions correspondantes. Les membres d'une

culture reconnaissent donc les expressions émotionnelles des membres d'autres cultures. Un autre argument en faveur du caractère inné de certaines expressions émotionnelles provient d'études montrant que des personnes aveugles de naissance expriment leurs émotions (fierté ou dépit) de façon similaire à des personnes voyantes (Tracy & Matsumoto, 2008). Or, les personnes aveugles ne peuvent pas imiter les expressions émotionnelles d'autrui (du moins sur base d'indices visuels). Reste que, certaines expressions émotionnelles sont spécifiquement associées à certaines cultures. Par exemple, Haidt et Keltner (1999) ont montré que l'embarras ou la gêne pouvaient s'exprimer en montrant le bout de la langue, ce qui n'est guère le cas en Occident. Il y aurait donc des « accents » spécifiques à certaines cultures dans l'expression des émotions.

Figure 10.1. Expressions faciales correspondant aux 6 émotions primaires. De gauche à droite et de haut en bas : la joie, la tristesse, la surprise, la peur, le dégoût, la colère. Image adaptée du travail de Lýdia Icerko.

1.3. Les émotions dans les relations sociales

Les émotions servent de médium entre le soi et les autres et permettent de réguler les relations sociales. Pour s'en convaincre, considérons le cas d'une émotion spécifique : l'embarras. Il y a quelques années l'un de nous se baladait dans le magasin « duty free » d'un aéroport, équipé d'un volumineux sac à dos, qui a malencontreusement heurté une série de bouteilles d'alcool fort, inondant le sol de verre et de précieux liquide devant des client·e·s médusé·e·s. Même si la maladresse vous accable moins que ce touriste, vous avez dû connaître des situations aussi embarrassantes. L'embarras est une émotion spécifique qui se traduit par des réactions physiologiques particulières (augmentation initiale du rythme cardiaque, augmentation de la tension artérielle, un rougissement…). Remarquons que cela ne se produit que si l'on a conscience des conséquences sociales de nos actions. Si personne n'était susceptible de se rendre compte que ces bouteilles avaient été renversées, notre touriste ressentirait peu voire pas d'embarras. Cette émotion est un signal que l'on a transgressé une norme. Or, transgresser une norme prête le flanc à des

réactions de moqueries, peut-être même d'ostracisme, ce qui pourrait compromettre notre statut au sein du groupe. L'embarras va « protéger » l'individu de ce danger de deux façons.

D'une part, il est rendu visible par des indices comportementaux : posture, rougissement, qui sont détectés par des observateur·rice·s extérieur·e·s (Miller, 1996). En rougissant, la personne embarrassée communique qu'elle est consciente d'avoir fauté et regrette son comportement. Des travaux sur ce sujet (Semin & Manstead, 1982) montrent que le fait de montrer de l'embarras est perçu positivement : on trouve la personne plus sympathique. Du point de vue de l'observateur·rice, l'émotion correspond à un signal qui lui permet d'interpréter les situations sociales (van Kleef, de Dreu, & Manstead, 2010) : est-ce que les bouteilles ont été renversées par un client furieux contre la promotion d'alcool dans les aéroports ? Ou s'agit-il simplement d'une maladresse ? La mine contrite de son auteur permet de résoudre cette énigme.

D'autre part, l'interprétation de ce signal devrait se traduire par des comportements d'approche, qui permettent de préserver les relations entre la personne qui a commis un écart et les témoins. Imaginez un instant que la chute des bouteilles ne suscite pas le moindre embarras de la part de son auteur. Celui-ci serait sans doute perçu comme un rustre alors que s'il se met à rougir et à se contorsionner au vu de sa bourde, il est susceptible d'attendrir les observateur·rice·s de l'événement. En l'occurrence, le comportement non verbal, mais aussi verbal (pensons au fameux « M'Enfin » de Gaston Lagaffe) suscité par l'émotion éveille chez ses témoins des comportements permettant de réguler les relations sociales de façon à préserver la personne ressentant cette émotion.

Naturellement, chaque émotion correspond à des réactions distinctes. L'embarras ou la tristesse suscitent une réaction d'approche. Par contre, les comportements, verbaux et non verbaux, associés à la colère sont davantage susceptibles de susciter une réaction de fuite ou d'évitement (surtout si la personne en colère est plus musclée ou mieux armée que sa cible !). Cette réaction sera elle-même suscitée par une autre émotion : la peur, ces deux émotions se répondant l'une à l'autre. On peut voir les

émotions comme les chorégraphes de nos interactions : elles se répondent mutuellement, guidant nos conduites de façon coordonnée.

1.4. Le partage social des émotions

Comme nous l'avons vu, les émotions suscitent bien des comportements verbaux qui correspondent à des interactions spécifiques avec l'audience. Par exemple, la colère pourrait susciter des insultes à l'encontre de l'auteur d'une injustice qui l'aurait déclenchée, la culpabilité pourrait susciter des excuses, la joie une exclamation de bonheur ou de reconnaissance, etc. Mais le langage nous sert également à exprimer nos émotions à autrui, ce qu'on appelle le « partage social des émotions ». Quelle est la fonction d'un tel partage social ? Pour des philosophes, comme Aristote, ou des psychanalystes, comme Freud, exprimer ses émotions, tout particulièrement négatives, permet de s'en libérer. C'est la fameuse idée de catharsis que nous retrouverons au chapitre 11 au moment d'aborder l'agression. Lorsque les émotions sont désagréables, le partage social des émotions aurait donc une fonction d'apaisement émotionnel. Zech et Rimé (2005) ont étudié cette question de façon expérimentale en demandant à des étudiant·e·s de s'entretenir avec l'expérimentatrice à propos de l'événement le plus douloureux de leur vie. Trois conditions expérimentales étaient introduites. Dans l'une, il s'agissait de se focaliser sur les faits. Dans l'autre, il fallait se concentrer sur les émotions ressenties. Enfin, dans une troisième condition, contrôle, la tâche consistait à évoquer des activités typiques à l'université. Contrairement à l'hypothèse « cathartique », on n'observe aucune différence entre les trois conditions sur différents indicateurs de bien-être, que ce soit quelques jours ou deux mois après l'entretien. Par exemple, la figure 10.2a montre certes une baisse de l'intensité émotionnelle à mesure qu'on s'éloigne de l'entretien, mais celle-ci ne dépend pas de la condition. En revanche, dans la condition « émotions », les gens avaient davantage apprécié l'entretien et l'avaient trouvé plus bénéfique, comme le montre la figure 10.2b.

Figure 10.2a. Intensité émotionnelle en fonction du moment et de la condition expérimentale

(d’après Zech & Rimé, 2005)

Figure 10.2b. Bénéfices perçus de l’entretien en fonction de la condition expérimentale
(d’après Zech & Rimé, 2005).

Pour Rimé (2009), le partage social des émotions ne servirait pas à éliminer des émotions désagréables, mais permettrait de créer un lien social avec autrui. En étant le.la témoin de nos ressentis émotionnels, l’audience est également amenée à ressentir ces émotions. Plus les émotions du·de la locuteur·rice, sont intenses, plus celles de l’audience le seront. L’intensité s’exprimera aussi de façon davantage non verbale. Cette résonance est génératrice d’un lien social. En effet, la réaction émotionnelle de l’audience encourage le partage de l’expérience par A, et ainsi de suite. Le partage social est donc un véritable catalyseur de relations sociales, qui permet la cohésion interpersonnelle (Rimé, Paez, Kanyangara, & Yzerbyt, 2009).

Mais l’influence du partage social des émotions dépasse de loin le duo composé de la personne qui évoque ses émotions et de l’oreille attentive à son chevet. À son tour, la personne récipiendaire va partager les émotions suscitées par son échange précédent de telle sorte qu’un réseau social de plus en plus étendu est susceptible d’être touché par l’événement initial. On s’en doute, cette diffusion est d’autant plus large que l’événement initial est intense.

L’envie de partager des événements marquants

Dans une étude (Harber & Cohen, 2005), 33 étudiant·e·s visitaient la morgue d’un hôpital. L’intensité des émotions ressenties prédisait le nombre de personnes à qui les étudiants et les étudiantes évoquaient cette expérience et, en chaîne, le nombre de personnes à qui leurs audiences en parlaient. En 10 jours, grâce à cette chaîne de téléphone arabe, 900 personnes avaient entendu parler de l’événement (et c’était avant Facebook !). Partager ses émotions permet donc de créer du lien social. Assister ou

prendre part à une première dissection est ainsi une expérience émotionnelle que les gens sont prompts à partager avec leur entourage (Rimé et al., 1998).

Rassemblement à Madrid (Puerta del sol) le 15 mai 2011 (© Carlos Delgado).

C’est particulièrement le cas dans le contexte de rituels collectifs. Il ne s’agit pas là d’une idée nouvelle. Le sociologue français Émile Durkheim (1912/2013) s’était intéressé aux rites religieux au cours desquels les membres d’un groupe évoquent collectivement des événements à caractère émotionnel, ayant touché la vie du groupe. Lors de ce type d’événement, le soi individuel serait mis en veilleuse à travers l’expression des émotions partagées, ce qui consoliderait l’identité de la collectivité, notamment en conférant le sentiment de partager une identité commune et en renforçant le sentiment d’intégration au sein de la communauté. Paez et al. (2015) ont mis cette hypothèse à l’épreuve en comparant des participant·e·s et des non-participant·e·s à différents rassemblements collectifs, tels que des marches folkloriques, des manifestations et même à une campagne anti-immigration créée de toutes pièces en laboratoire. Les participant·e·s à ces rituels sont amené·e·s, voire encouragé·e·s, à se sentir en résonance avec les émotions de ceux et celles qui les entourent, un phénomène que l’on appelle la « synchronie émotionnelle ».

Dans les études de Paez et ses collègues, la perception d’une telle synchronie exerçait différents effets. D’une part, elle amenait les participant·e·s à concevoir leur identité comme confondue avec l’identité du groupe dans son ensemble — ce que ces auteurs appellent « la fusion de l’identité ». Cette synchronie émotionnelle conférait également d’autres bénéfices comme le sentiment de pouvoir agir collectivement (« l’efficacité collective »), l’estime de soi, et le sentiment subjectif de bonheur. Ceci se produisait aussi bien dans des situations festives, telles que les marches folkloriques, que dans des contextes plus négatifs, comme le mouvement de contestation initié le 15 mai 2011 à Madrid visant à dénoncer les inégalités économiques en Espagne suite à la crise financière de 2008. Bref, partager des émotions en groupe semble exercer un effet bénéfique sur le bien-être.

2. Formation des relations

Dans cette section, nous nous intéresserons à la formation des relations sociales entre les individus. Par relations, nous entendons des situations dans lesquelles des liens familiaux, d'amitié ou d'amour, unissent deux ou plusieurs individus de façon plus ou moins prolongée. Nous traitons ici des premières étapes de ces relations à travers le processus d'attachement. Nous nous intéresserons ensuite à deux facteurs déterminants dans la formation des relations : l'attirance et le dévoilement de soi.

2.1. L'attachement

Dispositif expérimental de Harlow. À gauche, poupée en fil de fer ; à droite, poupée en tissu (© Harlow, H. F. (1958). The nature of love. American Psychologist, 13(12), 673-685.

Les relations sociales sont essentielles à la survie d'un être humain. Sans une figure adulte, le plus souvent sa mère, un nouveau-né est condamné. Selon John Bowlby (1980/2002), l'attachement à la figure parentale contribue indirectement à sa survie et donc à la transmission de ses gènes. C'est pourquoi des caractéristiques et comportements des bébés (vocalisations, visages « poupins »…) induisant ou facilitant l'amour parental ont fait l'objet d'une sélection au cours de l'évolution de l'espèce humaine. La démonstration la plus frappante de ce processus provient d'expériences d'Harry Harlow (1959) sur des bébés singes rhésus élevés sans contact social. Harlow avait mis au point deux poupées représentant une figure maternelle. L'une était en fil de fer et était équipée d'un biberon qui nourrissait le jeune singe à volonté. L'autre était en tissu. Les bébés singes passaient davantage de temps sur la seconde que la première et se ruaient sur celle-ci dès qu'ils étaient effrayés. Ces résultats suggèrent que l'attachement répond à un besoin aussi fondamental que l'alimentation.

Toutefois, dans des situations plus réalistes, l'attachement des parents à leurs enfants (et vice versa) peut prendre diverses formes. Ainsi, certains parents répondront systématiquement à toutes les demandes de l'enfant.

D’autres les rejetteront. D’autres encore répondront de façon variable d’une situation à l’autre.

Cette enfant a-t-elle un style d’attachement anxieux ?

Selon Mary Ainsworth (1979), nous aurions des styles d’attachement différents sur base de l’attachement aux figures parentales et de la façon dont celui-ci s’est déployé au cours de notre enfance. Ces styles d’attachement façonneraient la façon dont nous nous attachons à d’autres personnes au cours de notre existence. Cette conclusion provient de travaux menés dans le cadre d’une situation expérimentale, le «paradigme de la situation étrange». Des bébés d’environ un an rentraient avec un parent (généralement leur mère) dans une salle remplie de jouets. Un étranger était également présent. Le parent quittait la salle et revenait après trois minutes pour réconforter l’enfant si nécessaire. Les interactions parent-bébé étaient observées et codées. On relève différents types de réactions. Une première catégorie d’enfants était prête à retourner dans la pièce et découvrir de nouveaux jouets. Ainsworth qualifie ces bébés d’attachés de façon sécure car se sentant suffisamment en sécurité pour s’éloigner de leur parent. Une seconde catégorie était composée d’enfants angoissé·e·s avant même le départ du parent. Ceux·elles-ci étaient très perturbé·e·s par la séparation. Lorsque la mère revenait, on constatait de l’ambivalence dans leur chef. D’une part, il·elle·s souhaitaient un contact rapproché avec elle, mais manifestaient également des résistances à un tel contact. Ces enfants auraient un style d’attachement ambivalent/anxieux. Enfin, dans un troisième groupe, on constate très peu de pleurs lors de la séparation et, lors de la réunion, les bébés se montraient assez distants. Ces enfants auraient un style d’évitement. Remarquons que ces deux derniers types d’attachement sont qualifiés d’anxieux par rapport au style sécure. En effet, l’anxiété des enfants «distants» se traduisait par une colère importante en étant pris·es dans les bras. Cette colère s’accentuait encore lorsqu’on les déposait. Ces styles d’attachement dépendent des comportements des parents : sécure, lorsque ceux·elles-ci sont fiables et répondent de façon cohérente aux pleurs du bébé, ambivalent/anxieux lorsque les parents répondent de façon incohérente (parfois positivement, parfois

négativement). Enfin, les enfants faisaient preuve de comportements d'évitement lorsque les parents se montrent peu réactifs.

Si Ainsworth a étudié ces processus d'attachement chez des bébés, il est possible que ces styles caractérisent ensuite les relations ultérieures, et plus particulièrement les relations intimes. C'est en tout cas ce que proposent Hazan et Shaver (1987). Ces auteurs évaluent les styles d'attachement par l'entremise de questionnaires administrés à de larges échantillons. Les réponses révèlent que l'attachement s'organise selon deux grandes dimensions. La première est l'anxiété : celle-ci définit le degré auquel les personnes ressentent de la peur et de l'angoisse par rapport à leurs relations à autrui. Ont-elles peur de perdre l'autre ? Craignent-elles d'être abandonnées ? Ou au contraire, ont-elles la pleine confiance de pouvoir se reposer sur l'autre ? La seconde dimension se réfère au degré auquel les personnes évitent l'intimité avec autrui. Aiment-elles se dévoiler à autrui ? Ou au contraire préfèrent-elles rester dans leur « bulle » ? Sur base de leur position sur ces deux axes, on peut identifier plusieurs catégories d'individus (voir tableau 10.1). Les personnes, qui ont des scores faibles sur les deux dimensions (sécures) ont confiance en leurs relations sociales et apprécient l'intimité. Les personnes qui ont des scores élevés d'évitement, mais faibles en anxiété (style méprisant/évitant) sont fortement indépendantes. Elles se distancient aisément des autres, surtout lorsqu'elles se sentent rejetées. Les personnes qui sont très anxieuses, mais faibles en évitement (style « anxieux / préoccupé ») recherchent l'intimité et la proximité d'autrui, mais surtout par peur d'être rejetées. Enfin, les personnes qui ont des scores élevés sur les deux dimensions sont très ambivalentes : d'une part, elles souhaitent avoir des relations avec autrui, mais elles ne se sentent pas nécessairement dignes de leur affection et évitent donc les situations d'intimité.

Tableau 10.1. Typologie des styles d'attachement

Évitement de l'intimité		
	Faible	Élevé
Anxiété		

Faible	Sécure	Méprisant / Évitant
Élevée	Anxieux / Préoccupé	Craintif / Évitant

« Ils sont plus de 2 000 et je n’en vois que deux » : dans sa superbe chanson Orly, Jacques Brel décrit les adieux de deux amants à l’aéroport. Fraley et Shaver (1998) en ont fait de même, si ce n’est qu’ils ont observé (subrepticement) de nombreux couples. Après les adieux, ils leur ont demandé de remplir des questionnaires d’attachement. Comme on pouvait s’y attendre, les personnes ayant des scores élevés en évitement tenaient moins la main de leur partenaire et l’embrassaient moins souvent. Les personnes anxieuses, en revanche, exprimaient plus d’angoisse et de peur. Ces travaux suggèrent que les styles d’attachement pourraient bien se construire dans les relations précoces et modeler les relations que nous tissons ultérieurement.

2.2. Le dévoilement de soi

Le dévoilement de soi est un comportement qui a des effets très analogues au partage social, ce qui n’a rien d’étonnant. Parler de soi, de ses expériences intimes et donc de ses émotions, contribue également au lien social. En se divulguant, on est davantage apprécié par l’autre, qui a son tour dévoilera davantage son intimité, ce qui peut susciter une sorte de « cercle vertueux ». La démonstration la plus impressionnante de cet effet provient du travail d’Aron et de ses collègues (1997). Ces auteur·e·s ont invité des inconnu·e·s à discuter pendant 45 minutes. Dans la condition contrôle, aucune autre instruction n’était fournie. Pour les aider, on leur donnait des listes de questions à poser. Il s’agissait de thèmes anodins (« quel est votre acteur favori ? », « quelle est votre période de vacances préférée ? »…). Dans la condition « dévoilement de soi », les questions correspondaient à un dévoilement progressif de soi. Par exemple, la première question était « qui, si vous pouviez choisir n’importe qui, souhaiteriez avoir comme compagnon pour un dîner ? » et l’une des dernières, « parmi tous les membres de votre famille, la mort de qui vous affecterait le plus ? ». À l’issue de cette interaction, on demande aux sujets

d’exprimer leur sentiment de proximité avec l’autre personne (notamment) sur l’échelle représentée sur la figure 10.3. Les résultats montrent un niveau de proximité beaucoup plus important dans la condition de « dévoilement de soi » que dans la condition contrôle. Les auteur·e·s avaient demandé à un groupe de personnes équivalent d’exprimer le niveau de proximité ressenti vis-à-vis de la personne dont elles se sentaient les plus proches dans leur vie. La moyenne des réponses atteint 4.65 sur une échelle de 1 à 7. Le niveau moyen de proximité exprimé par les inconnu·e·s de l’expérience d’Aron et de ses collègues était quant à lui de 3.82 dans la condition dévoilement de soi, ce qui est équivalent ou supérieur à ce que déclarent 30 % des individus du groupe de comparaison. Ce résultat est absolument remarquable si l’on garde à l’esprit que ces derniers évoquaient la personne dont il·elle·s se sentaient intimement proches et pas une personne inconnue qu’on vient de rencontrer dans un laboratoire de psychologie.

Figure 10.3. Échelle de proximité d’Aron (« inclusion of the other in the self »). Consigne : « Quelle figure désigne le mieux votre relation avec la personne avec laquelle vous venez de discuter ? » (d’après Aron et al., 1997)

Ces résultats attestent le rôle déterminant que joue la réciprocité dans l’attirance. Chaque fois que l’autre nous rend la pareille en se dévoilant, cela indiquerait que cette personne nous fait confiance et nous apprécie. De cette façon, à mesure que chacun se dévoile, une confiance se construit entre les deux personnes. Celle-ci à son tour induit un sentiment de proximité avec l’autre (Sprecher et al., 2013).

3. L’attirance pour autrui

Qu’est-ce qui amène les êtres humains à former des relations avec des personnes inconnues, à éprouver de l’attirance à leur égard ? La recherche sur cette question permet de mettre en évidence quatre catégories de facteurs principaux. Nous en avons déjà vu un, que nous n’examinerons plus ici, l’appréciation réciproque.

3.1. De la proximité à la familiarité

La première catégorie regroupe trois facteurs qui se recouvrent en partie : il s'agit de la proximité, de la similarité et de la familiarité. Nous les traiterons donc dans la même section. Considérons tout d'abord la proximité. On tend à former des relations sociales avec les gens que nous côtoyons dans notre environnement social (Festinger, Schachter, & Back, 1950). Comme le soulignait Bossard (1932), « Cupidon a des ailes, mais elles ne sont pas adaptées pour les vols long-courriers ». Ainsi, une étude à grande échelle menée aux Pays-Bas (Haandrikman et al., 2008) montre que cinq ans avant leur emménagement ensemble, 50 % des futur·e·s cohabitant·e·s vivent à moins de 8 km les un·e·s des autres. Bref, quand les gens sont proches et se côtoient, ils ont plus de chance de nouer des relations — et ce, malgré la présence d'Internet, qui permet d'entrer en contact avec des personnes souvent distantes. La génération de bébés « Erasmus », nés suite au programme d'échange du même nom, en témoigne !

Deuxième facteur : la familiarité, proche cousine de la proximité spatiale. Celle-ci se réfère au degré auquel on est exposé à l'autre personne. Le simple fait d'être familier avec quelqu'un rend cette personne plus attirante. On aime les choses que l'on a déjà vues. L'effet de simple exposition [chapitre 8] en est une illustration. Une explication à ce phénomène réside dans le fait que notre système cognitif a plus de facilité à traiter des stimuli familiers — ce qu'on appelle parfois l'« aisance cognitive ». Le sentiment d'aisance cognitive est à son tour utilisé pour évaluer de nouveaux stimuli. Par exemple, un professeur est susceptible d'évaluer plus positivement les arguments exprimés dans un texte écrit de la plus belle plume que si ceux-ci sont écrits de façon beaucoup moins lisible. Ce professeur utilise son sentiment d'aisance pour évaluer le contenu du texte. Si la qualité de l'écriture peut produire de l'aisance, l'exposition répétée à un stimulus peut avoir le même effet (Bornstein & D'Agostino, 1992). Selon cette logique, lorsqu'on est amené à penser à une personne avec qui l'on est familier, on ressentira généralement un plus grand sentiment d'aisance cognitive que lorsqu'on doit penser à une personne inconnue, ce qui poussera à évaluer la première plus positivement.

À l’appui de cette hypothèse, Anders et al. (2016) ont demandé à quarante personnes d’observer les visages d’étranger·e·s (présentés sur un écran). Ces personnes exprimaient des émotions de façon non verbale. Les sujets devaient ensuite juger quelle émotion était exprimée. Un feedback leur était fourni quant à leur réponse. Par ailleurs, les auteurs évaluaient l’attirance des sujets pour les cibles avant et après la visualisation de l’émotion. L’attirance était mesurée en leur donnant la possibilité de pousser sur un bouton qui leur permettait d’agrandir le visage de la cible, ce qui simulait une réaction d’approche. Que constate-t-on ? Tout d’abord : chacun avait ses préférences. Prenons Gerd (les sujets sont allemands). Pour lui, voir Greta exprimer une émotion suscitait une attirance (c’est-à-dire une approche plus importante après qu’avant l’avoir vue). En revanche, voir Birgit exerçait l’effet inverse. Pour Helmut, en revanche, c’est Birgit qui devenait plus attirante et pas Greta. Faut-il y chercher une explication psychanalytique ? Greta ressemblait-elle plus à la mère de Gerd qu’à celle d’Helmut ? Absolument pas ! Ce qui importait est le fait d’avoir correctement identifié l’émotion de la cible. La figure 10.4 montre que le lien entre la confiance que ressent le sujet par rapport à ce jugement et l’attirance pour la cible est en effet substantiel.

Figure 10.4. Corrélations entre la confiance subjective dans la capacité à identifier les émotions de la cible et trois indicateurs d’attirance. Les indicateurs sont les comportements d’approche, le désir de rencontrer la cible et le niveau d’intimité attendue avec la cible lors d’une rencontre hypothétique (d’après Anders et al., 2016).

C’est parce que Gerd a le sentiment d’avoir compris ce que voulait exprimer Greta qu’il veut s’en rapprocher (alors qu’il est confus quant à ce que souhaitait exprimer Birgit). Nous avons écrit « le sentiment » car c’est ça qui compte dans les effets d’aisance et non pas la facilité « objective » ! Ici, il s’agit de comprendre une émotion : cette compréhension est un des éléments susceptibles de générer une impression d’aisance. Dans une étude ultérieure, l’expérience a été reproduite, mais cette fois en mesurant l’activation de différentes zones cérébrales à l’aide d’une technique d’imagerie cérébrale (la résonance magnétique nucléaire). On constate que

plus les sujets ont confiance dans leur jugement de l'émotion, plus le striatum ventral, une région impliquée dans le « système de récompense » cérébral, est activé. Or, c'est précisément ce système qui nous amène à ressentir du plaisir face à certaines expériences. Avoir confiance en notre interprétation des émotions d'autrui produit donc une forme de plaisir, ce qui nous amène à juger la personne de façon positive.

Troisième facteur : la similarité. Est-il vrai que « qui se ressemble s'assemble ? » ou les gens qui profèrent des banalités de ce type se fourvoient-ils ? Lorsqu'on s'interroge sur les facteurs qui conduisent les individus à s'engager dans une relation avec autrui, on constate qu'en moyenne, les gens sélectionnent de préférence d'autres qui leur ressemblent sur le plan de l'origine sociale, ont le même niveau d'études, la même appartenance culturelle, la même couleur de peau, les mêmes attitudes (appartenance religieuse, préférences politiques, par exemple), voire dégagent le même niveau d'attirance physique. Par exemple, Hinsz (1989) a montré des photos de couples récemment fiancés ou longuement mariés ainsi que des photos d'individus appariés aléatoirement à une cinquantaine de personnes et leur a demandé d'évaluer la similarité physique des deux membres du couple. Ceux-ci étaient jugés comme étant plus similaires que les personnes appariées aléatoirement. Selon Hinsz, ceci pourrait s'expliquer à nouveau par un effet de simple exposition [chapitre 8] : à force de se voir dans un miroir, on s'aimerait de plus en plus… et on rechercherait donc chez l'autre des caractéristiques qui nous ressemblent. C'est donc la familiarité qui serait responsable de l'effet de similarité.

Emmanuel et Brigitte Macron sont en couple depuis 1993. En sont-ils venus à se ressembler ?
(© Présidence ukrainienne)

Plus troublant encore, à force de se fréquenter, on finit par se ressembler, ce qui est cohérent avec l'effet caméléon vu dans le chapitre 6. Nous y avions rapidement évoqué une étude de Zajonc et al. (1987). Dans celle-ci, des étudiant·e·s ont dû examiner 48 photos d'individus (24 femmes et 24 hommes), de type « carte d'identité ». Ces photos correspondaient à celle de 24 couples dont les membres avaient été photographiés soit durant

leur première année soit durant leur 25e année de mariage. Les étudiant·e·s observaient chaque fois une des photos et devaient ordonner 6 autres « partenaires » possibles (sans savoir bien sûr qui était marié avec qui) par ordre de similarité. On constatait que les étudiant·e·s jugeaient en moyenne les membres de mêmes couples comme se ressemblant davantage après 25 ans que lors de leur première année de mariage. Comme on le voit sur la figure 10.5, il n'en était pas ainsi pour des couples de visages constitués aléatoirement en appariant au hasard des photos d'hommes avec des photos de femmes sans lien matrimonial. Il n'en était pas ainsi non plus dans une condition contrôle dans laquelle la tâche était identique… mais on ne voyait pas le visage (uniquement la chevelure et le haut du torse). C'est donc bien le visage qui est en cause.

Figure 10.5. Jugement de similarité entre les membres d'un couple en fonction du type de couple et du temps depuis qu'il a été marié (d'après Zajonc et al., 1987). Pour simplifier la lecture, l'ordre de similarité représenté en ordonnée est inversé (la personne choisie comme la plus similaire obtient un « 6 », celle choisie comme la moins similaire un « 1 »).

Comment expliquer une telle convergence ? Zajonc et ses collègues proposent une hypothèse audacieuse. À leur estime, des expériences émotionnelles partagées en seraient responsables. Les émotions sont associées à des configurations de flux sanguins dans certaines parties du visage. Ceci s'explique par le fait que les muscles faciaux impliqués dans les expériences émotionnelles constituent des « liens » entre les veines et les artères. Cette « activation » vasculaire commune modèlerait au fil du temps les visages des couples de telle sorte qu'ils se ressemblent davantage.

3.2. Qu'est-ce qui nous attire ?

Il n'est pas nécessaire d'avoir lu des ouvrages de psychologie sociale pour savoir que l'attirance physique joue un rôle particulièrement important dans les relations amoureuses. Mais l'attirance comporte quelques mystères que notre discipline a cherché à élucider. L'un de ceux-ci concerne l'universalité des critères de beauté. A-t-on chacun des goûts différents en

ce sens que les traits physiques qui déplaisent à certaines personnes plaisent à d'autres, de telle sorte qu'à la mosaïque de visages corresponde une mosaïque de goûts ? Ou les gens tendent-ils plutôt à s'accorder quant à la beauté physique au point qu'on puisse placer chacun sur une échelle de « beauté » standardisée ? La recherche sur ce sujet tend à étayer la seconde proposition (Langlois et al., 2000). En effet, quand on demande à de grands groupes d'individus très différents d'estimer la « beauté » de certaines personnes, on observe un accord important dans les jugements. Cela se vérifie aussi bien lorsqu'on étudie des personnes appartenant à une même culture que lorsqu'on compare des personnes provenant de cultures différentes. Et cet effet n'est pas sans conséquence : les gens « beaux » sont non seulement plus appréciés, mais mieux traités que ceux qui ont été moins gâtés par la nature ! Et cela se vérifie même quand ce sont les propres enfants de la personne étudiée (Langlois, Ritter, Casey, & Sawin, 1995).

Quels traits jouent un rôle important dans l'attirance physique ? Nous n'avons pas l'espace ici pour passer en revue les nombreuses caractéristiques susceptibles d'influencer l'attirance physique telles que la voix, les odeurs corporelles, la démarche… Nous nous contenterons d'en considérer trois qui ont été beaucoup étudiés dans la littérature : la symétrie du visage, son caractère prototypique et le rapport taille/hanches. La symétrie du visage se réfère au fait qu'un côté du visage soit une image en miroir de l'autre. Plusieurs travaux mettent en évidence une attirance plus importante pour des visages symétriques (Mealey, Bridgstock, & Townsend, 1999). Selon une approche évolutionniste, cette préférence s'expliquerait par le fait que la symétrie est un indicateur de bonne santé. Notre préférence pour des visages symétriques serait du coup guidée par des facteurs génétiques. Dans la préhistoire, ces gènes auraient fait l'objet d'une sélection naturelle, car nos ancêtres ayant eu des relations intimes avec des partenaires aux visages symétriques auraient eu plus de chances d'avoir une descendance en bonne santé, et donc de transmettre les gènes de leurs parents. Deux types de gènes nous intéressent ici : ceux qui favorisent une caractéristique physique, d'une part (ici la symétrie du visage), et ceux qui favorisent la préférence pour cette caractéristique, d'autre part. Logiquement, si cette préférence est déterminée génétiquement, les deux types de gènes devraient être transmis par les

parents de sorte que si les enfants ont la caractéristique physique, ces derniers devraient avoir des chances accrues d'avoir des partenaires sexuels qui portent cette caractéristique.

Figure 10.6. Images composites réalisées sur base de photos de 70 hommes (gauche) et de 70 femmes irlandaises (droite). Source : Allen, Brady, & Tredoux, 2009.

Un autre facteur important semble être la prototypicité du visage. Que veut-on dire par là ? Des logiciels informatiques permettent aujourd'hui de combiner des visages entre eux. Lorsqu'on mélange des milliers de visages de cette façon, on parvient à un visage « prototypique ». De tels visages (exemple, voir figure 10.6) suscitent une attirance maximale (Valentine, Darlin, & Donnelly, 2004). Une interprétation évolutionniste voit là un indicateur de diversité génétique — associée à une bonne santé physique.

Outre le visage, d'autres paramètres physiques (la taille, la silhouette…) jouent naturellement un rôle important. À cet égard, les travaux de Singh et Singh (2011) montrent que les individus privilégient un rapport entre la circonférence de la taille et celle des hanches supérieur à .70 chez les femmes. Ces auteurs ont analysé des représentations visuelles (peintures, photographies, sculptures) provenant de nombreuses cultures et époques historiques différentes et constatent une grande stabilité dans ce rapport. Selon Singh, ceci s'expliquerait à nouveau par le caractère avantageux de ce type de silhouette du point de vue de la santé physique : les femmes ayant un rapport taille/hanches souffriraient moins de certaines maladies (cardiovasculaires notamment), mais également de la viabilité de la descendance. Des hanches larges augmenteraient la probabilité d'un accouchement sans encombre du fait de l'espace plus important dont bénéficierait le bébé.

3.3. Différences de genre et choix des partenaires sexuel·le·s

Naturellement, les éléments qui déterminent l'attirance pour autrui ne sont pas uniquement d'ordre physique. Par exemple des traits de personnalité ou

le statut social peuvent jouer un rôle. D'aucuns suggèrent que l'importance respective de critères pourrait dépendre du sexe des juges. À cet égard, un élément qui a retenu l'attention dans les études est le rôle du statut social. Ainsi, est-on attiré par des gens non seulement beaux, mais riches ? Les femmes tendraient à considérer le statut social comme une qualité plus importante pour un partenaire à long terme. En revanche, les hommes trouveraient que l'attirance physique ou le fait d'être en mesure d'avoir des enfants et de gérer un foyer sont plus importants. Ceci expliquerait aussi pourquoi les hommes hétérosexuels préfèrent des partenaires plus jeunes (et donc fécondes) que les femmes (l'âge étant associé à un statut social plus élevé). C'est en tout cas ce que conclut une étude de Buss (1990) menée dans 33 cultures distinctes. La psychologie évolutionniste, à laquelle nous avons déjà fait allusion (cf. travaux de Bowlby ou de Singh) est une discipline qui cherche à identifier les fondements biologiques du comportement humain à travers, notamment la théorie de l'évolution de Darwin. Certain·e·s de ses défenseur·euse·s proposent une explication simple, inspirée par les travaux de Robert Trivers (1972) sur l'investissement parental. Dans cette perspective, il faut supposer que pendant six millions d'années (période à laquelle les hominidés, ancêtres de l'Homme, ont divergé des autres singes anthropoïdes), des contraintes différentes ont pesé sur les « hommes » et les « femmes », produisant par là même des traits psychologiques différents. On établit ensuite des hypothèses quant aux liens éventuels entre ces contraintes adaptatives différentes et les traits psychologiques actuels des hommes et des femmes. Il s'agit là d'un exercice intellectuel stimulant, mais périlleux dès lors que les connaissances anthropologiques quant au mode de vie de nos ancêtres sont relativement floues (l'écriture n'apparaît qu'il y a approximativement 8 000 ans ; les premières formes d'art observées remontent à approximativement 500 000 ans). L'anthropologie semble indiquer que, jusqu'à l'apparition de l'agriculture il y a approximativement 12 000 ans, les hominidés vivaient en Afrique, en petits groupes de chasseurs-cueilleurs nomades. Les données suggèrent que ces groupes étaient matrilinéaires, centrés autour des femmes, les hommes vivant en périphérie du groupe. Il semblerait que ces groupes étaient caractérisés par une relative fluidité dans les relations sexuelles, les partenaires étant susceptibles de changer au cours du temps. Par rapport à d'autres espèces, la sélection sexuelle

humaine a privilégié une descendance limitée, mais une vie plus longue et un corps plus volumineux.

Mais quelles sont ces contraintes adaptatives différentes ? Du point de vue des femmes, il aurait été important, dans cet environnement, de s'assurer que le « père » de ses enfants soit en mesure de contribuer à la prise en charge de la femme enceinte et de sa progéniture. En effet, celles-ci n'ovulent qu'une fois par mois et enfanter demandera un investissement considérable — grossesse et soin des enfants. En revanche, du point de vue d'un homme hétérosexuel, les contraintes seraient très différentes : se reproduire demande un investissement bien moindre (contrairement aux femmes, qui n'ovulent qu'une fois par mois, les hommes disposeraient de spermatozoïdes en quantité et ne devraient guère faire face à une longue période de gestation). Pour se reproduire, il serait avant tout important de privilégier une partenaire féconde et en bonne santé, ce qu'indiquerait la beauté physique. Par ailleurs, il serait plus intéressant pour les hommes que pour les femmes de privilégier des relations à court terme (la «quantité» plutôt que la «qualité»). Et, en effet, les hommes seraient davantage intéressés à avoir de nombreuses partenaires sexuelles que les femmes (Buss & Schmitt, 1993).

Cette théorie, pour séduisante qu'elle puisse paraître, s'avère toutefois problématique. D'une part, la théorie de l'investissement parental de Trivers a été remise en cause. La probabilité de fécondation à l'occasion d'un rapport sexuel étant très faible, une stratégie « tous azimuts » n'est guère vraisemblable pour un homme qui souhaiterait favoriser sa descendance. Fine (2017) calcule par exemple que, pour avoir plus de chances d'avoir un enfant qu'un homme monogame, un Don Juan devrait avoir des relations sexuelles avec 130 femmes par an ! En second lieu, les différences entre préférences masculines et féminines peuvent souvent trouver une explication différente et ailleurs que dans un héritage génétique ancestral. Par exemple, si les femmes sont plus sensibles au statut social d'un homme, ne serait-ce pas parce qu'elles sont souvent plus précarisées ? Ne faut-il pas voir là une conséquence des inégalités sociales entre hommes et femmes ? Eagly et Wood (1999) ont essayé de répondre à cette question en examinant, pour les 33 pays étudiés par Buss, deux indices provenant de l'ONU et évaluant le degré d'égalité entre hommes et femmes au sein de ce

pays : l'indice de participation des femmes à la vie politique et économique (IPF) et l'Indice sexo-spécifique du développement humain (ISDH) (voir figure 10.7). Le premier évalue le pouvoir dont disposent les femmes au sein du pays considéré, le second le degré auxquels les femmes ont accès à différentes ressources (éducation, soins de santé, biens matériels…). On constate que ces indices sont associés négativement au fait que les femmes recherchent chez les hommes une bonne capacité financière et qu'ils soient âgés et avec le fait que les hommes recherchent des femmes étant de bonnes « maîtresses de maison ». En revanche, ces indices tendent à être associés positivement avec le fait que les femmes dans ce pays recherchent des hommes capables de bien gérer un foyer et que les hommes recherchent des femmes moins jeunes. Au passage, voici peut-être ce qui explique pourquoi de vieux célibataires occidentaux en quête d'une jeune épouse vont faire du tourisme dans des pays bien plus inégalitaires d'Asie du Sud-Est par exemple… Quoi qu'il en soit, les résultats de Buss semblent pouvoir s'expliquer en grande partie par le caractère plus ou moins «patriarcal» de la société considérée sans devoir invoquer une évolution lointaine.

Figure 10.7. Corrélation entre les préférences moyennes entre trois traits recherchés chez un·e partenaire de l'autre sexe et l'indice de participation des femmes à la vie économique(panneau gauche) et l'indice sexo-spécifique du développement humain (panneau droit) (d'après Eagly & Wood, 1999).

Le plumage du paon, un facteur avantageux suivant l'approche évolutionniste (© Lars Nissen).

En outre, la psychologie évolutionniste tend à considérer que tout critère d'attirance aurait été sélectionné parce qu'il s'avère avantageux pour la survie du soi ou de la descendance. N'est-il pas toutefois possible que le choix de partenaire soit parfois dicté purement et simplement par le plaisir qu'il procure à la personne qui choisit ? Le plaisir esthétique ne pourrait-il pas être une fin en soi ? C'est en tout cas la thèse que défend le biologiste

Richard Prum (2018). Selon cet auteur, il existerait une co-évolution entre les caractéristiques préférées par un sexe et le fait d'avoir cette préférence. Les filles de pères ayant une certaine caractéristique physique d'origine héréditaire (par exemple une haute pilosité) auraient plus de chances de préférer cette caractéristique chez d'autres hommes. Pourquoi ? Parce que leur mère leur a transmis une préférence pour cette caractéristique. Si ces préférences s'avèrent partagées dans un groupe, il y a donc beaucoup de chances qu'elles soient transmises héréditairement… et ce même si elles ne présentent pas un avantage particulier en termes de survie du soi ou de la descendance. À cet égard, Prum conteste les travaux sur l'intérêt de la symétrie du visage dans la santé de l'individu ou de sa descendance : aucun élément ne permet d'établir une telle corrélation. De même, des travaux récents remettent en cause l'idée selon laquelle le rapport taille-hanches serait un indicateur fiable de santé et de fécondité (Bovet, 2019).

Enfin, une des limites affectant la plupart des études sur l'attirance sexuelle réside dans le fait qu'elles reposent sur l'évaluation de personnes inconnues, typiquement des photos présentées sur un écran d'ordinateur. Qu'en est-il lorsque les individus sont amenés à interagir avec ces personnes ? Pour répondre à cette question, Eastwick et Finkel (2008) ont demandé à une centaine d'étudiant·e·s célibataires et hétérosexuel·le·s des deux sexes de participer à une session de speed dating. En cas d'affinités, cette session pouvait être suivie de rencontres entre les personnes qui s'étaient mutuellement sélectionnées. Préalablement à ce speed dating, les auteurs ont demandé aux participant·e·s d'évaluer dans quelle mesure différents critères jouaient un rôle dans le choix d'une « âme sœur » en général et dans le cadre du speed dating plus particulièrement. Comme on pouvait s'y attendre, du moins sur base des recherches en psychologie évolutionniste, les hommes accordaient davantage d'importance à l'apparence physique, et moins aux capacités financières, que les femmes. Toutefois, les choix que les sujets avaient effectués suite à la séance de speed dating dévoilaient une réalité bien différente. Il apparaissait que ces critères ne prédisaient pas différemment le souhait des hommes et des femmes de s'engager dans une relation amoureuse avec une personne rencontrée en speed dating. En d'autres termes, même si les hommes disaient a priori valoriser davantage l'apparence physique que les femmes, ils n'avaient pas plus tendance que les femmes à être davantage attirés par

des partenaires avantagées physiquement. De même, sur la figure 10.8, nous voyons que, même si les femmes affirment préférer un partenaire aisé financièrement avant de participer au speed dating, cette différence disparaît après celui-ci (et l'importance de ce critère diminue pour les deux sexes).

Figure 10.8. Préférence pour un·e partenaire riche dans l'idéal et après 10 tours de speed dating. (d'après Eastwick & Finkel, 2008)

Entre la période de Rubens (Femme à la fourrure, ca. 1629, à gauche) et nos jours (à droite), les critères de beauté ont évolué.

Ces résultats suggèrent que la littérature exagère les différences de préférences entre hommes et femmes. Ils démontrent également un défaut d'introspection : nous n'avons pas toujours conscience des raisons qui guident notre comportement. « Le cœur a ses raisons que la conscience ne connaît point », pourrait-on dire en paraphrasant Pascal. Nous avons des « théories sur nous-mêmes » qui parfois s'avèrent non fondées (Nisbett & Wilson, 1977). Il est possible qu'en l'occurrence, les préférences exprimées avant de rencontrer la personne soient d'autant moins fondées qu'elles sont exprimées « à froid », en l'absence de la dimension émotionnelle qui caractérise ô combien la rencontre avec autrui. On peut bien sûr s'interroger sur l'origine de ces « théories sur nous-mêmes ». Peut-être faut-il moins les chercher dans la biologie que dans l'exposition à des stéréotypes de genre valorisant la beauté pour les femmes et la réussite professionnelles pour les hommes ?

Enfin, même s'il existe certaines constantes dans les préférences en termes d'attirance physique, il ne faut pas négliger qu'il existe des variations individuelles et culturelles quant aux caractéristiques qui sont valorisées. Par exemple, on sait que, pour les femmes, la minceur est davantage valorisée aujourd'hui en Occident qu'elle ne l'était au XVIIe siècle ou même dans les années 50 (Vigarello, 2014). De même, des silhouettes plus amples sont davantage valorisées dans d'autres cultures aujourd'hui.

3.4. L’instrumentalité

Finkel et Eastwick (2015) ont cherché à intégrer différentes perspectives sur l’attirance. Ceux-ci accordent un rôle déterminant à ce qu’ils nomment l’instrumentalité. Selon ces auteurs, les individus sont attirés par autrui dans la mesure où cette personne les aide à accomplir leurs objectifs. Cela signifie que l’attirance pour une personne donnée fluctuera au gré du contexte social dès lors que celui-ci activera certains objectifs plutôt que d’autres. Cette approche permet de prendre en compte la grande diversité de relations que l’on peut aspirer à nourrir avec autrui. Par exemple, on peut chercher une relation sexuelle à court terme ou un·e partenaire pour la vie. On peut également aspirer à tisser des relations d’amitié plutôt que des relations amoureuses, etc. Le rôle respectif des paramètres susceptibles d’attiser notre attirance est amené à varier selon le contexte. Par exemple, si quelqu’un est fortement animé par un désir sexuel, l’attirance sera peut-être fortement déterminée par les caractéristiques physiques d’autrui. Si le souhait existe de développer une relation d’amitié, d’autres qualités telles que l’empathie, l’intelligence ou la jovialité prendront sans doute le pas sur les caractéristiques physiques.

Figure 10.9. Proximité en fonction de l’avancement dans la réalisation de l’objectif et de l’utilité perçue du partenaire (d’après Fitzsimons & Fishbach, 2010)

L’attirance fluctuera également en fonction du degré auquel ce but est réalisé. Fitzsimons et Fishbach (2010) ont testé cette dernière hypothèse en demandant à des étudiant·e·s d’évoquer des personnes de leur entourage qui les aidaient à atteindre certains objectifs comme, par exemple, leur réussite universitaire (nous appellerons ces personnes les « plus utiles »). Les étudiant·e·s devaient également citer d’autres personnes qui ne les aidaient pas à accomplir ces buts (nous les appellerons les « moins utiles »). Une manipulation expérimentale était ensuite introduite. Une partie des étudiant·e·s était invitée à réfléchir aux progrès déjà accomplis pour accomplir l’objectif de réussite académique. Ceci invitait donc à envisager l’objectif comme en voie d’être accompli (ce pour quoi nous l’appellerons

condition « progrès élevé »). Un deuxième groupe devait s'exprimer quant aux progrès restant à accomplir pour réaliser cet objectif (condition « progrès faible »). Les étudiant·e·s devaient ensuite faire part du degré de proximité par rapport aux personnes citées préalablement. Conformément à l'hypothèse d'instrumentalité, dans la condition « progrès faible » (et dans la condition contrôle), les étudiant·e·s se sentaient plus proches de la personne « utile » que de la personne « peu utile ». En revanche, dans la condition « progrès élevé », les étudiant·e·s se sentaient également proches de ces deux personnes (voir figure 10.9). Cette approche extrêmement pragmatique nous éloigne évidemment de la magie des contes de fées selon lesquels la passion, le « coup de foudre », est le moteur des relations amoureuses.

4. De l'attirance aux relations à long terme

Après avoir envisagé la formation des relations entre individus, il convient de se demander ce qui fait qu'une relation se maintient dans le temps. Que nous dit la psychologie sociale sur cette question ? Comme vous le constaterez, on observe une opposition entre des approches instrumentales, comme celles qui viennent d'être abordées avec les travaux de Fitzsimons et Fishbach (2010) et qui envisagent les relations comme déterminées avant tous par les intérêts des partenaires, à des approches plus « romantiques », qui confèrent un rôle privilégié à l'identité et aux sentiments. Mais envisageons tout d'abord deux grands types de relations sociales.

4.1. Échange et communauté dans les relations sociales

Changer de boucher ?

Vous fréquentez depuis de longues années le même boucher. Votre fidélité a un coût : vous devez marcher 20 minutes pour aller chercher votre rôti. C'est ce même boucher qui vous donnait des tranches de saucisson gratuitement lorsque vous étiez enfant et, même si vous ne vous voyez jamais en dehors de la boucherie, vous avez développé une relation très chaleureuse avec lui. Or, un supermarché offrant de la viande d'égale qualité, mais pour un prix inférieur vient d'ouvrir dans votre rue. Allez-

vous changer de boucher ? Vous pourriez vous dire que votre relation avec votre boucher n'est qu'une relation commerciale. Dès lors que cela vous demande plus d'efforts, voire d'argent, d'aller chez ce boucher, il n'y a pas de raison de lui rester fidèle. Inversement, vous pourriez voir le boucher comme une personne qui fait partie de votre communauté et avec laquelle vous partagez une identité — même si ce n'est pas tout à fait un ami. Le délaisser apparaîtrait peut-être comme une trahison.

Marchandage dans un souk (© Thomas Edward).

L'exemple ci-dessus illustre que nos relations à autrui peuvent s'envisager d'au moins deux manières, que Clark et Mills (1993) ont qualifiées respectivement de relations communales et de relations d'échange. Les individus impliqués dans des relations communales ressentent un sentiment de responsabilité important les uns vis-à-vis des autres. De telles relations présupposent un sentiment d'identité, d'appartenance à une même communauté et des relations à long terme. Elles impliquent qu'on s'aide en cas de besoin (comme lorsqu'un concurrent débarque sur le marché de la viande au détail). Dans une relation d'échange, en revanche, on voit les relations entre individus comme des transactions. C'est typiquement le cas des relations qu'on peut avoir avec un employeur ou avec des artisans. Le degré auquel on envisage les relations comme relevant d'« échange » ou « communales » est en partie déterminé par des facteurs culturels. Ce qui dans les pays occidentaux apparaît comme une relation d'échange apparaîtra souvent dans d'autres contrées comme relevant de la communauté. Ceci peut expliquer la difficulté de touristes arrivant d'Europe face au marchandage dans les pays d'Afrique du Nord ou du Moyen-Orient où cette pratique est intimement liée avec la consolidation de liens sociaux (relevant d'une relation communale) alors que ces touristes y voient principalement une façon de les « arnaquer » (un terme relevant typiquement d'une relation d'échange).

Notons quand même que tout n'est pas aussi tranché. Même lorsqu'on s'engage dans des relations « communales », on espère souvent s'y investir (après tout, je suis prêt à faire 15 minutes à pied pour aller chez le boucher !) et en retirer une forme de gratification (le sourire du boucher ? Ses

blagues ? La meilleure côte de bœuf ?). Il subsiste donc une dimension d'échange dans toute relation. Inversement, il est fort probable qu'à force d'interagir avec quelqu'un dans le cadre d'une relation d'échange, on développe des relations plus « communales » avec cette personne.

Psycho sociale en questions

Le modèle des relations sociales de Alan Fiske

Allan Page Fiske (1992) a développé plus avant l'approche Clark et Mills en mettant en avant l'existence de quatre grands types de modes relationnels. Selon lui, au sein de toute culture, l'organisation sociale se base sur une combinaison de quatre modèles relationnels :

• Le partage communautaire (PC) : Dans ce mode de relation, les personnes impliquées se perçoivent comme peu différenciées, elles partagent un ensemble de ressources et chacun·e peut y puiser à son gré indépendamment de ses contributions. Ce sont des relations fondées sur la confiance. Une relation entre les membres d'un couple ou d'une famille peut correspondre à cette catégorie.

• La hiérarchisation par l'autorité (HA) : Dans ce mode de relation, le groupe est soumis à une hiérarchisation stricte. Chacun obéit à son·sa supérieur·e. Des structures comme l'armée ou les relations entre le personnel enseignant et leurs élèves peuvent correspondre à ce modèle.

• L'appariement égalitaire (AE) : Dans ce mode de relation, chacun contribue à la relation sans qu'il y ait une hiérarchisation stricte. Ce type de relation fonctionne à travers des faveurs réciproques et des objectifs communs. Des relations entre des associés dans une entreprise ou entre des équipiers au sein d'un club sportif peuvent correspondre à ce mode de relation.

• La tarification par le Marché (TM) : Ce type de relation prend la forme de transaction au sein desquels figure généralement un échange d'argent. Ce sont des relations à court terme. Ce type de relation caractérise la relation entre commerçant·e et client·e ou entre employeur et employé·e.

D’une culture, voire d’un contexte, à l’autre, des règles différentes présideraient à la mise en œuvre de ces relations. Par exemple, l’autorité peut se marquer par l’âge, par des galons ou par le fait de posséder un grand bureau. Dans tous les cas, on se situe dans un modèle de type HA. Par ailleurs, ces modes relationnels élémentaires nous permettent de coordonner nos relations aux autres. Lorsque j’interagis avec un supérieur, nous nous situons tous deux dans le modèle HA et cela nous permet d’utiliser des connaissances et des habitudes comportementales associées à ce mode relationnel. Selon Fiske, nous organisons nos relations sociales en fonction du type de modèle relationnel que nous entretenons avec les gens. Chaque membre du « réseau social » qui nous entoure est associé à un certain type de mode relationnel. Pour tester ces hypothèses, Fiske et Haslam (1996) ont étudié les « erreurs sociales », c’est-à-dire des situations dans lesquelles on se trompe par rapport à l’identité d’autrui : par exemple, croire qu’on a demandé un service à une personne alors qu’on l’a demandé à quelqu’un d’autre ou se comporter à l’égard de quelqu’un d’une façon qui convient à quelqu’un d’autre (comme appeler le mauvais numéro de téléphone). Fiske et ses collègues ont ensuite demandé à leurs sujets de caractériser les relations entretenues avec ces personnes selon les 4 catégories mentionnées ci-dessus. Les erreurs commises concernaient des personnes avec qui les sujets avaient le même type de relation (Fiske & Haslam, 1996). En revanche, les erreurs n’étaient pas guidées par des caractéristiques individuelles des sujets : on ne confond pas les Nord-Africain·e·s ou les blond·e·s entre eux·elles. C’est la relation qu’on a avec ces personnes qui est déterminante.

4.2. Attirance et relations à long terme

Nous avons parcouru une liste (bien incomplète) des facteurs susceptibles de susciter l’attirance d’autrui. Mais on peut s’interroger plus globalement sur les mécanismes psychologiques qui font qu’on développera une relation à long terme avec cette personne fût-elle notre partenaire sexuel·le, notre conjoint·e ou un·e ami·e. Selon une perspective qui peut sembler relativement cynique, le fait que l’on s’engage dans une relation s’explique par des motivations égoïstes. La théorie de l’interdépendance (Thibault & Kelley, 1959) suggère que toute interaction entre deux individus A et B implique des coûts et des bénéfices. Par exemple, si je fais la cuisine (un

coût pour moi, surtout si je déteste cela), mon·ma partenaire en retire un bénéfice (si le résultat est suffisamment goûteux !). Sur base de l'ensemble des interactions que l'on a avec son·sa partenaire, on peut établir un rapport « coûts/bénéfices » de sa relation, ce que Thibault et Kelley qualifient de jugement du « résultat » de la relation. Dans cette perspective, la relation « tient le coup » tant que ce résultat semble satisfaisant pour chacun·e. Bien entendu, les intérêts de l'autre peuvent malgré tout intervenir dans le calcul du résultat. Le fait que mon·ma partenaire soit satisfait·e peut parfois constituer un « bénéfice ». Les victimes de violences conjugales, qui connaissent les conséquences possibles de la mauvaise humeur de leur partenaire, en savent quelque chose ! La théorie de l'interdépendance envisage donc l'altruisme comme intéressé [chapitre 11].

Un exemple d'interdépendance en streaming

La série House of Cards (Netflix) met en scène un mariage marqué par une interdépendance profonde entre ses deux protagonistes, dont l'ambition se nourrit mutuellement : Francis et Claire Underwood.

Cette vision des choses s'inscrit parfaitement dans le cadre plus large d'une approche instrumentale. En effet, on considère que les relations à long terme peuvent s'établir dans la mesure où les deux partenaires répondent à des buts qui sont non seulement importants, mais durables pour les deux partenaires. L'âme sœur est celle qui permet de remplir de nombreuses aspirations qui me sont chères et dont je peux satisfaire les siennes – donnant lieu à une relation d'interdépendance.

À Shanghaï, il existe un « marché » du mariage où l'on peut chercher l'âme sœur (© Jonathan Bowen).

Si l'on poursuit cette analyse en termes instrumentaux, il ressort qu'une série d'obstacles et d'adjuvants se présentent sur le chemin des relations amoureuses à long terme. Tout d'abord, lorsque l'on poursuit de nombreux objectifs différents, et donc qu'une seule personne ne pourrait nécessairement tous les rencontrer, la probabilité que l'on soit satisfait·e de sa relation à autrui a de fortes chances de diminuer. Force est de constater

que, dans les sociétés occidentales contemporaines, les individus espèrent trouver dans leurs relations à long terme (et notamment dans leur mariage) beaucoup de choses que leurs ancêtres n'espéraient guère. Par exemple, alors que l'objectif du mariage était principalement d'assurer des besoins élémentaires (sécurité financière, élever les enfants…), on se marie aujourd'hui pour accomplir des objectifs bien plus ambitieux : s'épanouir sexuellement, développer une complicité profonde avec autrui, se réaliser. On peut penser qu'il est sans doute bien difficile de trouver la perle rare susceptible de nous aider à accomplir tous ces objectifs – soit parce la personne en est incapable, soit parce qu'elle n'est pas prête à consacrer les ressources nécessaires pour accomplir tant d'aspirations distinctes.

Ensuite, sur le flanc des obstacles, le nombre de personnes potentiellement en mesure de nous aider à accomplir les objectifs qui nous sont chers a également tendance à augmenter. Par exemple, si je veux découvrir davantage la nature, un·e personne qui a la passion du voyage pourrait apparaître comme un «bon parti» et si je souhaite avoir des enfants, quelqu'un de célibataire sans enfants sera attirant. En somme, à chaque but correspondent de nouvelles possibilités. Cette impression d'un choix énorme est aujourd'hui exacerbée par les réseaux sociaux en ligne. Comme nous l'avons vu, il y a quelques décennies, le «panel de possibilités» était beaucoup plus limité. Même dans les centres urbains, on se mariait avec des quasi-voisins. La personne avec laquelle on entretient une relation risque donc en permanence d'être surpassée par quelqu'un qui semble mieux en mesure de répondre à ces divers objectifs (Finkel, Hui, Carswell, & Larson, 2014).

Figure 10.10. Modèle d'investissement dans une relation à long terme de Rusbult.

À l'opposé, du côté des adjuvants, un facteur qui semble important dans le fait qu'un couple « tienne la distance » réside dans les investissements passés dans la relation (Rusbult, 1980). Pensons ainsi au fait d'avoir consacré des efforts, des soins et de l'amour à l'autre. C'est ce que Rusbult appelle des investissements directs. Mais il peut également s'agir d'investissements qui ne concernent pas directement la relation, mais y sont

associés (comme le fait d'avoir des enfants ensemble, mais également des biens matériels communs). Le rôle des investissements passés explique pourquoi des couples peu satisfaits de leur relation — et qui au sens de la théorie de l'interdépendance devraient juger leurs « résultats » défavorablement — restent ensemble.

Rusbult et Martz (1995) ont étudié cette question auprès de femmes hébergées dans un refuge pour femmes battues. Il s'agit d'un contexte intéressant, car on peut se demander pourquoi des femmes victimes de violences persistent dans une relation destructrice. Les auteures ont examiné les résultats d'une enquête menée auprès de ces femmes et ont ensuite pu identifier celles qui étaient retournées auprès de leur partenaire à la sortie du refuge et celles qui avaient quitté leur partenaire. Quels aspects de la relation, tels qu'évalués dans l'enquête, prédisaient ce choix ? Leur analyse (représentée sur la figure 10.10) révèle que la satisfaction joue un rôle : plus ces femmes sont satisfaites, en dépit des violences, plus elles sont susceptibles de retourner chez leur partenaire. Toutefois, deux autres facteurs jouent un rôle plus important. Le premier est le fait qu'elles ne voient pas d'alternatives à la situation actuelle. Le second est l'ampleur des investissements passés dans la relation (nombre d'enfants, fait d'être marié ou non par exemple). Ces deux derniers facteurs prédisaient la décision des femmes même si l'on tenait compte de facteurs tels que le degré de violence de leur partenaire ou de l'affection qu'elles ressentaient à son égard. Le fait de s'être impliquées dans la relation dans le passé lie les victimes à leur bourreau.

4.3. Quand l'autre fait partie du soi

De façon générale, il est frappant de constater combien les approches que nous avons passées en revue se distinguent de la vision romantique de l'amour. Celui-ci semble s'apparenter à un exercice comptable au terme duquel on reste avec l'autre si la somme des «recettes» et des «dépenses» est avantageuse et, surtout, plus avantageuse que ce que n'offre la concurrence. Bref, bien loin des romans et films à l'eau de rose.

Ces approches se caractérisent par une vision individualiste des relations sociales, au sein desquelles chacun·e cherche à maximiser ses intérêts. Mais

cette approche est-elle la plus appropriée ? S'inspirant des travaux menés au début du XXe siècle par des auteur·e·s tels que William James, Charles Cooley et George Herbert Mead, le modèle de « l'expansion de soi » d'Aron et al. (2004) suggère que notre soi est façonné par les autres et que nous sommes motivés à dépasser, à « étendre » notre soi individuel. En étendant notre soi, nous pourrions acquérir des ressources, des identités, qui nous permettent d'accomplir des objectifs. Et parmi ces éléments figurent d'autres personnes. Dans le cadre d'une relation amoureuse, l'autre peut devenir une partie du soi. Au niveau matériel, cela peut correspondre au fait que « ce qui est à toi est moi ». Lorsqu'il arrive un événement malheureux à l'autre, on le vit comme si on en était la victime. Cela peut même se révéler à travers la mémoire. On ne sait plus si c'est soi ou son·sa partenaire qui a eu une idée ou effectué tel ou tel comportement.

Une série d'études (Mashek, Aron, & Boncimino, 2003) illustre cette idée. Dans chacune de ces études, les participant·e·s devaient évaluer dans quelle mesure une série de traits s'appliquait à une personne. Cette personne pouvait être soi-même, une personne proche ou encore deux personnes célèbres, mais qu'on ne connaissait pas personnellement (l'une était plus connue et familière que l'autre). Les traits à évaluer étaient différents pour chacune de ces « cibles ». Par exemple, les participant·e·s devaient dire si la chaleur les caractérisait, si leur partenaire amoureux·se était maniaque, si Bill Clinton était avare et si sa fille Chelsea était intelligente. Dans une seconde phase, les participant·e·s revoyaient ces mêmes traits et devaient identifier pour quelle personne il·elle·s avaient dû se prononcer à propos du trait. Par exemple, on pouvait leur demander : « De qui avez-vous dû dire si cette personne était maniaque : vous-même, votre partenaire, Bill Clinton ou Chelsea Clinton ? » Comme la mémoire des participant·e·s n'était pas parfaite, et que la liste de jugements était longue, il·elle·s se trompaient parfois. Mais ces erreurs n'étaient pas fortuites. Les participant·e·s tendaient à faire bien plus de confusions entre soi et leur partenaire qu'entre soi et des personnes avec lesquelles n'existait aucune relation. En d'autres termes, les participant·e·s attribuaient au soi des traits évalués pour leur partenaire et vice versa. On voit cela clairement sur la figure 10.11.

Figure 10.11. Proportion de confusions selon que les traits ont été présentés pour soi et pour son amoureux·se et sont ensuite rappelés comme ayant été présentés pour soi, son amoureux·se ou une célébrité (d'après Mashek et al., 2003).

Dans d'autres études, Mashek et ses collègues montrent que cet effet n'est pas dû simplement à la familiarité avec l'autre. On voit ainsi que les gens opèrent davantage de confusions entre le soi et leur meilleur·e ami·e qu'entre le soi et un parent proche. Bien que les jeunes adultes de leur étude soient plus familiers avec leurs parents, avec qui ils ont vécu durant la plus grande partie de leur existence, ils se sentent plus proches de leur meilleur·e ami·e et devraient donc être davantage susceptibles de les « inclure » dans leur propre soi.

Cette vision des choses se distingue des perspectives plus « instrumentales » que nous avons envisagées précédemment. Comme nous l'avons vu, ces dernières considèrent que nous nous lions à l'autre en fonction de sa capacité à répondre à ces préoccupations. Dans l'approche du modèle de l'expansion de soi, cette distinction entre soi et autrui n'est plus aussi déterminante. Se lier à l'autre, c'est l'incorporer dans son soi. « Je est un autre », pour reprendre la phrase de Rimbaud. Par son emphase sur une « désindividualisation » du soi, le modèle d'Aron fait écho à la perspective de Durkheim sur les rituels collectifs, évoquée précédemment. On notera également les convergences entre cette approche et la théorie de l'auto-catégorisation [chapitre 13], qui suggère qu'en s'identifiant à un groupe, l'individu incorpore les caractéristiques qu'il attribue au groupe dans le soi.

Psycho sociale en questions

La psychologie sociale permet-elle de prédire
les divorces ?

Parmi les travaux qui se sont penchés sur les relations amoureuses, il importe de citer ceux de Gottman et Levenson (1999). Ces auteurs ont filmé 79 couples mariés discutant de thématiques qui étaient l'objet de dissensions entre eux pendant 15 minutes. Ils les ont ensuite suivis pendant quatorze années, ce qui a permis d'identifier des comportements plus fréquents chez les couples qui divorçaient que chez ceux qui restaient

ensemble. Différents comportements verbaux et non verbaux étaient observés. Ces auteurs se sont demandé s'il était possible, sur base du comportement verbal et non verbal dont les répondant·e·s faisaient preuve pendant un temps aussi court, de prédire la longévité de leur mariage. La réponse est « oui ». Plus précisément, quatre catégories de comportements observés pendant la discussion s'avéraient particulièrement prédictives d'un divorce ultérieur :

– Le fait de critiquer l'autre

– Le fait d'être sur la défensive

– L'obstruction (refuser de résoudre les problèmes)

– Le mépris. Les couples chez qui cette émotion était exprimée par l'un des deux partenaires avaient deux fois moins de chances d'être encore ensemble quatorze ans plus tard.

Grâce à leur modèle, basé sur l'observation des couples, Gottman et Levenson parviennent à prédire le divorce avec une exactitude de l'ordre de 90 % !

5. Conclusions

Ce chapitre nous a donné l'occasion de parcourir un long itinéraire. Nous nous sommes d'abord penchés sur les émotions. Celles-ci semblent être un langage codé dictant nos relations sociales et induisant, par l'entremise de notre comportement, des réactions chez les autres pour donner lieu à une véritable chorégraphie de nos interactions. Nous avons également vu comme, à travers le partage social des émotions, se tissaient des liens sociaux entre les individus jusqu'à, dans certains cas, voir se dissoudre le soi individuel dans les émotions collectives. Dans la deuxième partie de ce chapitre, nous nous sommes penchés sur la formation des relations à autrui. À travers l'attachement, tout d'abord, nous avons découvert comment les formes précoces d'attachement influençaient nos relations ultérieures. Nous avons ensuite examiné le dévoilement de soi, un comportement qui s'avère extrêmement efficace pour tisser des relations proches à autrui. Nous avons

également passé en revue certains travaux sur l'attirance, un domaine fortement influencé par la psychologie évolutionniste.

Dans la dernière partie de ce chapitre, nous avons dépassé les « premières rencontres » pour considérer également des relations à plus long terme. Cela nous a amené à examiner des classifications des relations sociales (celles de Clark et Mills et de Fiske) et à envisager les facteurs impliqués dans la persistance des relations à long terme. La perspective instrumentale envisage principalement les relations à long terme comme guidées par une forme d'égoïsme : il s'agit de maximiser son intérêt ou la réalisation de ses objectifs personnels. Du point de vue du modèle de Fiske, on pourrait dire que ces modèles considèrent les membres d'un couple comme engagés dans une relation de type AE (appariement égalitaire) ou TM (tarification par le marché) plutôt que par le PC (partage communautaire). Nous avons contrasté cette perspective avec le modèle d'expansion de soi qui voit, au contraire, les relations proches comme impliquant une intégration de l'autre dans le soi. À ce titre, il peut sembler absurde de considérer les personnes impliquées dans une relation comme des agents distincts poursuivant chacun leurs objectifs. Sans doute que la psychologie sociale ne résoudra jamais la question de savoir s'il existe vraiment un amour désintéressé. Mais on ne pourra pas lui reprocher de ne pas avoir essayé.

L’essentiel

Résumé

Les relations entre personnes reposent en grande partie sur les émotions. Celles-ci engendrent des comportements susceptibles de cimenter le lien social qui nous unit à autrui. Dans certains cas, les émotions partagées socialement conduisent à une dissolution du soi individuel dans un ensemble collectif. Se dévoiler constitue à cet égard un moyen efficace de nouer des relations avec autrui. L’attirance, quant à elle, est un phénomène qui fournit des explications aux causes de nos liens aux autres. Enfin, nous nous sommes penchés sur les relations à plus long terme, vues de manière instrumentale suivant une optique d’expansion de soi, suivant les théories en vogue.

Questions pour s’auto-évaluer

1. Quelles sont les conséquences du partage social des émotions pour les individus et pour les groupes?

2. Quels sont les principaux déterminants de l’attachement à autrui?

3. Comment expliquer que des couples se connaissant depuis longtemps se ressemblent?

4. Selon les approches vues au cours, pourquoi des acteurs de cinéma grisonnants et célèbres ont-ils des relations amoureuses avec des femmes beaucoup plus jeunes et correspondant aux canons de beauté?

5. En pensant à votre communauté (ville/village par exemple), trouvez un exemple de relation sociale correspondant à chacune des catégories proposées par Alan Fiske.

6. Pensez à un couple formé de longue date que vous connaissez bien. Selon vous, quelle approche rend le mieux compte de la longévité de ce couple? Pourquoi?

Lectures pour aller plus loin

En Français

Luminet, O. (2008). *Psychologie des émotions*. Louvain-la-Neuve, Belgique: De Boeck.

Niedenthal, P. M., Krauth-Gruber, S., & Ric, F. (2009). *Comprendre les émotions : perspectives cognitives et psycho-sociales*. Bruxelles: Mardaga.

Rimé, B.(2009). *Le partage social des émotions*. Paris: Presses Universitaires de France.

En Anglais

Barrett, L. F. (2017). *How emotions are made: The secret life of the brain*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.

Finkel, E. J. (2018). *The all-or-nothing marriage: How the best marriages work*. New York: Dutton.

Fiske, A. P. (1991). *Structures of social life: The four elementary forms of human relations: Communal sharing,*

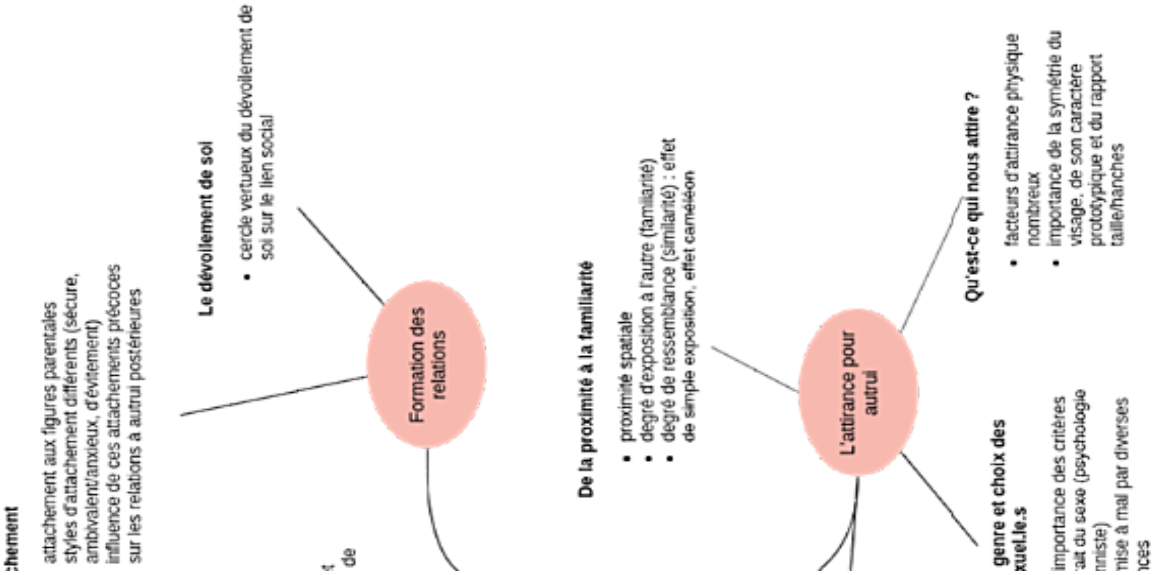
authority ranking, *equality matching*, *market pricing*. New York: Free Press.

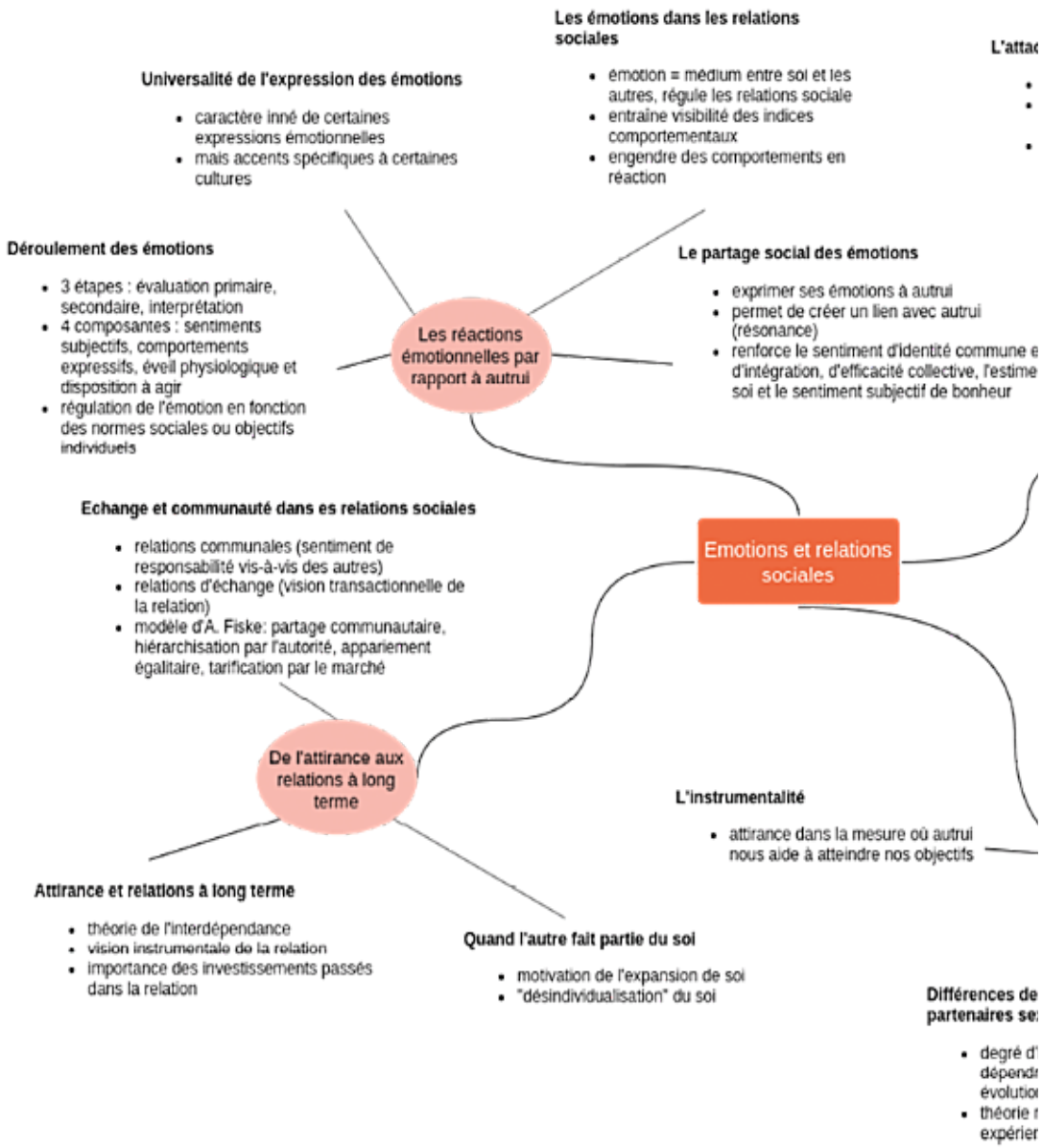
Pour illustrer

Paul Ekman: Le visage décrypté. Documentaire sur l’expression faciale des émotions.

Lisa Feldman Barrett: « Vous n’êtes pas à la merci de vos émotions - votre cerveau les crée ».

Le choix des partenaires en fonction du sexe.




Emotions et relations sociales
Les réactions émotionnelles par rapport à autrui
De l'attirance aux relations à long terme
Les émotions dans les relations sociales
émotion = medium entre soi et les autres, régule les relations sociale
entraîne visibilité des indices comportementaux
engendre des comportements en réaction
Universalité de l'expression des émotions
caractère inné de certaines expressions émotionnelles
mais accents spécifiques à certaines cultures
Déroulement des émotions
3 étapes : évaluation primaire, secondaire, interprétation
4 composantes : sentiments subjectifs, comportements expressifs, éveil physiologique et disposition à agir
régulation de l'émotion en fonction des normes sociales ou objectifs individuels
Le partage social des émotions
exprimer ses émotions à autrui
permet de créer un lien avec autrui (résonance)
renforce le sentiment d'identité commune e
d'intégration, d'efficacité collective, l'estime
soi et le sentiment subjectif de bonheur
Echange et communauté dans es relations sociales
relations communales (sentiment de responsabilité vis-à-vis des autres)
relations d'échange (vision transactionnelle de la relation)
modèle d'A. Fiske: partage communautaire, hiérarchisation par l'autorité, appariement égalitaire, tarification par le marché
L'instrumentalité
attirance dans la mesure où autrui nous aide à atteindre nos objectifs
Attirance et relations à long terme
théorie de l'interdépendance
vision instrumentale de la relation
importance des investissements passés dans la relation
Quand l'autre fait partie du soi
motivation de l'expansion de soi
"désindividualisation" du soi

CHAPITRE

11

Agression et altruisme

Dans ce chapitre, nous nous intéressons à des facettes incontournables des interactions entre les personnes, à savoir l'agression d'une part et l'altruisme d'autre part. Nous commençons par un examen des différents déterminants de l'agression. Nous évoquons en premier lieu les facteurs plus distaux comme les causes biologiques, qu'elles soient génétiques ou hormonales ou relèvent plus généralement de traits de personnalité, ou les causes situationnelles chroniques allant de l'exposition répétée à la violence dans les médias au fil du parcours individuel à des aspects culturels comme la culture du viol ou le degré d'inégalité sociale. Nous nous tournons ensuite

vers des facteurs plus immédiats, généralement contextuels, comme la chaleur, la consommation d'alcool, les couleurs, la présence d'arme, etc. Nous abordons ensuite la question des comportements prosociaux. Nous entamons notre parcours en examinant les situations d'urgence, celles qui requièrent une action immédiate. Forts de toute une série de travaux récents, nous montrons comment il s'agit de tempérer les conclusions qui ont longtemps prévalu dans la discipline et qui soulignaient à quel point la présence d'autrui pouvait empêcher qu'on vienne au secours d'une personne dans le besoin. Nous traitons ensuite de l'altruisme, défini ici comme un acte gratuit. Après avoir distingué ce dernier de la notion d'aide, qui serait quant à elle une conduite davantage intéressée, nous passons en revue un ensemble de déterminants du comportement altruiste. Nous terminons par des travaux sur la

question plus générale de la coopération entre les individus.

Les relations avec d'autres personnes sont une condition nécessaire pour accéder à notre propre humanité. Si cela peut nous rendre optimistes quant aux contacts que nous entretenons avec autrui, il arrive malheureusement que les choses dérapent.

Dans le courant du mois de février 1993, la maman de James Bulger, un petit garçon de 2 ans se rend dans une galerie commerciale de Bootle, près de Liverpool au Royaume-Uni. Elle ne se doute pas qu'à la faveur d'un moment d'inattention de sa part, Robert Thompson et Jon Venables, deux gamins âgés de tout juste 10 ans et qui faisaient l'école buissonnière, vont emmener le petit James pour le torturer et le tuer sauvagement sur une voie ferrée.

La liste de faits divers tragiques du même acabit pourrait s'allonger à l'infini. Il suffit de penser aux tueries de masse qui se répètent inlassablement aux États-Unis, comme lorsque, le 1er octobre 2017, un homme situé au 32e étage d'un hôtel casino de Las Vegas a profité d'un festival de musique country pour tirer pendant plusieurs minutes avec des fusils d'assaut, tuant au moins 58 personnes et faisant 527 blessé·e·s. On pense aussi aux attentats qui ont frappé tant de pays de par le monde et, singulièrement, la France et la Belgique avec la tuerie perpétrée dans les locaux de Charlie puis dans le magasin Hypercasher et, plus tard, les attentats dans les villes de Paris et de Bruxelles.

Les agressions ne sont d'ailleurs pas que le fait d'individus isolés. En mai 1985, Bruxelles accueille la finale de la Coupe d'Europe des clubs champions, qui deviendra plus tard la Champions League. Les joueurs de Liverpool font face à ceux de la Juventus. La rencontre se déroule au Heysel, un stade jugé vétuste à l'époque et offrant d'ailleurs des conditions de sécurité déplorables. D'ailleurs, de très nombreux·ses supporter·rice·s italien·ne·s ont réussi à se faufiler dans le bloc Z, une zone des gradins en principe réservée aux spectateur·rice·s belges, supposé·e·s neutres, car à proximité des places occupées par les Anglais·es. Seuls quelques mètres séparent les deux camps et, depuis plusieurs heures, les supporter·rice·s des équipes en présence s'invectivent. Vers 19h20, des petits groupes

d'Anglais·es parviennent à s'introduire dans le bloc Z et défient les tifosi, à l'époque peu coutumiers de ces pratiques typiques de la culture hooligan qui a vu le jour outre-Manche. À force de provocations, les Italien·ne·s paniquent et vont se masser à l'autre extrémité des gradins. Sous leur poids, les grillages et les murs cèdent et c'est la catastrophe. Des dizaines de personnes sont piétinées. Le bilan est très lourd : on dénombre 39 décès et 454 blessé·e·s.



Mémorial en hommage aux victimes du génocide rwandais dans une église de l'ouest du pays (© Adam Jones).

À l'heure où nous écrivons ces lignes, on commémore le 25e anniversaire du génocide rwandais. Entre avril et juillet 1994, près d'un million de Rwandais·es sont massacré·e·s alors que la communauté internationale reste totalement apathique et hésite à intervenir (Gourevitch, 1998). Les Hutus radicaux s'en prennent aux Tutsis et Hutus modérés. Les routes sont bloquées et les gens extraits de leur véhicule et massacrés sur place. Dans les villages, les voisin·e·s qui, pourtant, se côtoient au jour le jour s'entretuent sans merci. Des instituteurs hutus exécutent leurs élèves tutsis à la machette. Même celles et ceux qui cherchent refuge dans les églises ne sont pas épargné·e·s. Le génocide du Rwanda reste aujourd'hui encore un des événements les plus tragiques d'un vingtième siècle qui n'en aura pourtant pas été avare. Depuis, le pays tente de se redresser, confronté qu'il est notamment à la délicate question de la gestion d'un nombre record de personnes inculpées pour participation au génocide. Plusieurs initiatives de règlement des conflits, telles que les juridictions traditionnelles connues sous le nom de Gacaca, ont été prises pour veiller à retisser les liens entre les membres de ce pays profondément meurtri (Kanazayire, Licata, Mélotte, Dusingizemungu, & Azzi, 2014; Kanyangara, Rimé, Philippot, & Yzerbyt, 2007 ; Paluck, 2009 ; Rimé, Kanyangara, Paez, & Yzerbyt, 2012).

Fort heureusement, les êtres humains peuvent aussi montrer un visage strictement inverse, en se dévouant pour porter secours à d'autres personnes, parfois au péril de leur propre vie. Et il n'est pas nécessaire que ce soient des membres de sa famille ou des proches. La notion de 'Juste

d'entre les nations' est la plus haute distinction accordée par l'État d'Israël. Elle honore des personnes non-juives qui, malgré d'énormes risques encourus pour elles-mêmes et pour leurs proches, ont aidé des Juif·ve·s pendant la Seconde Guerre mondiale. Ce type de reconnaissance ne laisse pas beaucoup de doute sur le caractère altruiste des actes posés. Un cas exemplaire est celui d'Oskar Schindler, un industriel allemand pourtant affilié au parti nazi. Impliqué dans une opération assez sordide de reprise d'une usine métallurgique, Schindler est initialement mu par des intérêts personnels. De fait, il emploie des ouvrier·ère·s juif·ve·s car ces derniers constituent une main-d'œuvre particulièrement bon marché. Touché par le sort des Juif·ve·s dans le ghetto de Cracovie, Schindler sera peu à peu animé par un authentique sentiment altruiste et sauvera quelque 1 100 Juif·ve·s de la déportation et de l'extermination dans le camp d'Auschwitz. À côté de certains cas plus connus, Oliner et Oliner (1988) ont pu montrer qu'entre 50 000 et 500 000 personnes non-juives ont risqué leur propre vie ou celle de leurs proches pour héberger des juif·ve·s ou les aider à échapper à l'occupation nazie. On estime que 10 fois plus ont pris des risques par leur contribution à cet élan de solidarité en donnant de la nourriture ou en transmettant des messages.





▶ Carola Rackete (en haut) et Pia Klemp (en bas), les deux capitaines du SeaWatch 3, navire qui secourt les migrant·e·s en Méditerranée. (© Paul Lovis Wagner / Sea-Watch.org) (© Ruben Neugebauer / Sea-Watch.org).

Bien des actes de bienveillance et d'altruisme émaillent l'actualité. Il en va ainsi de ces pompiers de New York qui ont mis leur vie en danger pour tenter de sauver des personnes piégées par les flammes dans les tours du World Trade Center lors des attaques du 11 septembre 2001. À l'heure où nous écrivons ces lignes, nous pensons aussi à tous ces individus plus ou moins anonymes qui défient la peur du qu'en-dira-t-on, certaines

dispositions votées à la hâte, ou plus simplement les injonctions politiques émanant de leaders politiques populistes qui, en dépit des menaces d'amendes voire de peines d'emprisonnement, accueillent chez elles des réfugié·e·s, des sans-papiers arrivé·e·s en Europe dans des conditions innommables. À cet égard, Pia Klemp et Carola Rackete, les deux femmes capitaines de navire qui ont sauvé des migrant·e·s en Méditerranée et accosté en Europe pour débarquer leurs passager·ère·s malgré les interdictions incarnent bien le courage de toutes ces personnes qui portent secours à d'autres sans autre raison que l'élan humanitaire.

Comment rendre compte de toutes ces manifestations de violence ? Qu'est-ce qui conduit des individus à poser des actes délinquants ou à abattre des innocent·e·s dans une école ou une discothèque ? Quels sont les facteurs en jeu dans les homicides, dans le harcèlement ou même le viol ? Qu'est-ce qui explique les attaques terroristes et les actes génocidaires ? Et, à l'inverse, lorsque des personnes se retrouvent dans des situations de détresse, qu'est-ce qui fera qu'on leur viendra en aide ? Pourquoi des drames laissent parfois tout le monde dans l'indifférence totale alors que d'autres situations nous émeuvent et nous poussent à venir en aide à leurs victimes ? Dans ce chapitre, nous examinons d'abord les facteurs qui contribuent à l'émergence de violence et d'agression avant de nous tourner vers les comportements d'aide et d'altruisme.

1. Comprendre les déterminants de l'agression

Les explications visant à rendre compte des comportements agressifs distinguent généralement le fait qu'il s'agit d'agression hostile ou instrumentale (Bègue, 2010). L'agression hostile renvoie à des comportements qui visent en priorité à faire mal à quelqu'un sur le plan physique ou psychique. Sont alors essentiellement à l'œuvre la colère et l'hostilité. Ainsi, on peut penser que des actes posés lors du drame du Heysel ou l'agression du petit James Bulger sont avant tout de l'agression hostile. L'agression instrumentale, en revanche, concerne des

comportements qui impliquent d'infliger de la souffrance à quelqu'un pour d'autres motifs que l'hostilité pure. Il s'agit par exemple d'attirer l'attention, d'acquérir des ressources, ou de promouvoir des idées politiques ou des positions idéologiques. Ici, se retrouvent pour l'essentiel les attentats terroristes ou les tueries de masse. Dans le cas du génocide du Rwanda, ce sont sans doute les deux formes d'agression qui prévalent tant il est vrai que des aspects de haine et de pure hostilité étaient à l'œuvre chez certain·e·s, mais que par ailleurs des motivations politiques ont aussi animé d'autres protagonistes. Vu la complexité des conduites humaines, cette distinction tend donc de plus en plus à s'estomper. En revanche, il importe de bien prendre conscience que l'agression n'est pas toujours d'ordre physique, même si c'est ce qui vient en priorité à l'esprit. De fait, l'agression sociale consiste à mettre à mal le bien-être émotionnel et social d'une autre personne sans pour autant attenter à son intégrité physique immédiate. Dans ces cas de figure, on rencontrera du dédain, de la critique ouverte voire des insultes, des ragots malveillants, des discours de haine, ou encore de l'ostracisme.

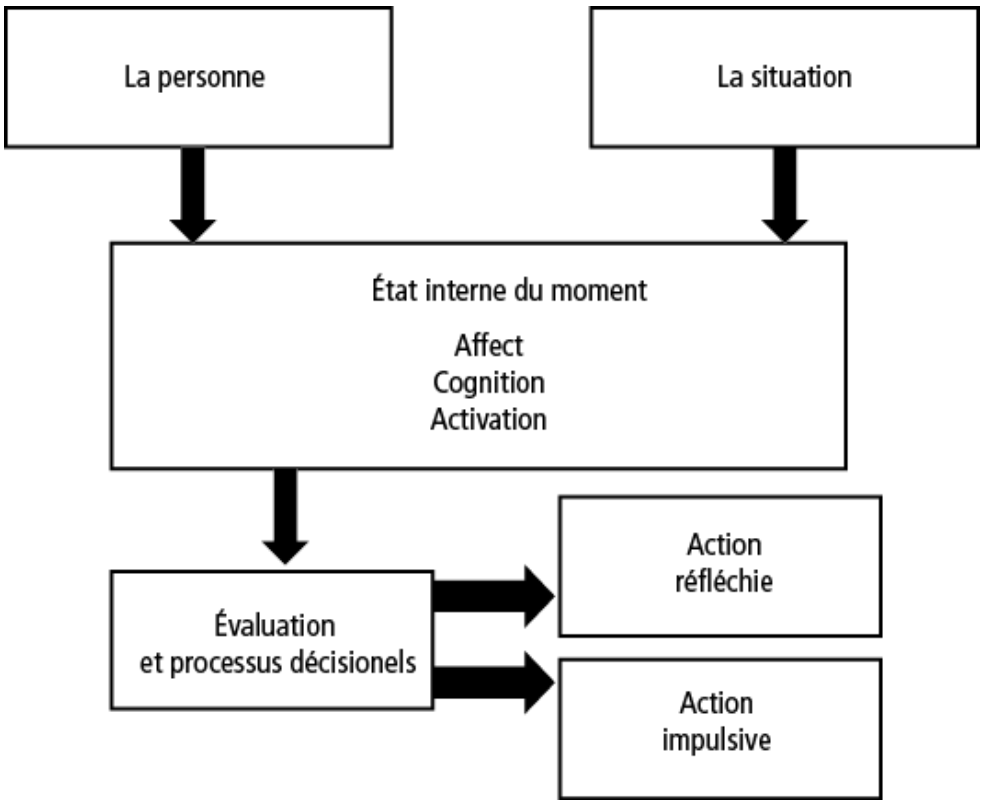
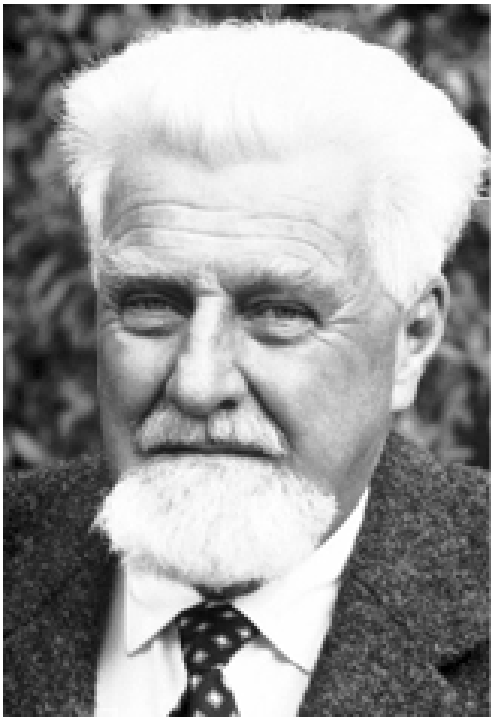


Figure 11.1. Modèle général de l'agression (d'après Anderson & Bushman, 2002)

Une façon très complète d'aborder le phénomène de l'agression est représentée schématiquement dans la figure 11.1. Le modèle général de l'agression (Allen & Anderson, 2017 ; Anderson & Bushman, 2002 ; DeWall, Anderson, & Bushman, 2011) prend d'abord en compte la manière dont une série de facteurs distaux façonnent la personnalité au long cours. Étant donné ce terreau, et fidèle à l'approche de la psychologie sociale, les éléments plus personnels s'allient au contexte immédiat pour produire des conduites agressives via une série de mécanismes affectifs, cognitifs et physiologiques qui donnent lieu à des conduites plus ou moins impulsives. Notons que les facteurs distaux de prédispositions ne se réduisent pas aux facteurs biologiques ou individuels. Comme on le verra, la culture tout autant que le milieu familial et l'histoire de socialisation des personnes sont des influences qui façonnent les gens sur le long terme. Ces dernières viendront se combiner aux éléments plus circonstanciels rencontrés dans l'environnement immédiat.

1.1. Les facteurs distaux

Une notion qui ne manque jamais d'être évoquée pour rendre compte des actes agressifs est celle d'instinct agressif ou encore de pulsion agressive. Les êtres humains seraient naturellement équipés pour se montrer agressifs. Nul n'incarne mieux cette approche biologisante que Konrad Lorenz (1966). Lorenz emprunte à Freud à la fois l'idée d'une nature humaine essentiellement instinctive et le fait que le comportement est affecté par l'accumulation et le relâchement d'énergies au sein des individus. Il puise aussi chez Darwin l'idée que les instincts sont le résultat d'une sélection naturelle et que cette dernière résulte d'une lutte sans merci entre des individus rivaux. Il estime qu'il serait « toujours avantageux pour



Konrad Lorenz en 1973 (© Nobel Foundation Archive).

l’espèce que le plus fort l’emporte et s’empare du territoire ou de la femelle de son compétiteur » (p. 27). À la lumière de cet impératif, il est peu surprenant, selon Lorenz, que l’instinct agressif ait été sélectionné et que l’on s’en prenne aux autres membres de notre espèce. Ce raisonnement aboutit à deux conclusions pessimistes. D’une part, l’agression est inévitablement inscrite dans notre patrimoine. D’autre part, il faudra bien que cet instinct trouve à s’exprimer dès lors que la tension s’accumule.

Plusieurs raisons donnent à penser que cette posture est trop défaitiste. Tout d’abord, Lorenz interprète mal la théorie de l’évolution, car contrairement à ce qu’il prétend ce n’est pas l’espèce qui est au cœur du processus d’évolution, mais bien l’individu. L’agression est d’ailleurs loin d’être toujours la meilleure façon d’assurer la survie d’un individu et de ses proches. On le voit tous les jours, les éléments les plus agressifs d’une collectivité sont souvent mis au ban de cette dernière. Mieux, la coopération s’avère une stratégie très profitable dans de nombreuses circonstances (Dunbar, 1998). Un autre aspect litigieux du point de vue de Lorenz est la qualité libératrice que cet auteur accorde à l’expression de l’agression, un phénomène connu sous le nom de catharsis, déjà évoquée au ***chapitre 10***. Cette hypothèse de catharsis a toujours eu le don de séduire. Ne voit-on pas des cultures proposer des divertissements parfois sanglants en prétextant que cela permettra d’assouvir les besoins d’agression de la population ? Si cette idée semble séduisante, les recherches en la matière ne permettent pourtant pas de l’étayer (Bushman, Baumeister, & Phillips, 2001). Dans le meilleur des cas, l’expression de l’agressivité ne produit aucun effet. Parfois même, cela empire encore les choses. La catharsis fait souvent du bien : là est le paradoxe. Du coup, elle agit comme une sorte de récompense qui vient colorer positivement l’expression de l’agressivité.

Mais s’il est quasiment certain que la catharsis est le contraire d’une bonne idée, on peut se demander pourquoi cette notion conserve une telle popularité. Une des explications réside, semble-t-il, dans notre utilisation de métaphores pour rendre compte de nos comportements (Lakoff & Johnson, 1999). Ainsi, nous sommes nombreux à parler d’épisode de colère en évoquant la notion d’explosion ou le fait de bouillir, autant d’images qui font allusion à la pression et à la chaleur que nous ressentons quand nous sommes furieux·ses contre quelqu’un ou à propos de quelque chose. Ces

métaphores nous incitent sans doute à penser que le fait d'ouvrir la soupape, de lâcher la tension, pourra nous aider. Et, sans surprise, plus des personnes croient dans les vertus de la catharsis, plus elles ont tendance à choisir des sports violents (Wann, Carlson, Holland et al., 1999). Les seules démonstrations d'effets bénéfiques de la catharsis sur la réduction de l'agression révèlent que cela se produit lorsque les personnes ciblent leurs agresseur·euse·s, qu'elles ont des raisons légitimes à leurs yeux pour le faire et qu'elles se sentent à l'abri de toutes représailles (Hokanson, 1974). Cependant, dans ces conditions, il semble que ce soit avant tout un sentiment de justice qui fasse son œuvre plutôt que le strict mécanisme de relâchement de l'agression tel que postulé par Lorenz.

Tout ceci n'enlève rien au fait que l'agression est probablement génétiquement déterminée, du moins en partie. Après tout, certaines races de chiens sont plus agressives que d'autres au point que des municipalités interdisent leur présence sur le territoire de la commune ou que leurs propriétaires doivent leur mettre une muselière sur la voie publique. La sélection minutieuse qui a été opérée au fil de dizaines de générations semble y être pour quelque chose. Pour éprouver cette idée, des chercheurs suédois (Lagerspetz & Lagerspetz, 1971) ont séparé des souris en deux groupes : les souris très agressives et les souris peu agressives. Ils ont ensuite élevé ces deux groupes de souris en deux lignées séparées pendant 26 générations. On constate que les descendantes du premier groupe se montraient bien plus belliqueuses que celles du second groupe, devenues quant à elles de véritables pacifistes.

Bien entendu, il n'est pas possible de vérifier ces hypothèses génétiques de manière expérimentale sur les êtres humains. L'étude des jumeaux·elles offre une stratégie alternative intéressante à cet égard. Les jumeaux·elles monozygotes, les vrai·e·s jumeaux·elles, ont le même patrimoine génétique, ce qui n'est pas le cas des jumeaux·elles dizygotes, les faux·sses jumeaux·elles. Idéalement, les chercheur·euse·s examinent des jumeaux·elles qui ont été élevé·e·s ensemble ou qui ont été séparé·e·s à la naissance afin d'étudier l'impact du patrimoine génétique et du milieu. Tellegen et ses collègues (1988) ont ainsi relevé que les niveaux d'agressivité étaient plus étroitement liés chez les monozygotes que chez les dizygotes (voir figure 11.2). Qui plus est, l'agressivité est aussi élevée si

les monozygotes ont été éduqué·e·s ensemble ou séparément, ce qui n'est pas le cas des dizygotes. Les données confirment que l'environnement ne peut rendre compte à lui seul du niveau d'agressivité des individus et que l'hérédité exerce bien une influence importante.

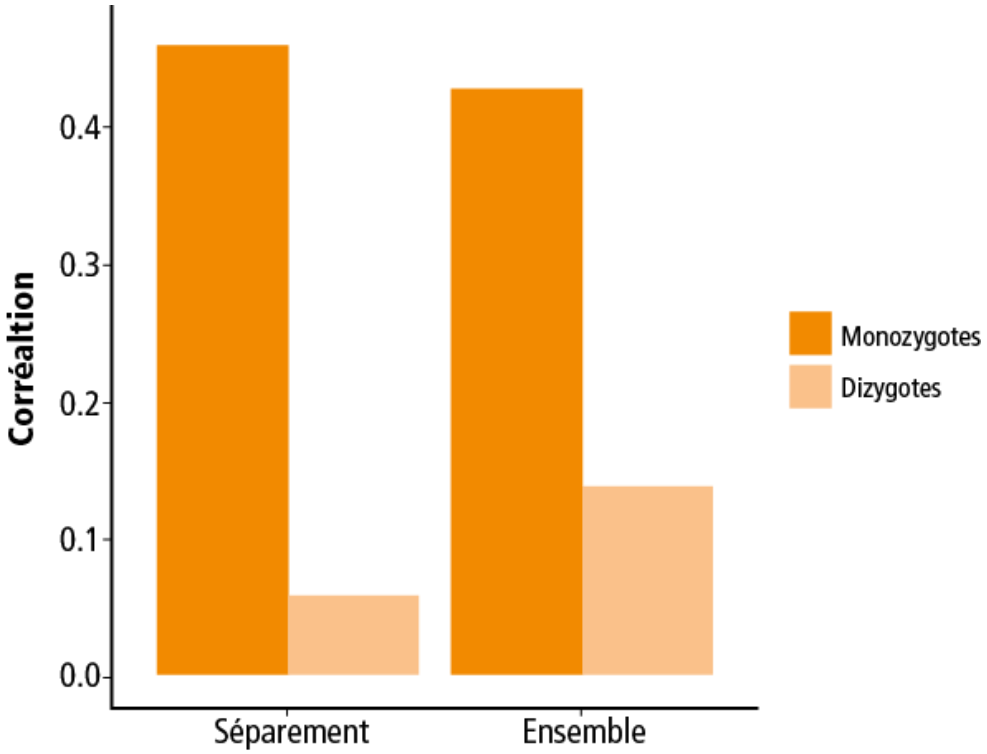


Figure 11.2. Corrélation entre les niveaux d'agressivité entre jumeaux·elles selon qu'il·elle·s ont été élevé·e·s séparément ou ensemble et sont monozygotes ou dizygotes (d'après Tellegen et al., 1988).

Une autre approche s'intéresse quant à elle aux bases hormonales de l'agressivité. À cet égard, la principale suspecte est la testostérone (Archer, 1991). De manière générale, cette hormone est davantage présente chez les hommes et les niveaux d'agression sont plus élevés chez ces derniers, même si les différences sexuelles ont tendance à s'estomper à des âges plus avancés et au fil des nouvelles générations. Par ailleurs, si les hommes sont infiniment plus nombreux à être impliqués dans des meurtres violents et des agressions physiques, l'agression sociale n'est l'apanage d'aucun des deux sexes. Les individus qui ont des taux plus importants de testostérone sont aussi davantage susceptibles d'être en prison pour des délits impliquant des comportements violents. On constate également que les jeunes universitaires ont des niveaux de testostérone moins élevés que les jeunes

délinquant·e·s. En outre, il semble qu'il y ait un lien entre les victoires sportives et le taux de testostérone, même les interprétations que les personnes formulent quant aux causes de leur succès joue un rôle non négligeable. Nous y reviendrons lorsqu'on abordera la question des aspects attributionnels. Au vu des données, c'est donc plutôt la présence au long cours de testostérone qui constitue le facteur principal.

La testostérone est souvent perçue comme la *cause* de certains comportements sociaux — comme l'agressivité. Toutefois, des travaux récents nuancent ce point de vue et montrent que l'inverse est souvent vrai : des facteurs sociaux déterminent la sécrétion de testostérone (Fine, 2017). Prenons le cas d'un poisson, Halochromis burtoni. Les mâles à haut niveau d'androgènes (la classe d'hormones dont fait partie la testostérone) sont plus agressifs. Mais si on les castre, et qu'ils ne peuvent plus produire d'androgènes, ils restent dominants. La testostérone n'est donc nullement une cause nécessaire à leur comportement. Inversement, si un mâle dominant non castré est placé en présence d'un individu plus gros, il perd ses teintes iridescentes et ses testicules diminuent de volume, produisant moins de testostérone. Si cet exemple aquatique ne vous convainc pas, on constate également des influences sociales sur la sécrétion de testostérone chez les humains. Ainsi, en Afrique de l'Est, les hommes ont des niveaux de testostérone plus faibles dans la population des Hazda, où les soins paternels aux enfants sont une norme, que les pères dans la population Datoga, où les pères procurent des soins minimaux. Ceci étant, même quand la testostérone semble induire des comportements agressifs, ceux-ci sont fortement régulés socialement. Par exemple, des études menées chez des singes Talapoin castrés montrent qu'une injection de testostérone augmente bien l'agressivité, mais celle-ci est exclusivement dirigée vers les mâles de statut inférieur.

D'autres études montrent que des niveaux anormalement faibles de sérotonine favorisent l'émergence de conduites agressives. Ainsi, Berman et ses collègues (2009) ont administré à leurs participant·e·s un placebo ou de la paroxetine, un médicament qui augmente le niveau de sérotonine, avant de les exposer à un complice qui, dans le cadre d'un jeu compétitif, leur envoyait des chocs électriques d'intensité croissante au fil de plusieurs blocs d'essais. La manipulation expérimentale n'exerce aucune influence

sur les participant·e·s qui n'ont pas un passé agressif. En revanche, les réponses agressives des autres participant·e·s face aux provocations du complice diminuent très nettement dans la condition paroxetine par rapport à la condition placebo (voir figure 11.3).

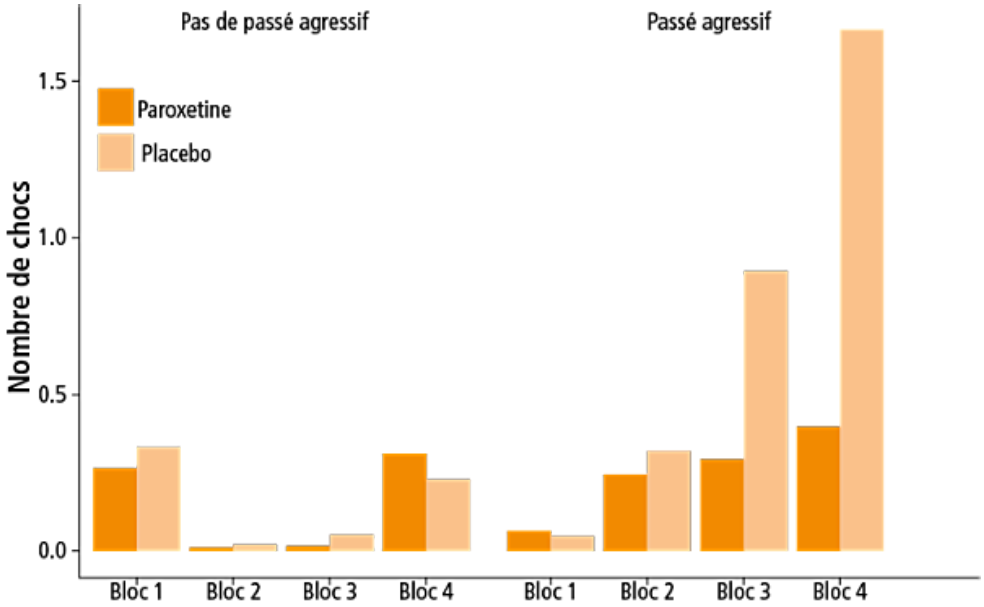


Figure 11.3. Nombre de chocs administrés en fonction du bloc d'essais, du traitement reçu et du passé du sujet (d'après Berman et al., 2009)

À un niveau d'analyse encore plus fin, des recherches consacrent aussi le rôle de certains gènes. Il en va ainsi du gène appelé monoamine oxidase A (MAO-A) du chromosome X, une enzyme qui métabolise certains neurotransmetteurs, comme la sérotonine justement, au niveau des synapses et fluidifie ainsi la communication entre les neurones. Il se fait que des animaux qui présentent un gène MAO-A défectueux, car plus court, manifestent un comportement plus agressif, ce qui laisse entendre qu'il pourrait en aller de même chez les humains. La question est toutefois complexe, car la relation entre les gènes individuels et les conduites est généralement faible et dépend de toute une série de facteurs environnementaux qui doivent être au rendez-vous pour voir apparaître les conséquences (Ebstein, 2006). Dans une étude illustrative de ce mécanisme interactif, Caspi et ses collègues (2002) ont isolé un échantillon d'hommes dans lequel 37 % des individus présentaient une forme courte du gène et les autres une forme longue. Pour l'aspect environnemental, les auteurs ont identifié les individus qui avaient été victimes de maltraitance durant leur

enfance. De manière globale, le gène n'avait pas d'impact sur le fait que les jeunes aient commis des actes violents une fois arrivés à l'âge de 26 ans, illustrant l'absence d'influence stricte des gènes sur le décours de la vie. En revanche, les enfants qui présentaient le gène défectueux et avaient été maltraités avaient trois fois plus de chances d'avoir commis un acte violent avant l'âge de 26 ans. Alors que ce groupe ne représentait que 12 % de l'échantillon, il était responsable de 44 % des condamnations pour des actes violents relevées sur l'ensemble des participants à l'étude ! Tout cela montre à souhait comment les gènes et l'environnement doivent allier leur force pour façonner le comportement.

Des différences de personnalité jouent aussi un rôle dans l'émergence des comportements agressifs. Farrington (1989) a suivi plus de 400 jeunes hommes vivant dans des quartiers populaires londoniens sur une période de 23 ans. Les participants étaient interviewés à 9 ans ainsi que leurs parents et leurs enseignant·e·s. Parmi les participants jugés très agressifs à 9 ans, 14 % ont un casier judiciaire à 21 ans et 22 % à 32 ans. Ces chiffres sont respectivement de 4 % et 7 % pour les participants qui n'avaient pas été jugés agressifs. On peut donc prédire la délinquance de jeunes adultes sur base de la susceptibilité à la violence de ces individus lorsqu'ils sont encore des enfants. En général, les corrélations atteignent .40 sur une période de 20 ans, ce qui est réellement impressionnant (Olweus, 1979).

En matière de traits, la plupart des gens pointent spontanément l'estime de soi et le narcissisme comme des caractéristiques de personnalité impliquées dans l'agression. Les données sur l'estime de soi révèlent toutefois un bilan mitigé, tant il est vrai que les deux grandes formes d'estime de soi, celle qui découle d'un sentiment de supériorité d'une part et celle qui procède des relations positives que l'on entretient avec son entourage d'autre part, exercent des influences positive et négative, respectivement, sur l'agression (Kirkpatrick et al., 2002). En outre, des gens différents semblent réagir de manière plus agressive et brouillent le message associé à ce trait. Autant les personnes qui ont une estime de soi faible se montrent agressives en situation de difficulté, autant celles ayant une haute estime de soi réagissent de manière agressive en cas de menace.

Par contre, le faisceau d'évidence est plus accablant pour une forme plus radicale de l'estime de soi : le narcissisme, l'amour excessif de soi. Dans une expérience de Bushman et Baumeister (1998), les participant·e·s et un complice devaient d'abord rédiger un texte sur l'avortement et évaluer le texte de leur camarade. Selon les conditions, le complice se chargeait alors d'encenser la rédaction en disant « rien à dire, excellent texte ! » ou de la critiquer vertement en s'exclamant « c'est le pire texte que j'ai lu jusqu'à présent ! ». Dans la seconde partie de l'expérience, les participant·e·s prenaient part à un jeu de questions-réponses dans lequel leur adversaire était soit le complice, soit une autre personne. Chacun avait pour mission de sélectionner un niveau de son à envoyer dans les oreilles de l'autre si cette dernière mettait plus de temps à répondre. L'intensité sonore choisie pouvait varier de 60 dB à 105 dB, ce dernier niveau étant franchement déplaisant (sans pour autant être dangereux) et inutilement agressif. Les résultats (voir figure 11.4) montrent clairement que plus les gens sont narcissiques, plus ils ont tendance à punir exagérément leur compétiteur, mais uniquement s'il s'agit du complice critique (panneau de gauche). Des analyses complémentaires confirment d'ailleurs que la remarque désobligeante a provoqué un sentiment de menace qui trouve à s'exprimer dans le choix mesquin d'un niveau sonore excessif.

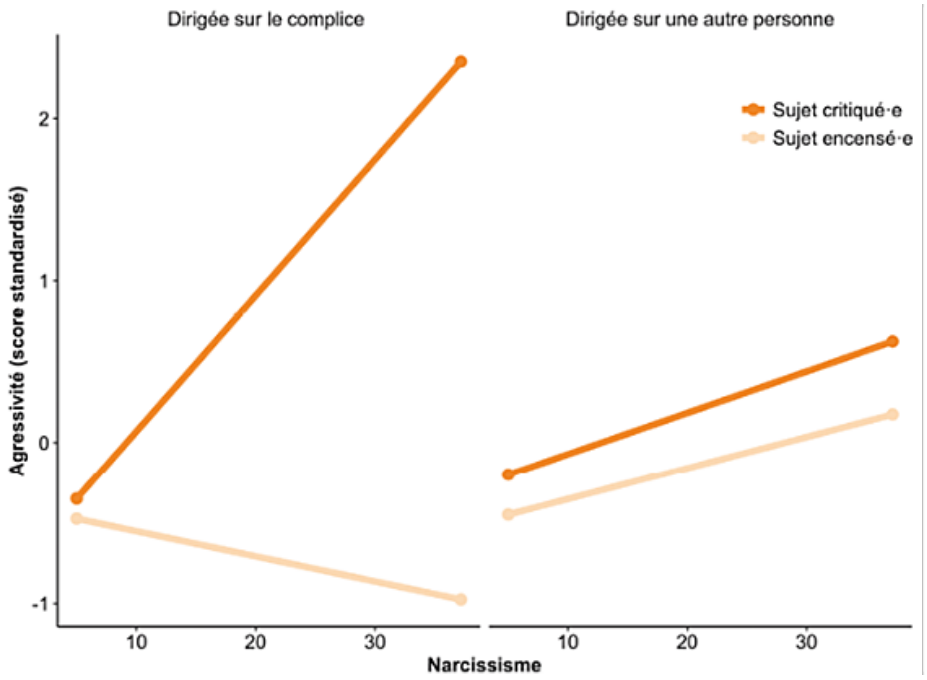


Figure 11.4. Agressivité en fonction du niveau de narcissisme, du type de feedback, et de la cible (d'après Bushman & Baumeister, 1998).

Psycho sociale en questions

Peut-on mesurer l'agression ?



▶ Piments Bhut Jolokia (© Asit K. Ghosh). Alors que la sauce Tabasco atteint le chiffre de 5 000 unités Scoville, une échelle qui mesure le piquant des piments, les Bhut Jolokia pointent à 1 000 000 !

Un des défis majeurs que rencontre la psychologie sociale pour étudier l'agression dans un contexte expérimental est de trouver une mesure à la fois réaliste et acceptable sur le plan éthique. On imagine mal réaliser une expérience au cours de laquelle les gens frappent ou agressent de façon expresse les autres. Et c'est sans compter la difficulté plus globale de provoquer des comportements agressifs, tant il est vrai que l'on est généralement réticent à agir de manière agressive sauf si la situation le justifie. On s'arrange alors pour mettre en scène des situations qui requièrent de punir des personnes dans des contextes d'apprentissage ou au cours de compétitions dans lesquelles les joueur·euse·s peuvent se mettre « des bâtons dans les roues ». À côté des chocs électriques, plus guère utilisés, et autres bruits blancs désagréables envoyés dans les oreilles, une mesure populaire consiste à inviter les gens à administrer à leur condisciple des doses plus ou moins copieuses de sauce piquante. Même si de plus en plus de gens apprécient les subtilités gustatives des piments, on conçoit aisément qu'on peut vraiment « punir » quelqu'un en le forçant à absorber une quantité importante de ce type de mixture. La mesure porte alors sur la quantité de sauce choisie au-delà de ce qui est

nécessaire pour que la personne soit incommodée. Sans doute dans ce domaine plus qu'ailleurs, et on le voit notamment pour la question de l'impact des violences filmées, les études de laboratoire sur l'agression doivent veiller à s'inscrire dans un programme de recherche plus englobant qui, à côté des réactions enregistrées dans un contexte expérimental, prend en compte et s'enrichit de méthodes de recherche telles que l'observation, les données d'archives, les études de terrain et les données d'enquête.

Les séries télévisées sont devenues des incontournables. Une production qui fera date dans l'histoire de la télévision est « Game of Thrones », une saga qui relate les luttes sans merci de plusieurs familles pour s'emparer du trône des sept royaumes alors même que des menaces terrifiantes déferlent du Nord sous la forme de zombies aux ordres du roi des morts. Cette série n'est pas la seule à se distinguer par les horreurs présentées à l'écran. On peut aussi considérer le cas de June, alias Defred, l'héroïne du roman de Margaret Atwood, « La Servante écarlate », devenu une série télévisée à succès. Son sort n'est guère plus enviable, elle qui est condamnée à servir de 'ventre' dans une société ultra-patriarcale et tellement réaliste à force d'être proche de certains événements qui prennent corps dans les États-Unis de l'ère Trump. Des pendaisons, des mutilations, des viols égrènent les épisodes. Et si l'on délaisse les séries fantastiques ou de science-fiction, force est de constater que les protagonistes semblent sans cesse confronté·e·s à une avalanche de meurtres et autres comportements délictueux.

L'exposition à la violence en chiffres

Aux États-Unis, des données (Cusn, 2007) révèlent qu'au moment de fêter son 18e anniversaire, un individu aura été le témoin de pas moins de 200 000 actes de violence et assisté à pas moins de 40 000 meurtres à la télévision, ce qui ne prend même pas en compte ce qui aura été vu au cinéma, dans les

jeux vidéo et sur Internet. En France, et pour ne donner qu'un exemple, un inventaire recensant les actes de violence vus à la télévision française dans la seule année 1988 et publié dans le journal Le Point révèle des chiffres accablants : 670 meurtres, 15 viols, 848 bagarres, 419 fusillades, 11 hold-up, 8 suicides, 14 enlèvements, 32 prises d'otage, 27 scènes de torture, 18 prises de drogue, 9 défenestrations, 13 tentatives de strangulation et 11 scènes de guerre.

Quel peut donc bien être l'effet de la confrontation incessante à tous ces comportements agressifs ? A-t-on raison de prétendre que la violence exposée jour après jour dans les médias rend les gens plus agressifs ? Plusieurs éléments permettent de dire que cette affirmation est fondée. Une première illustration renvoie à des éléments que nous avons examinés au ***chapitre 6*** quand nous avons vu l'impact de la preuve sociale et de l'imitation. On se rappellera l'effet Werther mis en évidence par Philips. Cet auteur a notamment étudié 35 suicides rapportés dans la presse et pour 26 d'entre eux une augmentation très importante du nombre de suicides s'est produite dans le mois qui a suivi la parution par rapport aux deux mois précédents. Dans la foulée du suicide de Marilyn Monroe, morte d'une overdose en août 1962, on dénombre même une augmentation de 12 % du nombre de suicides aux États-Unis. On ne compte plus les exemples de fait divers tragiques dans lesquels des auteur·e·s de braquages voire de tentatives d'assassinat revendiquent clairement avoir trouvé leur source d'inspiration dans des scènes de films. Un cas d'école est celui de John Hinckley qui a essayé de tuer le président Ronald Reagan en mars 1981. Les enquêteur·rice·s se sont rendu·e·s compte qu'Hinckley avait vu le film *Taxi Driver* de Martin Scorsese dans lequel un sociopathe joué par Robert De Niro tente d'éliminer un politicien pour conquérir le cœur d'une prostituée incarnée par Jodie Foster. Dans la chambre d'hôtel de Hinckley, les policiers ont mis la main sur une lettre adressée à Jodie Foster dans laquelle il écrivait qu'il comptait assassiner le président américain. Plusieurs autres cas ont été rapportés dans la littérature (Kunich, 2000).

Du coup, le fait de voir des films violents devrait engendrer une agressivité accrue. Ce phénomène a été très souvent observé en laboratoire, mais

l’influence de la violence filmée sur le comportement agressif a également fait l’objet d’études de terrain bien plus réalistes. Un bel exemple à cet égard reste l’étude menée par Leyens et ses collègues (1975) sur des jeunes placé·e·s en institution après un parcours de délinquance. Chaque soir pendant une semaine, les auteurs ont montré soit des films agressifs soit des films non agressifs. Ils ont observé le comportement agressif spontané des adolescent·e·s dans la semaine qui précède la projection, pendant celle de la projection et durant la semaine suivante. L’impact des films était le plus important juste après la vision des films, mais aussi pendant toute la semaine qui suivait. Encore une autre façon d’aborder la question de la présence d’indices de violence dans les médias audiovisuels consiste à se pencher sur ses effets à plus long terme (Eron, 1963 ; Huesmann & Eron, 1986).

À ce titre, les travaux de Huesmann et collègues (1986 ; 2003) sont particulièrement éloquents. Ces chercheurs ont pris soin de relever les habitudes télévisuelles de 211 Américains de l’État de New York depuis l’âge de 8 ans jusqu’à leur 30e anniversaire pour vérifier si ces individus allaient davantage s’engager dans des activités criminelles une fois adultes du fait de leur niveau important de consommation de violence filmée à un jeune âge. Un souci dans ce genre de recherche est que ce sont peut-être les enfants de 8 ans les plus agressif·ve·s qui aiment regarder les spectacles violents. Autrement dit, ce ne seraient pas les films violents qui les rendent criminel·le·s plus tard, mais c’est parce qu’il·elle·s sont des criminel·le·s en puissance qu’il·elle·s choisissent de regarder ces types de programmes plus que d’autres. Une manière de traiter cette question consiste à contrôler le niveau d’agressivité observé à 8 ans pour examiner la relation ’pure’ entre la consommation télévisée et le comportement criminel à 30 ans. Comme le révèle la figure 11.5, l’influence est indéniable. Ces données constituent des éléments de preuves, si pas définitifs, du moins très accablants que les habitudes télévisuelles à un jeune âge sont bien ce qui oriente le niveau d’agressivité ultérieure plutôt que l’inverse. Notons au passage que si les liens concernent uniquement les garçons dans les études les plus anciennes, dans les études plus récentes les filles manifestent des corrélations du même acabit (Huesmann, Moise-Titus, Podolski, & Eron, 2003).

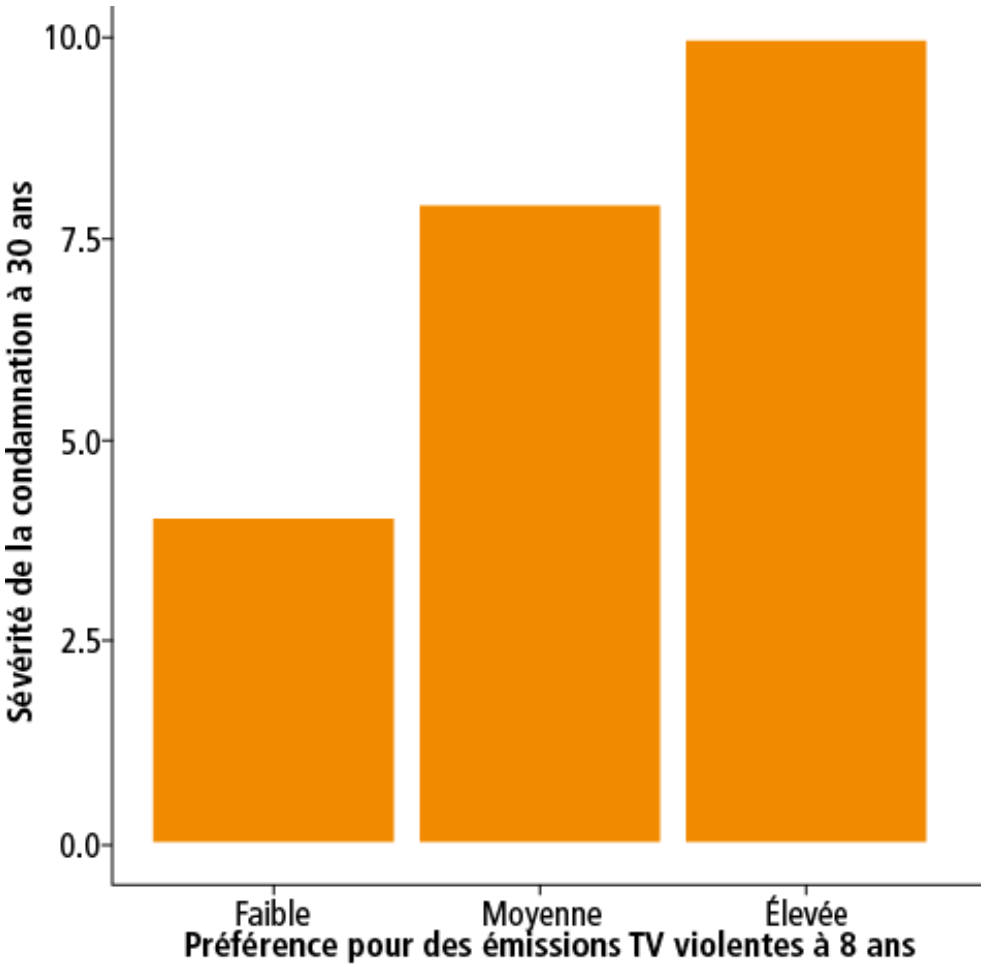


Figure 11.5. Degré de gravité des condamnations à l'âge de 30 ans en fonction des préférences télévisées à 8 ans (d'après Huesmann et al., 2003)

Depuis le tournant du millénaire, le cinéma et la télévision ne sont plus les voies privilégiées pour se frotter à des spectacles violents. À coup sûr, vous avez déjà tâté des jeux vidéo. Il y a évidemment la fameuse série des FIFA qui font vivre l'excitation d'une compétition internationale de football avec un degré de réalisme ahurissant. Mais tous les jeux ne sont pas aussi innocents. Nombreux sont ceux qui mettent en scène des actes particulièrement sordides et allongent les tueries et les exécutions en tout genre. Pourtant, les jeunes et les moins jeunes consomment ce type de jeux à un niveau proprement impressionnant. Malgré les nombreuses dénégations des géants de l'industrie du jeu vidéo, des chercheurs comme Anderson et Bushman (2001) considèrent qu'il y a de bonnes raisons de s'inquiéter de la place que prennent les jeux vidéo et, singulièrement, ceux qui contiennent de la violence. Dans une étude de Bartholow et Anderson

(2002), 43 jeunes universitaires ayant une expérience modérée des jeux vidéo ont été assigné·e·s à un jeu vidéo parmi deux et devaient tenter de battre un opposant. Dans une condition, il s'agissait de « Mortal Kombat », un jeu au cours duquel il s'agit d'endosser le rôle d'un personnage et d'en tuer six autres. Plus le nombre de morts est élevé et plus les choses se passent de manière violente, plus on accumule des points. L'autre jeu était « PGA Tournament Golf », dans lequel il s'agit de réaliser un parcours de golf de 18 trous en optant pour les bons clubs et les bons tirs en fonction des conditions du vent, des bacs à sable et des arbres sur le parcours. Au fil des différentes parties, lorsque les participant·e·s perdaient, l'opposant leur envoyait un bruit blanc assez désagréable dans les oreilles. En cas de victoire, c'est eux qui pouvaient punir l'opposant. La figure 11.6 montre que l'intensité moyenne des bruits blancs ainsi que le nombre de fois que les participant·e·s en envoient sont nettement plus élevés dans le cas du jeu violent, tout particulièrement chez les hommes.

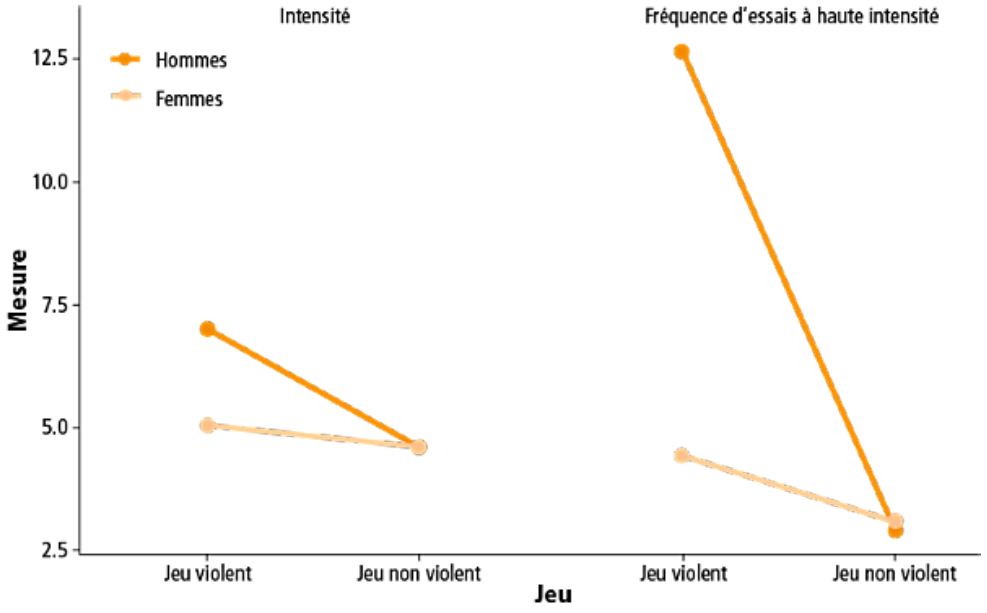


Figure 11.6. Intensité moyenne du bruit envoyé et fréquence d'envoi de bruit à haute intensité en fonction du type de jeu et du sexe (d'après Bartholow & Anderson, 2002)

La question de savoir s'il y a un impact des spectacles violents a aujourd'hui laissé la place à l'examen des processus en jeu. Outre les éléments situationnels et attributionnels sur lesquels nous reviendrons, on constate plusieurs conséquences sur la manière dont les personnes abordent les actes violents et le monde en général et qui font que l'agression

ultérieure s'en trouve facilitée. En premier lieu survient un phénomène de désinhibition. Les comportements violents ne sont plus considérés comme tabous et sont d'ailleurs perçus comme étant généralement peu sanctionnés. Quand le journal télévisé relate des actes de vandalisme, comme dans le cas de ces profanations de cimetière qui défraient parfois la chronique, il est trop rare que les journalistes accompagnent le reportage d'une information claire quant aux peines encourues si les responsables sont arrêtés. À cette désinhibition s'ajoutent la désensibilisation et la vision paranoïde du monde.

Psycho sociale en questions

Les jeux vidéo contribuent-ils aux tueries de masse ?



Mémorial en hommage aux victimes de la tuerie de Columbine, Colorado (USA) (© Library of Congress, Carol M. Highsmith).

Des données montrent qu'en 2018 le marché du jeu vidéo représente pas moins de 4.3 milliards d'euros rien qu'en France. Un sondage IFOP indique que 68 % des Français·es jouent, ce chiffre monte même à 91 % chez les 18-24 ans, que la pratique est aussi répandue chez les hommes que chez les femmes, mais que ce loisir est en revanche plus pratiqué dans les couches moins diplômées de la population. Un sondage représentatif américain indique que les jeunes entre 8 et 10 ans jouent en moyenne 13 heures par semaine, 8 % d'entre eux allant jusqu'à 24 heures, soit une pleine journée, par semaine. En 1999, deux grands amateurs de jeux vidéo, Eric Harris et Dylan Klebold, avaient pour habitude de passer du temps sur des jeux vidéo violents. Leur favori était « Doom ». Ils avaient même créé une version personnalisée dans laquelle deux tireurs pouvaient disposer d'une quantité illimitée de munitions afin d'éliminer un nombre

astronomique de victimes impuissantes. Le 20 avril de cette même année, ils ont somme toute « joué » Doom dans le monde réel. Armés jusqu'aux dents, ils se sont rendus dans leur école de Littleton dans le Colorado, la tristement célèbre « Columbine High School », et ont abattu 12 de leurs condisciples et 1 enseignant et blessé pas moins de 23 autres lycéens et lycéennes avant de se suicider. Cette fusillade de masse est loin d'être un cas isolé aux États-Unis. Le quotidien USA Today relate qu'entre 2006 et 2017, les tueries de masse dans lesquelles plus de quatre personnes à l'exception du tueur ont été tuées ont été au nombre de 271 et ont comptabilisé 1358 victimes aux États-Unis. Les spécialistes s'accordent à considérer que ces chiffres tragiques s'expliquent par la grande disponibilité des armes, par le phénomène d'imitation, notamment en lien avec la fréquence des spectacles agressifs et la pratique de jeux violents, et par les frustrations ressenties par les individus dans leur vie quotidienne qui conduisent souvent aussi à une recherche de notoriété. Souvent invoqué, le facteur de la maladie mentale ne semble pas être un argument convaincant tant il est vrai que l'augmentation des tueries de masse ces dernières années dépasse de loin l'accroissement du nombre de malades mentaux.

La vision paranoïde intervient lorsque les gens consomment une telle dose de violence dans les médias qu'ils développent une vision excessivement pessimiste sur la prévalence des divers crimes ou sur le risque d'être soi-même victime d'une attaque. Ainsi, il est frappant de constater combien la publicité extrême faite aux attentats qui ont secoué l'Europe en général et la France et la Belgique en particulier en 2015 et 2016 ont assombri l'optimisme et le sentiment de sécurité de nombreux citoyen·ne·s, même parmi les jeunes. La présence accrue de forces de l'ordre dans la rue ne fait que renforcer ce sentiment. Pourtant, le nombre de délits et de crimes en général a fortement baissé ces dernières décennies. En outre, ce ne sont pas les délits mis en exergue dans les médias qui font nécessairement le plus de

victimes. La violence domestique et les féminicides font bien plus de victimes que les attentats terroristes.

La désensibilisation renvoie elle aussi à la théorie de l'apprentissage. La peur, l'anxiété ou tout simplement le malaise généralement ressentis lorsqu'on est témoin de comportements violents et qu'on se sent donc en danger tendent à être absents des spectacles violents que l'on présente dans les médias. Bien au contraire, la violence filmée est souvent couplée à de l'amusement, à des rires, et à des « méchant·e·s » recevant leur punition. D'une certaine façon donc, on désapprend aux gens les émotions habituellement associées à la violence (Donnerstein, Linz, & Penrod, 1987). À force de voir des spectacles violents, comme c'est le cas dans les jeux vidéo, les réactions émotionnelles et physiologiques s'émoussent et rendent certaines conduites agressives plus séduisantes (Engelhardt, Bartholow, Kerr, & Bushman, 2011).

Mais l'influence des médias s'exerce aujourd'hui de manière plus insidieuse encore. Internet est devenu un élément incontournable de notre quotidien. Pour tous les services que ces nouveaux moyens rendent, ils comportent aussi une série de conséquences moins enviables. L'accès, parfois à des âges très précoces, à des scènes de violence et de pornographie a de fortes chances d'influencer les comportements dès lors qu'elles mettent en avant des pratiques qui ne sont pourtant pas, loin s'en faut, le reflet de la réalité des rapports humains. Si les données manquent encore, un parallèle peut être fait avec les travaux qui montrent de façon nette que l'exposition à de la pornographie dégradante ou violente augmente la propension à agresser les femmes (Allen, Emmers, Gebhardt, & Giery, 1995).

La culture dans laquelle baignent les individus est elle aussi susceptible de générer des codes qui rendent la violence et l'agressivité davantage tolérées, voire encouragées. Les États-Unis d'Amérique sont un cas exemplaire, comme le montrent les travaux de Nisbett (1993) sur la culture de l'honneur ***[chapitre 5]***. Il est frappant de constater que le Sud des États-Unis connait 2 à 3 fois plus d'homicides que le Nord. Les sudistes sont d'ailleurs deux fois plus nombreux à posséder des armes. Quand on sait en outre que les sudistes manifestent une sensibilité particulière à l'insulte — l'éducation des enfants insiste beaucoup sur la réaction aux insultes et aux provocations

—, il vaut vraiment mieux faire attention avant de proférer un juron à l'encontre de qui que ce soit ! De fait, les condamnations pour homicide sont plutôt rares pour des personnes qui, insultées, aurait prévenu de leur intention meurtrière et n'aurait pas vu l'insulte retirée. Plus incroyable encore, jusqu'en 1970, l'homicide de l'amant de sa femme n'était pas poursuivi pour peu qu'il y ait flagrant délit. Pour Nisbett et Cohen (1996), le phénomène trouve son origine dans le fait que l'économie sudiste reposait en grande partie sur l'élevage et que les voleurs représentaient une menace absolue, susceptibles qu'ils étaient de faire basculer l'économie du jour au lendemain. Ce genre de catastrophes est moins probable dans une société agricole. Du coup, la réaction à des provocations se devait d'être implacable. D'autres cultures voire de sous-cultures ont également une tolérance surprenante pour l'expression de la violence en lien avec des questions d'honneur. Les pubs anglais sont ainsi des lieux où sévissent des conceptions très machistes, ce qui éclaire d'un jour particulier les nombreuses altercations et autres bagarres qu'on y relève. Et si l'on se tourne vers certaines contrées du Sud de l'Europe ou d'Afrique du Nord, les rapports entre les femmes et les hommes sont encore fortement régulés par des considérations mettant en avant l'honneur de ces derniers. On y déplore une certaine complaisance pour ne pas dire une complaisance certaine à l'égard de maris trompés qui s'en prennent à leur épouse adultère. Si les conceptions à cet égard changent fort heureusement, et l'Espagne constitue un bon exemple en la matière si l'on prend en compte toute une série de mesures mises en place contre les féminicides, un chemin conséquent reste à parcourir.

Psycho sociale en questions

La psychologie sociale peut-elle nous éclairer sur les violences faites aux femmes et les cultures du viol ?

Une des dimensions culturelles les plus troublantes en matière de violence est sans aucun doute celle qui concerne les femmes. On sait à quel point les femmes, les filles et même de

très jeunes filles, sont encore trop souvent les victimes d'agression. Dans certaines contrées comme le Pakistan, les fillettes sont punies sans ménagement et parfois tuées pour cause de désobéissance. En Inde, les épouses sont maltraitées, certaines brulées à l'acide, en cas de dot jugée insuffisante. Et c'est sans compter sur la prostitution forcée et le trafic d'êtres humains qui visent particulièrement les jeunes filles. Une autre forme d'agression révoltante concerne le viol.

On ne peut que s'insurger devant la prévalence des violences sexuelles et du viol dans le monde. Le viol a été et est toujours utilisé comme une arme de guerre dans plusieurs régions du monde, que ce soit en Bosnie, au Congo ou ailleurs. Selon un rapport des Nations Unies de 2011, le recours au viol s'immisce aussi même au sein du mariage. Une enquête réalisée dans 86 pays du monde révèle que près de 20 % des femmes font l'expérience de violence sexuelle ou de viol dans le cadre d'une relation amoureuse au cours de leur existence. Ceci étant, à l'instar des cultures d'honneur, les chiffres varient d'un pays à l'autre, avec moins de 3 % an Cambodge pour monter à près de 60 % en Éthiopie. De façon remarquable, comme c'est le cas en Inde, des femmes (mais pas uniquement elles) se mobilisent pour exiger qu'on mette fin à l'impunité des agresseurs. Peggy Sanday (1997) est remontée dans l'histoire pour étudier ce qu'elle appelle des cultures propices au viol : il s'agit de cultures dans lesquelles le viol est une arme de guerre contre les femmes, acquiert un statut de rituel notamment dans le cadre de la cérémonie du mariage ou constitue une menace constante à l'encontre des femmes de telle sorte qu'elles obéissent aux hommes. Des 156 cultures passées au crible, 47 % sont exemptes de viol, 18 % sont propices au viol et 35 % connaissent le viol, mais ce dernier ne verse pas dans une des

▶ Le Dr Denis Mukwege reçoit le prix Sakharov en 2014 au parlement européen pour son engagement contre les mutilations génitales pratiquées sur les femmes en République Démocratique du Congo (© Claude Truong-Ngoc).

catégories évoquées à l'instant. Ces chiffres sous-estiment probablement les choses. Les données de Sanday révèlent que si la répression sexuelle n'est pas liée à la prévalence du viol, les sociétés globalement plus violentes sont celles dans lesquelles les femmes occupent des positions sociales inférieures à celles des hommes. Bref, l'égalité des femmes et des hommes est un bon indicateur de la propension culturelle à tolérer le viol. Même dans nos sociétés occidentales, et si on ne peut sans doute pas parler de culture du viol au même degré, l'insécurité plus importante qui prévaut pour les femmes en général reste une question brûlante. Un exemple concerne l'idée qui voudrait que les victimes de telles agressions soient toujours mises en difficulté par les policiers, les juges, l'opinion publique, et même leur entourage immédiat sous prétexte qu'elles auraient une part de responsabilité. Ce genre de croyances socialement partagées contribuent à conférer au viol une apparence plus légitime. C'est ce qu'on appelle les « mythes du viol » (Payne et al., 1999). Parmi ces croyances (toutes infondées), citons les suivantes :

· « Après un refus initial, les femmes trouvent en fait du plaisir dans le rapport sexuel si son partenaire recourt un peu à la force. »

· « Les femmes qui « aguichent » des hommes méritent tout ce qui leur arrive. »

· « Si une femme ne résiste pas physiquement à son agresseur, on ne peut pas considérer qu'elle a été violée. »

· « Les femmes qui dénoncent un viol ont souvent des problèmes psychologiques / exagèrent ».

· « Lorsqu'une femme se fait violer, c'est souvent parce qu'elle a dit « non » de façon ambiguë. »

· « Le viol survient quand les pulsions sexuelles d'un homme deviennent incontrôlables ».

On le voit, ces croyances blâment la victime, exonèrent l'agresseur, ou minimisent les conséquences du viol. L'adhésion

à ces croyances, qui fait l'objet de plusieurs échelles validées, prédit (notamment) le jugement de culpabilité attribué à un prévenu dans le cadre d'une affaire de viol. Elle prédit également la tendance des répondants eux-mêmes à commettre un viol, mais ceci est particulièrement le cas si ces mythes sont perçus comme communément acceptés. Dans une série d'expériences, Bohner et ses collègues (2013) ont mesuré le niveau d'adhésion aux mythes du viol de leurs sujets, mais ont également donné de l'information concernant le niveau moyen d'adhésion chez leurs pairs : celui-ci pouvait être présenté comme faible, moyen ou élevé. On mesurait ensuite la tendance des sujets eux-mêmes à commettre un viol. Vous vous demandez peut-être comment on fait cela. En pratique, on demandait aux sujets d'estimer la probabilité qu'ils imposent des rapports sexuels à quelqu'un en supposant que personne (à part la victime) ne le sache et qu'ils ne soient pas punis pour cet acte. Comme on le voit sur la figure 11.7, les personnes à haut niveau de croyance sont plus susceptibles de commettre un viol et un contexte normatif favorable à ces mythes exerce le même effet, mais ces deux facteurs se renforcent mutuellement. Conformément à de nombreux phénomènes en psychologie sociale, les différences individuelles ne s'actualisent à travers un comportement (ou ce qui s'en rapproche ici) que lorsque les normes sociales y sont propices.

Figure 11.7. Tendance à commettre un viol en fonction du niveau d'adhésion des sujets et du feedback concernant le niveau d'adhésion du groupe de pairs aux mythes du viol (d'après Bohner et al., 2013).

Remarquons que les hommes ne sont pas les seuls à adhérer à ce type de croyances. Pour les femmes, les mythes du viol apparaissent comme un mécanisme de « coping » permettant de faire face à l'anxiété que suscite l'éventualité de se faire violer. Après tout, si seules quelques provocatrices se font violer et si le viol n'est pas une expérience si terrible, succomber à un tel sort paraît moins probable et moins

redoutable si l'on prend les précautions qui s'imposent. Par exemple, toujours dans une étude de Bohner et al. (2013), des femmes s'attendaient à avoir une interaction avec une victime de viol. Cette perspective suscitait beaucoup plus d'émotions négatives et altérait davantage l'estime de soi des femmes qui rejetaient les mythes du viol que de celles qui y adhéraient.

Contrairement à ce qu'on pourrait penser, les personnes les plus pauvres ne sont pas forcément celles qui manifestent plus de comportements délinquants ou qui commettent davantage de meurtres. De fait, les conditions de vie et, spécialement, les inégalités sociales ont également fait l'objet de recherches en matière d'agression. Les épidémiologistes Richard Wilkinson et Kate Pickett (2009) ont ainsi examiné la relation entre les niveaux de revenus d'une part et de nombreux indicateurs comme les niveaux d'instruction, les grossesses de personnes mineures, l'espérance de vie, l'obésité, la maladie mentale, la mortalité infantile, mais aussi, et c'est ce qui nous intéresse ici, le taux d'homicides. En comparant tous les pays pour lesquels ces données étaient disponibles, un message troublant émerge. Si on examine tous les pays, on trouve bien évidemment que les pays où les conditions de vie sont totalement déplorables ne font pas bonne figure. Mais lorsqu'on regarde les seules nations dites industrialisées, une toute autre image ressort. On pourrait croire que le crime prospère dans des contrées où les gens sont les plus pauvres comme le Portugal, l'Espagne ou la Grèce, comparé à des pays comme la Norvège, le Canada ou les États-Unis. Pourtant, on ne trouve pas de relation entre les revenus et le niveau d'homicides. Sur les neuf autres indicateurs auscultés, seuls le niveau d'instruction et la confiance à l'égard du voisinage semblent affectés par la richesse ambiante.

Figure 11.8. Taux d'homicides par million d'habitants en fonction des inégalités de revenus dans une série de pays industrialisés (d'après Wilkinson & Pickett, 2009).

En revanche, comme le montre la figure 11.8, le message change radicalement quand on prend un autre indicateur à savoir le niveau

d’inégalité des revenus. Il s’agit du rapport entre le pourcentage de richesse détenu par les 20 % les plus riches dans la population et le pourcentage de richesse détenu par les 20 % les plus pauvres dans la population. Cette fois, la relation est on ne peut plus claire : plus l’inégalité est importante, plus le taux d’homicide augmente. Parmi les explications psychosociales avancées pour rendre compte de ce phénomène, on peut citer la cohésion sociale plus faible en cas de fortes inégalités, mais aussi le sentiment de rejet et privation relative sur lequel nous reviendrons dans la section suivante. Voir que son voisin a une belle maison et part en vacances à l’autre bout du monde quand on a de la peine à joindre les deux bouts peut être source de ressentiments qui peuvent déclencher de la violence. Inversement, lorsqu’on se sent « nanti », savoir que notre prospérité, que l’on juge légitime, est menacée par de plus pauvres que soi qui pourraient chercher à s’emparer de nos richesses peut motiver des postures agressives à leur égard. Comme le précise bien Payne (2017), l’inégalité est un facteur qui affecte l’ensemble de la société et pas seulement les pauvres. Le constat c’est que les conduites de tout le monde sont affectées, montrant bien en cela l’impact massif de cet aspect de notre quotidien.

1.2. Les facteurs proximaux et les processus décisionnels

À côté des facteurs plus distaux qui participent à la mise en place de ce qu’on pourrait qualifier de terreau personnologique, les chercheur·e·s ont identifié une gamme d’éléments qui agissent en contexte, pour certains de façon très subtile, et donnent corps à des réactions agressives. On s’intéresse ici à la personne en situation. Toutes une gamme d’indices d’agressions comme les frustrations ou les insultes, les menaces à l’estime de soi singulièrement en situation de compétition, les violations de normes ainsi que le rejet social, mais aussi les modèles sont d’une importance évidente. Enfin, des éléments plus inattendus comme la température, l’alcool et même les couleurs jouent également un rôle.

Avez-vous déjà remarqué comment les automobilistes dans un bouchon sont bien plus susceptibles d’en venir aux mains en été qu’en plein hiver ? Cela vous est-il venu à l’esprit que la plupart des fêtes nationales se situent

durant les mois plus chauds de l'année ? Si des expressions comme avoir le sang chaud ou fulminer de colère renvoient bien à l'idée de chaleur, il s'agit là à n'en pas douter des conséquences de l'augmentation de la pression sanguine. Mais se pourrait-il que la température extérieure joue un rôle dans la survenue de conduites violentes ? Un psychologue social, Craig Anderson (1987) a étudié les taux de criminalité dans 260 villes des États-Unis. Il constate que le nombre de jours au cours desquels la température dépasse les 90° Fahrenheit (32.2° Celsius) prédit le taux de crimes violents, mais pas de crimes non violents. Comme le montre la figure 11.9, les délits impliquant de la violence sont perpétrés bien davantage pendant les mois les plus chauds de l'année (Anderson, 1989).

Outre que la chaleur est en soi une source potentielle d'irritation, une des explications de ces résultats relatifs aux crimes et délits réside dans l'erreur d'attribution fondamentale ***[chapitre 2]***. Apparemment, quand les gens ont une altercation avec ce malotru qui vient de les dépasser dans la file, les effets des fortes températures passent inaperçus et les choses tournent rapidement au vinaigre. De telles données prêtent à réfléchir quant à certaines conséquences potentielles et largement éludées du réchauffement climatique. Ainsi, Hsiang et ses collègues (2011) ont pu montrer que lorsque sévit El Niño, ce phénomène climatique qui bouleverse la météo dans les pays tropicaux en élevant la température, on constate une augmentation des troubles politiques et des conflits. Anderson, Bushman et Groom (1997) ont même calculé que les augmentations de température annoncées par les climatologues déboucheraient sur 100 000 attaques supplémentaires par an d'ici à 2050 rien qu'aux États-Unis !

Figure 11.9. Prévalence de trois types de délits (attaques et voies de fait, meurtres, viols) au cours des trimestres successifs (d'après Anderson, 1989)

Si, sans surprise, l'alcool affecte aussi le cours des choses en limitant la capacité des individus à aborder les situations de manière pondérée, notons quand même que cet expédiant n'est pas en soi le seul responsable. Il va sans dire que certain·e·s sont particulièrement affables lorsqu'au cours d'une soirée entre ami·e·s il·elle·s ont un peu forcé sur les excellentes bières trappistes belges ou trop apprécié le Bourgogne de l'oncle Philippe. Comme

c’est le cas pour les épisodes émotionnels intenses ou chaque fois que la pression temporelle est forte, l’alcool crée seulement les conditions pour que certains éléments de la personnalité et de la situation puissent passer à l’avant-plan et favoriser l’expression d’une réponse agressive (Bègue & Subra, 2008). Plus surprenant sans doute est l’impact de la des couleurs, en particulier celles qu’on arbore sur ses vêtements. On imagine difficilement des casseurs venir troubler les revendications de manifestant·e·s et s’en prendre au mobilier urbain vêtus de fuchsia ou de vert pomme. En revanche, la plus grande manifestation jamais organisée en Belgique, connue sous le nom de Marche Blanche, et qui visait à exprimer les préoccupations de la population dans la foulée de la découverte des jeunes victimes du tristement célèbre Marc Dutroux (voir Licata & Klein, 2000), s’est déroulée dans un calme saisissant. La littérature confirme ces intuitions et relève de fait que les couleurs noires sont très souvent associées à des niveaux accrus de violence.

Pour mettre en évidence ce phénomène, Frank et Gilovich (1988) ont étudié les fautes commises au fil des saisons par les joueurs de différentes équipes de football américain et de hockey. De façon quasi systématique, les équipes portant des maillots de couleur noire avaient plus de chances de se trouver dans le haut du classement en termes de fautes commises. On peut bien entendu imaginer plusieurs explications alternatives à ce pattern. Il se fait toutefois qu’une équipe a changé de maillot au cours d’une même saison, laissant ainsi constants tous les autres facteurs. Comme anticipé par les chercheurs, les fautes ont augmenté de 50 % avec le maillot noir comparé au bleu. Des études de laboratoire suggèrent que la perception d’agressivité est aussi accrue lorsque quelqu’un porte du noir (mais voir Goldschmied & Lucena, 2018, Pollet & Pepperkoorn, 2013). Pour autant, cette couleur n’est pas irrémédiablement associée à l’agressivité, comme en attestent les vêtements des prêtres et autres officiels religieux. Encore une fois, le contexte éclaire les choses : si l’on se retrouve dans un climat de confrontation, alors l’interprétation belliqueuse risquera de suivre.

D’autres indices environnementaux plus directement liés à la violence et l’agression ont aussi un effet puissant sur l’apparition de comportements violents (Anderson et

La couleur du maillot de cette équipe de hockey influence-t-elle le nombre de fautes commises ? (© U.S. Air Force /Mike Kaplan)

al., 2003 ; Geen, 1998). Une flopée d'études mettent ainsi en exergue l'impact de la seule présence d'armes dans l'environnement immédiat sur le passage à l'acte (Berkowitz & LePage, 1967). Suite à une interaction au cours de laquelle les participant·e·s subissaient ou non un mauvais traitement de la part d'un comparse, il·elle·s devaient administrer des chocs électriques dans le cadre d'une tâche de résolution de problème. Selon les conditions, on avait laissé un fusil et un revolver à côté de la machine à délivrer des chocs sous prétexte que ces derniers appartenaient au comparse ou en spécifiant qu'aucun lien n'existait avec ce dernier. Dans deux autres conditions, on trouvait soit une raquette de badminton soit aucun objet. Lorsque le comparse n'avait pas irrité les participant·e·s, l'agression est minimale et n'est en rien affectée par la présence des armes. Tout change lorsque le comparse a maltraité les participant·e·s. Par rapport aux deux conditions sans armes, la seule présence des armes accroit de manière considérable l'agressivité des participant·e·s.

On s'en doute, reproduire ce genre d'études en Europe n'est pas forcément aisé, ne serait-ce que parce que le statut des armes n'est tout simplement pas le même sur l'un et l'autre continent. Qu'à cela ne tienne, tenant compte du caractère anxiogène de la présence d'armes dans le laboratoire, Leyens et ces collègues (1975, 1976) vont utiliser des représentations imagées, à l'instar de ce que font les thérapeutes comportementaux avec des patiente·s anxieux ou phobiques en présentant une image d'araignée plutôt que de vraies araignées. Ainsi, reprenant le schéma classique de la phase d'irritation (ou non) et de la phase d'apprentissage et de punition, Leyens et Parke (1975) ont confronté des étudiant·e·s belges à une diapositive présentant une boite de lait, un sifflet ou un revolver. La figure 11.10 montre le degré d'agressivité manifesté lors de la phase d'apprentissage après qu'il y ait ou non eu irritation. En l'absence d'irritation, les étudiant·e·s se montrent peu sensibles à la nature de la diapositive. L'irritation augmente sensiblement l'intensité des chocs électriques assenés à leur partenaire, mais c'est particulièrement le cas lorsqu'un revolver était présenté. Notons au passage que, de façon intéressante, ces travaux anticipent de 20 ans les expériences sur les effets d'amorçage (Bargh, 1984, voir ***chapitre 3***). Bref, le verdict est sans appel. Ce qu'on a coutume d'appeler l'« effet arme » montre à souhait que si c'est bien évidemment le

doigt qui presse bien la gâchette, c’est aussi, quoiqu’on en dise, la gâchette qui entraîne le doigt.

Il n’aura échappé à personne que les expériences de laboratoire tablent sur le fait de provoquer des personnes naïves pour vérifier la manière dont des facteurs individuels, comme le narcissisme, ou des aspects situationnels, tels que la présence d’une arme, enclenche la réponse agressive. Les provocations, frustrations et autres insultes jouent un rôle capital dans l’éveil de réponses agressives. Une des plus anciennes approches de l’agression, la théorie de la frustration-agression (Dollard, Doob, Miller et al., 1939), tablait sur la frustration comme moteur principal de la réponse agressive. Selon ces auteurs, toute frustration conduisait à l’agression et toute agression résultait d’une frustration. De très nombreuses données illustrent l’importance de la frustration et tout spécialement si certaines conditions sont réunies (Miller, 1941). Une condition aggravante concerne le fait d’être frustré·e alors même qu’on se trouve proche d’atteindre son but. Dans une expérience (Harris, 1974), les participant·e·s attendent dans une file au cinéma et voient quelqu’un les dépasser. La réponse agressive est moins marquée quand les gens sont en douzième position et encore loin de pouvoir s’acheter leur billet que lorsqu’ils sont en deuxième position. Voilà qui ne surprend guère les clients de supermarchés et de bureaux de poste que sont les auteurs de ce manuel !

Figure 11.10. Intensité des chocs électriques en fonction de l’objet représenté et de l’irritation (d’après Leyens & Parke, 1975)

Malgré son caractère séduisant, la théorie de la frustration-agression ne résiste pas à l’analyse. Croire que l’agression est toujours causée par la frustration n’est pas très réaliste, car bien d’autres facteurs peuvent engendrer des actes violents. La compétition constitue un excellent moteur à cet égard de même que la souffrance physique (Berkowitz, 1982). Par ailleurs, et c’est le revers de la médaille, face à des stimulations désagréables, les individus ne se précipitent pas toujours tête baissée vers l’agression. Ce n’est pas parce que votre professeur vous interroge sur une partie de matière que vous ne maitrisez guère, qu’il fait chaud dans la salle d’examen et que vous avez remarqué son sourire narquois au bout des

lèvres que vous allez lui tomber dessus à bras raccourcis ou lui faire la morale sur son manque criant de bienveillance à l'égard des étudiant·e·s. Le sens que l'on accorde à ce qui nous entoure joue un rôle prépondérant dans le décours des choses. C'est ici que les attributions faites au sujet du comportement d'autrui ainsi que les normes occupent une place centrale.

Dans une étude de Burnstein et Worchel (1962), on demandait à des groupes d'étudiants masculins de formuler une décision commune concernant un délinquant. Dans deux des trois conditions, un membre du groupe, en réalité un comparse de l'expérimentateur, n'arrêtait pas de poser des questions, compliquant le processus de prise de décision et faisant finalement échouer le groupe. Dans une de ces deux conditions, le comportement du comparse pouvait être attribué à un problème d'audition et n'apparaissait donc pas arbitraire. Une troisième condition contrôle n'imposant aucune tâche particulière au comparse si ce n'est de se comporter comme les autres participants. Tous les sujets naïfs devaient ensuite évaluer chacun des autres membres du groupe et indiquer avec lequel ils souhaitaient poursuive la collaboration. Lorsqu'on leur demande de s'exprimer publiquement, les participants de la condition de frustration arbitraire optèrent unanimement d'exclure le comparse qui les avait fait échouer. Les jugements étaient bien moins sévères dans la condition de frustration non arbitraire. Reste qu'une mesure plus anonyme révèle quand même une évaluation plus sévère du comparse dans les deux conditions de frustration que dans la condition contrôle. On le voit, le fait de punir publiquement le comparse ne passe pas la rampe. En toute vraisemblance, les normes sociales sont donc prises en compte au moment de traduire la frustration en agression.

Selon Berkowitz (1990), toutes les stimulations désagréables peuvent conduire à l'agression pour peu qu'elles donnent lieu à de la colère. Cette dernière est bien entendu tributaire de l'état d'activation physiologique des personnes, mais, surtout, de l'interprétation hostile des événements. Même l'effet arme dépend d'une lecture qui soit en lien avec l'agression. Lorsque Leyens, Cisneros et Hossay (1976) présentent des diapositives dont certaines montrent des armes en demandant aux gens de se pencher sur la qualité esthétique de la représentation, le pouvoir évocateur du revolver disparait et on ne voit plus d'impact sur les réponses agressives. Quant au

sentiment d'injustice, il ne fait aucun doute qu'il accentue les réponses agressives. Le souci de justice est d'ailleurs, et sans doute de manière un peu paradoxale, un puissant instigateur de comportements délinquants en général et, singulièrement, de conduites violentes à l'encontre des personnes que l'on pense être responsables de manquements sur ce plan. Cela ne veut pas nécessairement dire que l'on cherche uniquement ou avant tout à faire souffrir les personnes visées. Ce qui compte surtout, c'est que ces dernières comprennent le sens de notre action à leur encontre (Gollwitzer & Denzler, 2009). En somme, les attributions hostiles sont au cœur du phénomène d'agression.

Au-delà des attaques directes, des insultes ou de l'opposition, deux autres facettes de nos interactions sociales contribuent à alimenter des réponses agressives et renvoient à un sentiment d'injustice, à savoir l'ostracisme et la privation relative.

Le lien social est d'une importance primordiale pour les êtres humains. Selon MacDonald et Leary (2005), une exclusion du groupe équivalait, pour nos ancêtres, à une peine capitale. Le bannissement était d'ailleurs une peine terrifiante aux yeux des Romains, qui préféraient parfois se donner la mort plutôt que de la subir. Le rejet est encore et toujours une situation extrêmement menaçante et active un ensemble de mécanismes de défense comme la production de cortisol, des sensations de douleur, des sentiments de détresse, et, ce qui nous occupe ici, des réponses agressives. Rien d'étonnant non plus, penserez-vous, à ce qu'au fil de l'enquête sur le drame de la Columbine High School évoqué plus haut, l'hypothèse sur le rôle du sentiment de rejet social et d'ostracisme se soit imposée. Nous reviendrons sur l'ostracisme au ***chapitre 12***.

Quant à la privation relative (Runciman, 1966), elle renvoie à l'impression que, par rapport à d'autres personnes ou à ce qui se produisait dans le passé, on ne reçoit pas ou plus un traitement approprié ou les bénéfices auxquels on pense avoir droit (Crosby, 1976 ; Guimond, 2006 ; Olson, Herman, & Zanna, 2014). Dès lors qu'un sentiment d'injustice accompagne ce constat, la privation relative constitue elle aussi un puissant levier qui facilite l'émergence d'agression.

2. Urgence, altruisme et coopération

Fort heureusement, les relations entre les gens ne se caractérisent pas que par des épisodes agressifs, loin s'en faut. Plus souvent qu'à leur tour, les individus manifestent de la sollicitude les un·e·s à l'égard des autres. À bien y regarder, nous sommes susceptibles d'offrir notre appui, de nous montrer serviables, de manifester notre générosité dans des tas de situations de la vie quotidienne. Certaines personnes versent mensuellement un montant sur le compte d'une association de défense de la nature. D'autres donnent de leur temps en rendant visite à des malades à l'hôpital le plus proche. D'autres encore passent leur samedi à faire le déménagement d'un cousin ou d'un ami. Bref, les occasions d'aider, de soulager les autres, de contribuer au bien d'autrui ne manquent pas. Mais il est une situation qui marque les esprits, c'est quand une personne est victime d'un accident. Lorsqu'on est témoin d'une agression justement, d'une mauvaise chute, d'un malaise, comment va-t-on réagir ? Il ne passe pas de semaine sans que des faits divers fassent état d'une situation d'urgence au cours de laquelle les personnes qui ont assisté à l'incident se sont montrées pour le moins apathiques. Est-ce que l'indifférence à autrui est vraiment la règle ou le récit médiatique est-il biaisé en n'insistant que sur la face la plus sombre des événements et en passant sous silence les manifestations de soutien ? Nous commencerons par l'examen de cet aspect des choses avant de nous tourner vers la question de la distinction entre aide et altruisme et, enfin, de terminer par un tour d'horizon de la question de la coopération.

2.1. L'intervention en cas d'urgence

En préambule de la question de l'intervention en cas d'urgence, une des anecdotes les plus souvent relatées dans les manuels de psychologie sociale concerne le meurtre d'une jeune femme, Kitty Genovese, tuée alors qu'elle rentrait chez elle dans le Queens, un quartier de New York, dans la nuit du 13 mars 1964. Poignardée à plusieurs reprises par un certain Winston Moseley, elle est d'abord parvenue à se dégager et a appelé à l'aide. Alors que la lumière s'allume dans plusieurs appartements, son assaillant est revenu à la charge pour l'atteindre mortellement. Un journaliste du New

York Times rapportera à l'époque que pas moins de 38 personnes avaient entendu les cris de la victime ou avaient été témoins d'une partie de l'altercation sans qu'aucune d'entre elles n'intervienne ou n'appelle à l'aide. Un tel degré d'inaction rappelle de nombreux autres faits divers, que ce soit dans les transports en commun ou dans des lieux publics, qui mettent en scène l'agression d'une personne d'une part et l'apathie d'un grand nombre de témoins d'autre part. Une analyse historique des événements révèle de sérieuses inexactitudes dans le compte-rendu des événements, avec bien moins de personnes qu'initialement évoqué ayant assisté à une partie de l'attaque et quelques-unes s'étant effectivement manifestées en criant par leur fenêtre ou en téléphonant à la police (Manning, Levine, & Collins, 2007). Le New York Times s'est d'ailleurs officiellement excusé en 2016 pour avoir quelque peu « monté en épingle » l'histoire et présenté ce qu'on considérerait aujourd'hui comme des fake news. Il n'en reste pas moins que plus de personnes auraient pu faire quelque chose pour prévenir le meurtre de la jeune femme. C'est sans aucun doute ce qui a contribué à toute la puissance évocatrice de ce fait divers et à perpétuer son importance au sein de la discipline, mais aussi au-delà, notamment en littérature, comme dans le livre de Didier Decoin '*Est-ce ainsi que les femmes meurent*' (2009) ou au cinéma avec le film de Lucas Belvaux '*38 témoins*' (2012). Le constat douloureux est là : bien des situations d'urgence semblent donner lieu à l'apathie des observateur·rice·s plutôt qu'à une intervention rapide et efficace de leur part. On doit à John Darley et Bibb Latané (Darley & Latané, 1968 ; Latané & Darley, 1968, 1970) d'avoir réalisé un programme de recherche qui en dit long sur les facteurs à l'œuvre dans ce type de situations. Selon ces auteurs et en dépit des convictions de beaucoup, il apparaît qu'une intervention est d'autant moins susceptible de se produire que les observateur·rice·s sont nombreux·ses d'où le nom d'effet « spectateur » (Latané et Nida, 1981 ; Fischer et al., 2011). Ce modèle est repris dans la figure 11.11 et illustre les différents facteurs à l'œuvre.

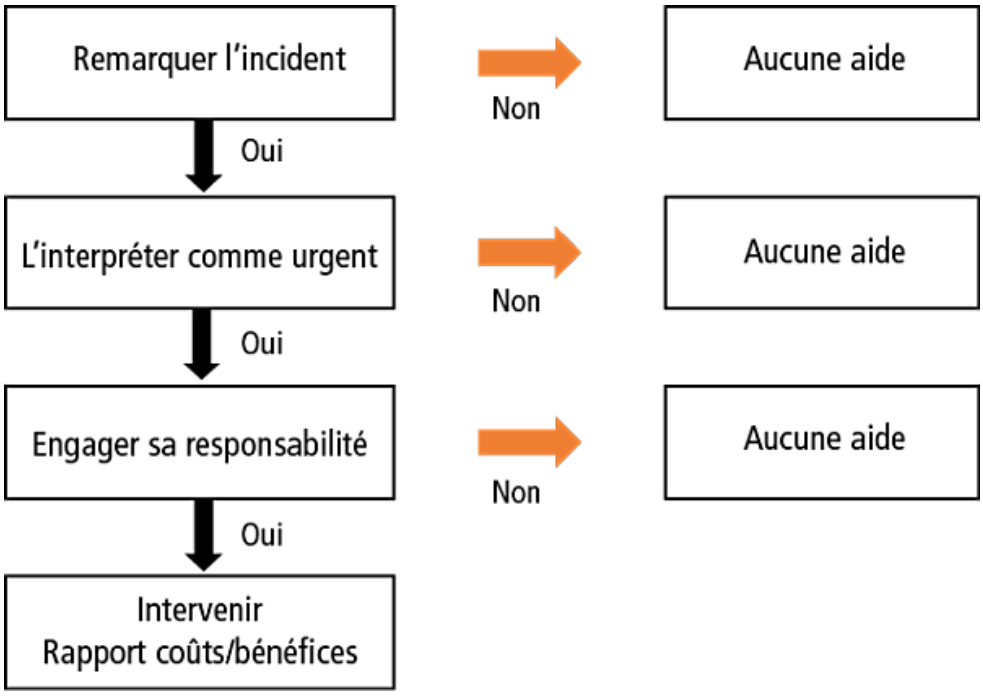


Figure 11.11 Modèle de Latané et Darley (1968)

Comme on peut le voir, une première étape indispensable consiste à remarquer l'incident. Si la plupart des gens pensent qu'on va évidemment se rendre compte du besoin d'autrui, c'est loin d'être toujours le cas. Une expérience de Darley et Batson (1973) en apporte d'ailleurs une démonstration éclatante. Ces auteurs avaient contacté des séminaristes, une catégorie de gens censée cultiver les valeurs altruistes par formation ou par choix personnel. Chaque séminariste était invité à préparer une homélie qu'il allait devoir donner dans un autre bâtiment voisin. Dans une condition, les participants apprenaient qu'ils avaient tout le temps du monde avant leur discours, mais qu'ils pouvaient déjà se mettre en route pour rejoindre le lieu du rendez-vous. Dans l'autre condition, on informait les participants qu'ils étaient en retard et qu'ils devaient se dépêcher. Les expérimentateurs s'arrangeaient pour que, sur leur route, les séminaristes passent près d'un homme affalé sur le seuil d'une porte en train de tousser et de geindre. Une autre manipulation dans cette expérience porte sur le thème de l'homélie qui concernait soit la vocation des prêtres soit la parabole du bon Samaritain. Ce texte de l'Évangile raconte l'histoire d'un homme souffrant le long d'un chemin où passent, sans même lui prêter attention, des prêtres et des Lévites jusqu'à ce qu'arrive un habitant de Samarie, quelqu'un dont

on n’attendrait guère de compassion. Voilà donc que Darley et Batson ont non seulement sélectionné une population particulière, considérée comme plus altruiste que la moyenne des gens, mais qu’ils ont poussé le vice en rendant la notion d’altruisme très saillante dans une des conditions par le biais du thème du discours. Le thème de l’homélie n’exerce aucun influence sur le taux d’intervention. En revanche, comme on peut le voir sur la figure 11.12, le fait d’être pressé ou non s’affiche comme le facteur déterminant. Alors que les séminaristes qui avaient bien le temps étaient 63 % à prodiguer leur aide à la personne en détresse, les pressés n’étaient que 10 % à s’arrêter et intervenir. L’empressement était d’ailleurs tel chez certains qu’ils n’avaient même pas remarqué l’homme étalé, alors que ce dernier grognait pourtant pour attirer leur attention.

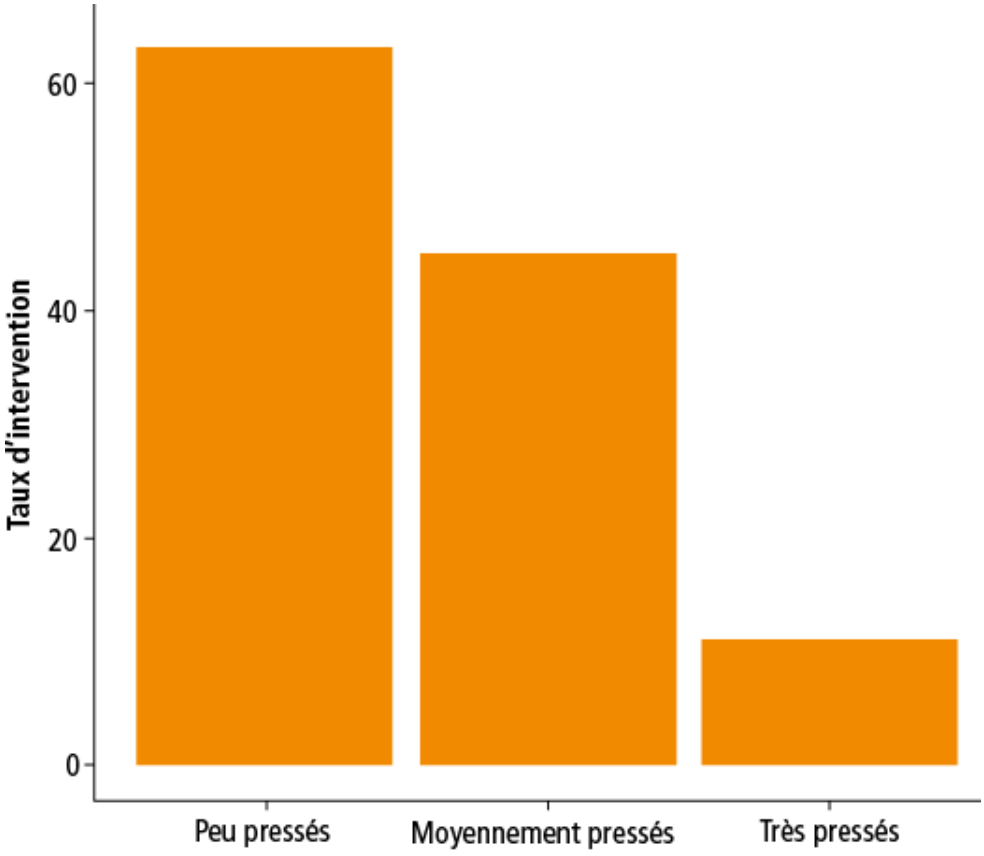


Figure 11.12. Taux d’intervention en fonction de la condition d’empressement (d’après Darley & Batson, 1973)

Cette étude met très élégamment en concurrence la situation (le niveau d’empressement plus ou moins important) et la personne (la saillance de

l’altruisme par le thème de l’homélie). Elle s’appuie sur une mise en scène qui rencontre toutes les exigences de contrôle expérimental tout en satisfaisant aux attentes légitimes de réalisme écologique. À ce titre, et si l’on excepte le problème du nombre trop faible de participants auquel on n’échappe plus aujourd’hui, on peut la considérer comme une expérience emblématique de psychologie sociale, comme on aimerait en voir davantage. Mais l’intuition qui guide Latané et Darley et qu’ils entendent mettre à l’épreuve, c’est que ce sont les autres personnes présentes dans la situation qui pourraient nous mettre sur le mauvais chemin.

Imaginez la situation suivante (Latané & Darley, 1968). Vous vous présentez dans un bâtiment pour participer à une étude sur les problèmes de la vie universitaire. On vous conduit dans une salle d’attente pour y remplir une salve de questionnaires. Après quelques minutes, une fumée émerge d’une bouche d’aération. Que faites-vous ? Allez-vous prévenir d’autres personnes dans l’immeuble ou resterez-vous sans autre réaction que tousser en poursuivant sagement votre tâche ? Selon les conditions expérimentales, vous êtes seul·e avec deux autres personnes naïves, ou avec deux comparses qui ont reçu pour instruction de ne pas faire mine de réagir. En situation solitaire, 75 % des personnes sont intervenues et ont signalé la fumée aux gens qu’elles rencontraient. Que se passe-t-il pour les groupes de personnes naïves ? En toute logique, si chaque individu a 75 % de chances de réagir, un groupe de trois aura 98 % de chances de se manifester, à savoir $1-(1-.25)^3$. En réalité, seuls 38 % des groupes réagissent et cette réaction met plus de temps que lorsque les gens sont seuls. Apparemment, le fait de remplir le questionnaire sans lorgner sur la feuille des autres diminue les chances de prendre conscience de l’incident. La condition avec les comparses produit seulement 10 % d’intervention, soulignant ainsi le rôle décisif de la comparaison sociale. On l’a déjà vu à maintes reprises, la preuve sociale est un puissant levier pour façonner les conduites et les comparses sont à cet égard des modèles de non-intervention.

Comment le mécanisme de preuve sociale influence-t-il votre vie d'étudiant·e ?

© Kolin Toney.

Avez-vous déjà assisté à un exposé de cours particulièrement ardu ? Vous êtes assis·e au milieu de votre amphithéâtre et, disons-le tout net, vous ne comprenez quasiment rien à ce que raconte l'enseignant. Après quelques minutes de charabia, ce dernier fait une pause et demande s'il y a des questions. Aucune main ne se lève. Vous êtes stupéfait·e. Se pourrait-il que vos condisciples comprennent ce dont il est question ? Votre peur de vous ridiculiser vous paralyse et vous empêche de demander des explications. L'immobilisme général n'a qu'une seule explication à vos yeux : les autres comprennent. Ce phénomène est ce que Prentice et Miller (1993) appellent l'ignorance plurielle. Il a été rendu populaire dans un conte d'Andersen que tout le monde connait : les habits neufs de l'empereur. De prétendus tailleurs disaient tisser pour le souverain des étoffes tellement extraordinaires qu'elles en étaient invisibles. À chaque nouvelle toilette, le pauvre empereur déambulait dans le plus simple appareil tandis que tous les membres de la cour s'exclamaient devant la beauté présumée de ses atours. Il faudra la naïveté d'un enfant et son cri du cœur « le roi est nu » pour enfin dénoncer l'escroquerie à la face du monde.

Dans une série d'études aussi simples que révélatrices, Prentice et Miller (1993) ont mis au jour comment ce mécanisme de preuve sociale particulièrement pernicieux pouvait conduire les étudiant·e·s universitaires de Princeton à croire que la consommation d'alcool était plébiscitée sur le campus et du coup à boire plus que nécessaire, alors que la grande majorité avait peu d'affinités avec l'alcool.

Cette dynamique délétère correspond en tous points à ce que Prentice et Miller (1993) ont appelé l'ignorance plurielle, un état psychologique qui survient quand les gens ont la conviction que leur compréhension des choses est différente de ce que professent les personnes de leur entourage, même si le comportement observable des autres est le même (voir encadré). Alors que les personnes naïves restent incertaines quant à la nature exacte de la situation, les autres, en se montrant impassibles, envoient un message interprété comme indiquant que l'on n'est clairement pas face à une urgence et qu'il convient donc de ne pas intervenir. Latané et Rodin (1969) ont testé cette hypothèse en réalisant une expérience dans laquelle une secrétaire accueille les participant·e·s en leur demandant de remplir un questionnaire pendant qu'elle se rend dans la pièce adjacente pour y chercher du matériel. Elle ouvre et ferme des tiroirs et déplace une chaise ou un escabeau, sans doute pour saisir quelques documents. À ce moment, on l'entend tomber et crier sa douleur. Lorsque les gens sont seuls, 70 % interviennent et plus rapidement que les 40 % qui viennent en aide quand ils sont en groupes de deux. Parmi celles et ceux qui ne prodiguent pas leur aide, une bonne proportion déclare ne pas avoir pris la chute au sérieux et ne pas vouloir gêner la secrétaire en se précipitant.

Il est évidemment malheureux, voire très dommageable, que les normes qui prévalent dans certains domaines soient ainsi mal comprises et exercent une influence qui disparaitrait sans doute si tout le monde voulait bien se dévoiler davantage quant à ces attitudes intimes. De nombreux exemples d'ignorance plurielle émaillent la vie de tous les jours. Cela va de ce que l'on croit être les opinions politiques ou la probité fiscale d'autrui à ce qu'on soupçonne comme pratiques de dopage des sportifs.

Dans une autre expérience, Darley et Latané (1968) prennent cette fois toutes les précautions pour qu'il soit impossible de ne pas remarquer l'incident et de ne pas le percevoir comme nécessitant une intervention. Une fois au laboratoire dans le cadre d'une prétendue étude sur la vie universitaire, les participant·e·s apprennent qu'il·elle·s devront mener une discussion avec d'autres personnes et évoquer les problèmes liés aux études et à la vie sur le campus. Les chercheurs invitent alors les participant·e·s à rejoindre des cagibis individuels, car on leur précise, pour des raisons évidentes de discrétion et pour bien mettre tout le monde à l'aise, que les

personnes resteront anonymes et que l'expérimentateur n'écoutera pas les échanges. Toute la conversation se déroulera via un système d'interphone, ouvert à tour de rôle pendant un laps de temps de deux minutes. Selon les conditions, les participant·e·s apprennent qu'une autre personne, qui incarnera ensuite la victime, est déjà en place, que deux personnes, dont la victime, sont déjà arrivées ou que la victime et 4 autres participant·e·s ont déjà gagné leur cagibi. Pour toutes ces personnes, les expérimentateurs recourent en réalité à des enregistrements. Lors du premier tour de parole, la victime se présente et évoque le fait qu'elle est sujette à des crises d'épilepsie surtout en situation de stress et pendant les examens. Quelles que soient les conditions, les participant·e·s s'expriment toujours en dernier lieu. Au second tour de parole, la victime commence directement à balbutier, à bégayer, à haleter, et finit par avertir qu'elle a une crise et appelle à l'aide.

Comme on peut le voir sur les figures 11.13.a et 11.13.b, les participant·e·s aident d'autant moins et mettent d'autant plus de temps pour le faire qu'il y a plus de monde dans l'expérience. Ainsi, quand il y a 4 autres personnes, on relève seulement 62 % d'aide et après seulement 166 secondes. Pour expliquer ce pattern, les auteurs incriminent la diffusion de responsabilité, un phénomène que nous avons déjà rencontré au ***chapitre 6***. À en croire toutes les recherches accumulées au fil des années, il y a donc peu de chances que les gens interviennent dès lors qu'il y a d'autres personnes dans les parages. Et même à supposer qu'elles concluent à l'existence d'une urgence, les personnes de l'assistance risquent d'entamer un calcul des coûts et des bénéfices associés à l'intervention et, dans de nombreux cas, renoncer à prendre l'initiative. C'est à ce stade que la présence de plusieurs personnes peut tout de même parfois constituer un léger atout, en particulier dans les situations où la gravité de l'agression et l'évidence de l'intervention ne font aucun doute. Ainsi, Harari, Harari et White (1985) ont mis en scène une tentative de viol sur un parking et constaté que la présence de plusieurs hommes à ses côtés facilitait l'intervention. De fait, il est convient de noter que les travaux de Darley et Latané impliquent des situations dans laquelle la victime en détresse n'est pas victime de violences. Face à des incidents violents, la présence d'autrui peut faciliter l'intervention, contrecarrant de ce fait l'effet spectateur (Fischer et al.,

2011). Une façon de tester la présence de l'effet spectateur (le fait que plus le nombre de témoins augmente, moins grande est la probabilité qu'au moins une personne intervienne) consiste à profiter des nombreuses caméras de surveillance qui, aujourd'hui, émaillent la voie publique (contrairement à l'époque où Darley et Latané menaient leurs études). C'est précisément ce qu'on fait Philpot et al. (sous presse) dans 4 pays (Pays-Bas, Afrique du Sud, Grande-Bretagne). Ces auteur·es ont examiné les cas d'agressions interpersonnelles se produisant dans ces vidéos. Il·elles constatent que, dans ce type de situation, l'intervention d'un·e témoin est la norme et que plus il y a de témoins, plus grande est cette probabilité. Ceci tend à étayer l'idée que, selon qu'aider la victime apparaît risqué (comme dans l'étude de Philpot et al.) ou non (comme dans les études de Darley et Latané), l'effet spectateur peut s'inverser.

Figures 11.13. Proportion d'intervention (a) et temps écoulé avant l'intervention (b) en fonction du nombre de personnes présentes en plus du sujet et de la victime (d'après Darley & Latané, 1968)

Il n'en reste pas moins que le bilan qui émerge des travaux de Latané et Darley (1970) apparaît assez pessimiste. C'est d'ailleurs ce qui a fait dire à Cialdini (1988) que c'est la victime elle-même qui doit aider les gens à lever toute ambiguïté. Ainsi, si une jeune femme se fait ennuyer dans la rue, il sera judicieux qu'elle signifie à voix haute qu'elle ne connait pas l'homme qui la harcèle et qu'elle en appelle donc à quelqu'un dans l'assistance pour l'aider à se débarrasser de cet importun. Mieux, quelqu'un qui est blessé ou se trouve pris d'un malaise aura la bonne idée de désigner nommément une personne en lui confiant une mission explicite « Vous, le monsieur avec le t-shirt rouge, appelez tout de suite le SAMU et dites-leur que j'ai un malaise ». De léthargique l'instant d'avant, on peut alors espérer que la personne interpellée se transformera en une fervente protectrice. Mais si le message émanant de ce programme de recherche paraît incontestable, il a récemment fait l'objet d'une évaluation critique aussi fascinante qu'encourageante pour toutes les victimes potentielles (Levine & Manning, 2013). Plutôt que de s'interroger sur les raisons qui feraient que les gens aident « en dépit » du groupe, on peut au contraire se demander si les gens apportent du soutien « à la faveur » du groupe. Force est

effectivement de constater que les expériences classiques de Latané et Darley (1970) mobilisent des gens qui ne se connaissent pas et n'ont aucun lien entre eux. Au contraire, mettre en avant des aspects qui relient les gens aux personnes qu'il s'agit de soulager faciliterait peut-être l'octroi d'une aide.

De façon intéressante, des recherches sur l'imitation attestent déjà de l'impact de la similitude du modèle sur le comportement altruiste. Une expérience de Hornstein et collègues (1968) en constitue une illustration parfaite. Ces chercheurs avaient abandonné des portefeuilles à divers endroits de Manhattan pour voir ce qui allait se produire. Chaque portefeuille contenait un peu de monnaie, un chèque et des informations sur le nom et l'adresse du propriétaire. En plus, il y avait une lettre adressée au propriétaire qui révélait que le portefeuille n'avait en réalité pas été perdu une fois, mais bien deux fois. Cette lettre détaillait l'intention de son auteur de restituer le portefeuille après l'avoir trouvé et le fait que cette bonne action lui procurait une grande satisfaction. L'ambition des chercheurs était de vérifier dans quelle mesure l'auteur de cette lettre serait une source d'inspiration pour les personnes qui en prendraient connaissance. Selon les conditions, cette lettre était écrite dans un anglais standard sous la plume de ce qui apparaissait comme un Américain moyen ou alors dans un anglais bancal par quelqu'un qui se déclarait récemment arrivé dans le pays. Dans le premier cas, l'auteur ressemblait donc aux sujets. Dans le second, il s'agit clairement d'une personne différente. Le verdict est sans appel. Alors que 33 % des portefeuilles furent restitués dans le cas du nouvel arrivant, la proportion monte à 70 % quand le portefeuille a d'abord été découvert par quelqu'un du cru (Hornstein, 1976).

Comment la similitude influence-t-elle les réactions dans des situations d'urgence ? Pour étudier cette question, Levine et ses collaborateurs (2005) ont mis sur pied un impressionnant programme de recherche. Ils se sont notamment lancés dans deux réplications de l'étude de Darley et Batson (1973), mais en manipulant cette fois l'identité de la victime. Tous les participants étaient des supporters masculins de Manchester United, la célèbre équipe de football, même si cette condition de participation n'était pas portée à la connaissance des sujets. Dans une première expérience, les sujets se voyaient invités à écrire un texte et à répondre à une série de

questions visant à rendre saillante leur identité de fan de Manchester United. Ils étaient ensuite invités à se rendre dans un autre bâtiment pour y visionner un film sur les supporters de football. Sur leur route, les sujets étaient dépassés par un joggeur, en réalité un comparse, qui trébuchait, tombait, criait de douleur en se tenant la cheville. Selon les conditions, le comparse portait un t-shirt aux couleurs de Manchester United, à celles du légendaire club rival de Liverpool, ou un t-shirt sans marque. Comme on peut le voir dans la figure 11.14.a, le fait d'arborer ou non un t-shirt du club préféré des sujets exerce une puissante influence sur leur réponse. Les résultats sont encore plus intéressants dans la seconde expérience. Tout s'y déroule de manière identique à un détail près. Dans la phase initiale de mise en éveil de l'identité des participants, ce n'est plus le club de Manchester United qui est mis à l'honneur, mais leur identité plus englobante de supporter de football. Les questions portaient sur l'importance d'être un fan de football, le plaisir qu'ils ressentaient à être un amateur de ce sport et le degré de connivence ressentie avec d'autres supporters. Les résultats de la figure 11.14.b montrent à quel point cette identité commune change la donne. Cette fois, il suffit que les sujets aient affaire à un supporter de foot, quel que soit son club favori, pour lui porter plus volontiers secours.

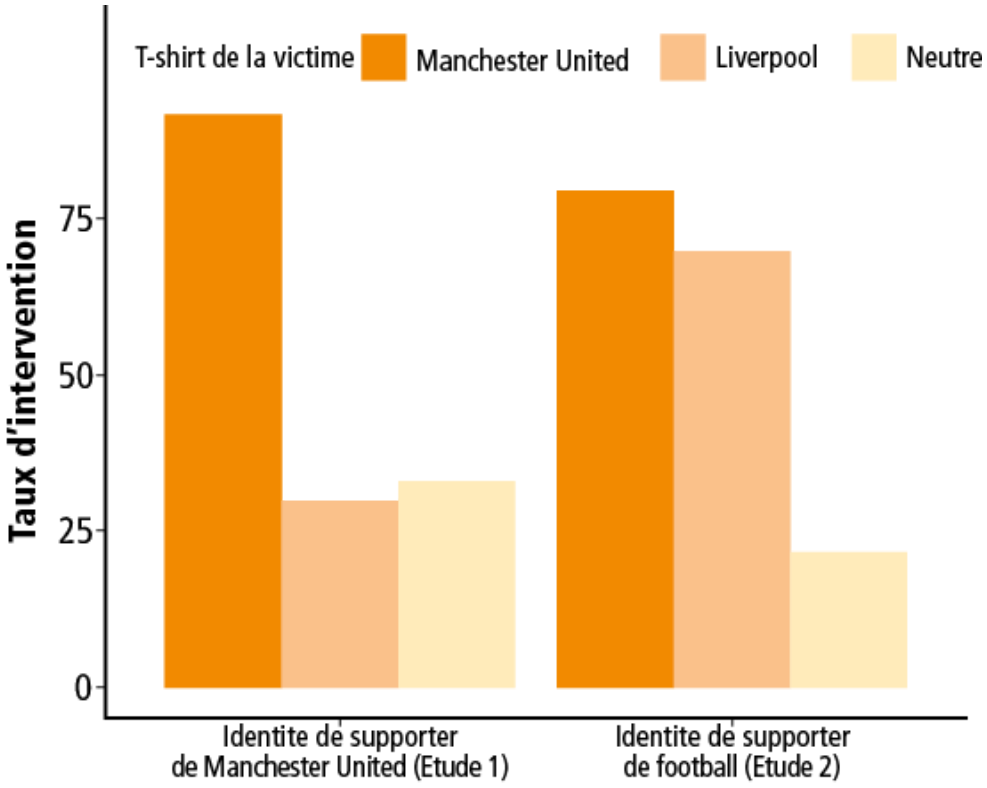


Figure 11.14. Pourcentage de sujets aidant la victime en fonction de l'appartenance rendue saillante et du t-shirt porté par la victime (d'après Levine et al, 2005)

Ces résultats soulignent à quel point l'aide est susceptible d'être prodiguée en fonction des caractéristiques, et notamment des appartenances sociales, communes entre les victimes et les personnes qui prennent connaissance du drame. Nous verrons au ***chapitre 13*** comment d'autres auteur·e·s ont embrassé un raisonnement très similaire pour montrer que les émotions ressenties face à des événements peuvent varier au gré des appartenances groupales, ce qui en fait des émotions groupales plutôt qu'individuelles. Mais d'autres études mettent en lumière le fait que l'identité des autres témoins de l'incident joue également un rôle. Selon que l'on se trouve avec des gens que l'on considère comme des membres du même groupe ou d'un autre groupe, les réactions peuvent varier du tout au tout (Levine et al., 2002). Même s'il n'est question que d'intentions d'aide et pas nécessairement d'intervention effective, Levine et Crowther (2008) ont conduit une expérience qui, à nos yeux, incarne superbement l'importance du groupe et le sens qu'il revêt dans des situations d'urgence. Les chercheurs ont fait venir des hommes et des femmes au laboratoire et après avoir rendu leur identité sexuelle saillante, leur ont présenté un clip de caméra de surveillance montrant une agression particulièrement violente d'un homme sur une femme. Selon la condition, les participant·e·s voyaient le clip soit seul·e·s, soit avec deux femmes, soit avec deux hommes. En fonction de leur sexe, les participant·e·s étaient donc en situation de minorité ou partageaient la même identité sexuelle que les deux autres protagonistes. Compte tenu de la violence de l'agression, l'aide n'est pas l'option favorite lorsque les gens sont seuls (voir figure 11.15). En revanche, les groupes donnent lieu à des niveaux de réponse contrastés selon qu'ils sont majoritairement féminins ou masculins. Dans le premier cas, les participant·e·s interviennent massivement, qu'il s'agisse d'hommes ou de femmes. Dans le second cas, les intentions d'aide se font nettement plus rares.

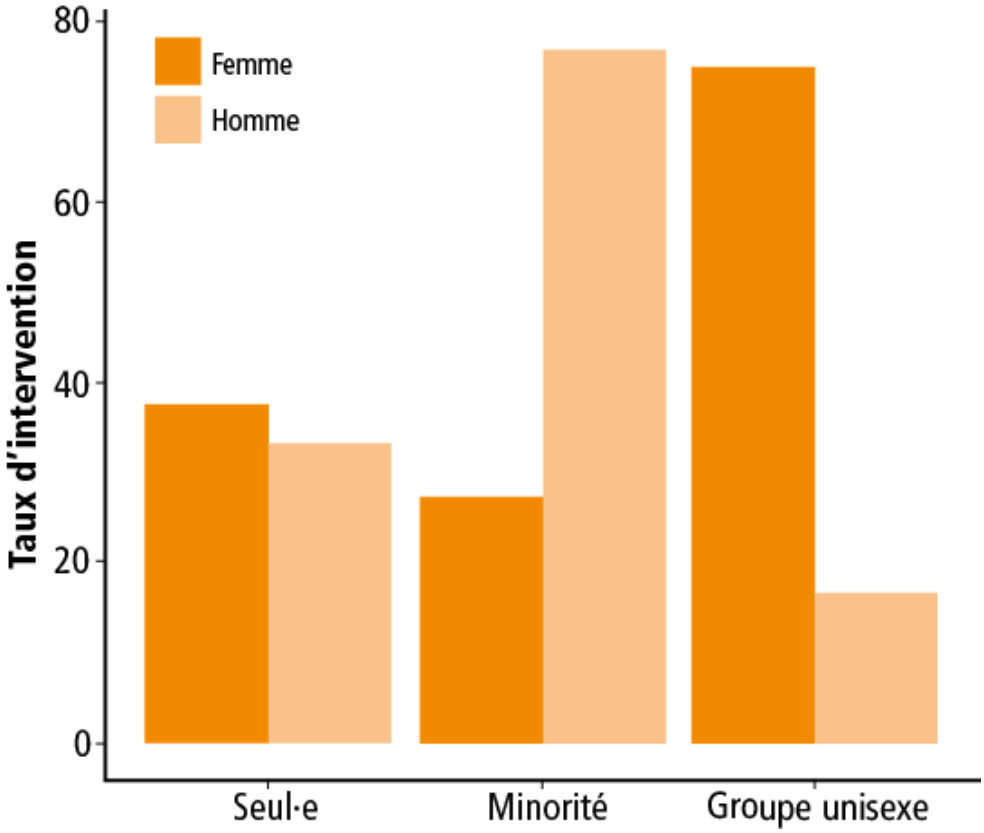


Figure 11.15. Taux d'intervention en fonction du statut des participant·e·s comme personne seule, membre d'une minorité ou membre d'un groupe unisexe et de leur sexe (d'après Levine & Crowther, 2008)

Au vu de ces données empiriques plus récentes, deux messages importants valent la peine qu'on s'y attarde. Tout d'abord, ces différents travaux éclairent les raisons pour lesquelles les gens se montrent tellement sensibles à ce qu'on appelle dans le monde des médias l'effet de proximité. Vous vous êtes peut-être déjà posé·e la question de savoir pourquoi des attentats perpétrés à Paris ou Bruxelles nous touchent davantage que si cela se passe à Kuala Lumpur. On réagit intensément lorsque c'est quelqu'un de proche géographiquement, mais aussi psychologiquement, qui est touché, beaucoup moins quand les victimes sont éloignées. Ensuite, et ce n'est pas la moindre des leçons, l'effet spectateur n'est pas univoque. Cela dépend de façon cruciale de ce qu'on pourrait appeler le paysage social qui met en interaction la victime et son agresseur·euse, mais aussi les témoins. Cette dynamique sociale ne conduit pas irrémédiablement à une diminution de l'aide lorsqu'on se trouve en présence d'un grand nombre d'observateurs et d'observatrices. Quand les gens ont partie liée, il est parfaitement possible

d’assister à des manifestations d’entraide et de solidarité autant que de négligence ou d’indifférence. Cette double orientation souligne bien, s’il le fallait encore, le poids décisif des relations que les personnes entretiennent avec autrui.

Plus globalement, la démarche de Levine et de ses collègues pointe de façon magistrale les bénéfices d’une posture épistémologique que l’on pourrait qualifier de rhétorique dans le meilleur sens du terme (Billig, 1996). Lorsque des scientifiques avancent des hypothèses, les testent et accumulent des résultats concluants, on peut effectivement se dire qu’une proposition théorique s’en trouve confortée. Il peut toutefois être précieux d’envisager d’autres regards sur le phénomène étudié et d’oser même envisager une interprétation radicalement opposée. C’est ce qu’illustrent à merveille les travaux sur l’intervention en situation d’urgence. La même posture est en réalité au cœur de nombreux autres débats au sein de la discipline. C’est également ce qu’on observe autour de la question du conformisme et de l’influence minoritaire ou de l’interprétation à donner aux résultats de l’expérience de Milgram (voir chapitre 7). Au chapitre suivant, nous verrons comment des chercheur·e·s ont initialement considéré que le fait d’être en groupe engendre de la désindividuation qui, à son tour, donne lieu à des comportements destructeurs. À vrai dire, on sait aujourd’hui que tout dépend des normes portées par le groupe et que ce dernier peut devenir la caisse de résonance d’actes de bravoure et de solidarité. Même si elle désoriente parfois les lecteur·rice·s peu informé·e·s, les dividendes d’une telle posture de remise en question sont indéniables.

2.2. L’aide versus l’altruisme

Quand on parle d’aide, l’idée d’altruisme n’est jamais très loin. Pour beaucoup, c’est d’ailleurs la même chose : ne s’agit-il pas de faire du bien à autrui ? Si nuance il y a, elle semble résider dans le fait que l’aide serait censée apporter des bénéfices à son destinataire, mais aussi à son auteur·e alors que l’altruisme ne serait associé à aucun renforcement pour ce·tte dernier·ère. Longtemps, les psychologues sociaux·ales ont bataillé ferme pour trancher la question de savoir si l’altruisme existe bel et bien. Peut-on réellement rechercher le bien d’autrui sans espérer rien en retour ? Certain·e·s comme Robert Cialdini (1991 ; Cialdini et al., 1997), estiment

qu’il y a toujours des avantages pour la personne qui prodigue son aide. Au contraire, d’autres auteur·e·s, sous la houlette de Daniel Batson (1987 ; Batson & Shaw, 1991), estiment que certaines personnes sont mues par un authentique altruisme.

À vrai dire, le débat n’a jamais porté sur les renforcements qu’on qualifie d’externes, autrement dit observables. Imaginez que vous déambuliez le long du boulevard avec un ami. Un SDF vous sollicite et vous lui tendez les quelques euros qui trainaient dans vos poches. Bien entendu, il s’agissait de dépanner le SDF, mais vous ne perdez pas de vue que vous venez aussi de faire bonne impression aux yeux de votre ami. On sera réticent à considérer votre don comme de l’altruisme dans la mesure où il impliquait manifestement un certain bénéfice pour vous. Dès qu’il y a, comme dans cet exemple, des renforcements externes, il est facile de trancher la question. La réputation est à n’en pas douter un de ces dividendes résultant de l’aide apportée à autrui (Hardy & van Vugt, 2006). Un autre moteur réside dans les bénéfices plus concrets comme les récompenses que l’on touche pour apporter des renseignements à la police visant à l’arrestation de quelqu’un. Si des femmes et des hommes politiques se coupent en quatre pour répondre aux attentes des gens, on se doute que l’idée d’une réélection n’est pas très loin dans leur esprit.

La véritable énigme en matière d’altruisme concerne les renforcements internes, par définition bien moins palpables et donc hautement discutables. Rien de plus simple, direz-vous : il suffit de demander aux gens pourquoi ils ont apporté leur aide et ils pourront mieux que quiconque nous indiquer si leur geste est vraiment gratuit. Le problème est que les gens sont notoirement mal placés pour rendre compte des facteurs qui guident leur comportement. Plusieurs études mettent en évidence un degré de conscience assez limité quant aux tenants et aboutissants de nos conduites. C’est encore plus flagrant quand il s’agit de demander aux personnes de prédire ce qu’elles feraient dans une situation particulière. Repensons un instant à la célèbre expérience de Milgram : que ce soient les psychiatres interrogé·e·s au préalable ou des individus tout-venant, personne n’imagine la proportion de deux tiers de participant·e·s qui vont jusqu’aux chocs les plus intenses, loin s’en faut. Si l’on resonge un instant à l’expérience de Darley et Batson (1973), auriez-vous prédit à quel point le fait d’être pressé

ou pas exercerait une telle influence ? Sans doute pas. À l'instar de ce que nous avons vu en matière d'erreur fondamentale d'attribution, les prévisions que nous faisons pour notre comportement tiennent rarement compte d'éléments situationnels alors que ces derniers jouent pourtant un rôle primordial.

Plutôt que de se fier à des déclarations et des prédictions aussi subjectives que bancales, l'approche reine en psychologie sociale consiste à recourir à des mises en scène expérimentales afin d'épingler les différents renforcements internes à l'œuvre (Cialdini & Kenrick, 1976). Il en existe trois grandes catégories. Il y a tout d'abord un ensemble de récompenses telles que le fait de se doter d'une image flatteuse de soi, de se mettre de bonne humeur, d'avoir le sentiment du devoir accompli. On trouve ensuite des punitions, comme le sentiment de honte, de culpabilité, ou, plus globalement, celui d'avoir enfreint des normes sociales, auxquelles on peut échapper en prodiguant son aide. Enfin, l'aide permet de se débarrasser de l'activation déplaisante — on parlera volontiers de désarroi voire de détresse — éprouvée du fait de l'injustice subie par autrui.

À côté de ses récompenses internes, Batson (1991, 1995) considère qu'il existe aussi une véritable capacité à prendre la perspective de l'autre afin de prendre la mesure de sa difficulté, de sa peine ou de sa souffrance. Cette empathie alimente la considération et la préoccupation pour le sort de l'autre et nourrit des comportements d'aide qui sont véritablement orientés vers autrui. Selon Batson, l'empathie vise strictement le mieux-être des autres et n'est pas nourrie par des motivations égoïstes. Pour étayer son point de vue, ce chercheur réalisera un programme de recherche ingénieux. Sa stratégie est identique à chaque fois. On crée une situation dans laquelle on manipule un des renforcements internes. On regarde ensuite l'impact d'une variation en termes d'empathie, soit mesurée comme une différence individuelle, soit, ce qui est encore mieux, manipulée comme une variable expérimentale.

Dans une étude, Batson et ses collègues (Batson et al., 1983) entendent départager les explications en termes de détresse personnelle ou d'empathie. Des participant·e·s arrivaient au laboratoire où les attendait une personne du même sexe, en réalité de mèche avec l'expérimentateur. De

manière apparemment aléatoire, les participant·e·s héritaient du rôle d'observateur·rice tandis que l'autre personne était chargée d'apprendre des suites de chiffres et de subir un choc électrique en cas d'erreur. Après que l'expérimentateur ait précisé qu'il y aurait entre deux et dix essais, l'apprenant·e affirmait vouloir tenter les dix essais. Ce scénario permettait d'assurer le fait que les participant·e·s s'attendaient à devoir assister à dix essais. Après deux premiers essais, l'apprenant·e faisait mine d'avoir un moment de faiblesse, demandait un verre d'eau, disait être mal à l'aise et évoquait un incident avec l'électricité vécu dans l'enfance. Durant ce moment de pause, l'expérimentateur invitait les participant·e·s à remplir un questionnaire portant sur leurs émotions de détresse et d'empathie. Sur base de ces réponses, on peut donc répartir les participant·e·s en deux groupes selon que la tonalité qui domine est l'inconfort ou plutôt la compassion. À ce stade de l'expérience, une moitié des participant·e·s apprenaient qu'il leur était possible d'en rester là et de quitter l'expérience. À l'autre moitié, on disait qu'il s'agissait de reprendre le cours des choses afin de réaliser tous les essais prévus. Dans le premier cas, les participant·e·s pouvaient donc s'extraire assez facilement de la situation et minimiser leur stress. Dans le second cas, au contraire, les instructions ne leur laissaient que peu d'échappatoire. Dans la foulée, l'expérimentateur proposait alors aux participant·e·s d'endosser le rôle de l'apprenant·e et de recevoir les chocs électriques à sa place. On l'aura compris, si on ne peut éviter d'assister à la suite du supplice, les deux motivations ne devraient pas faire de différence et une proportion sensiblement identique de participant·e·s devrait prodiguer de l'aide en inversant les rôles. En revanche, s'il devient possible de quitter l'expérience après seulement deux essais, le fait de vouloir mettre fin à sa propre détresse ou de se montrer désireux de soulager la souffrance de l'autre aura un impact décisif. Dans ce cas de figure, l'empathie fera en sorte que l'on prendra plus volontiers la place de l'autre. Comme on peut le voir dans la figure 11.16, c'est exactement ce qui se produit.

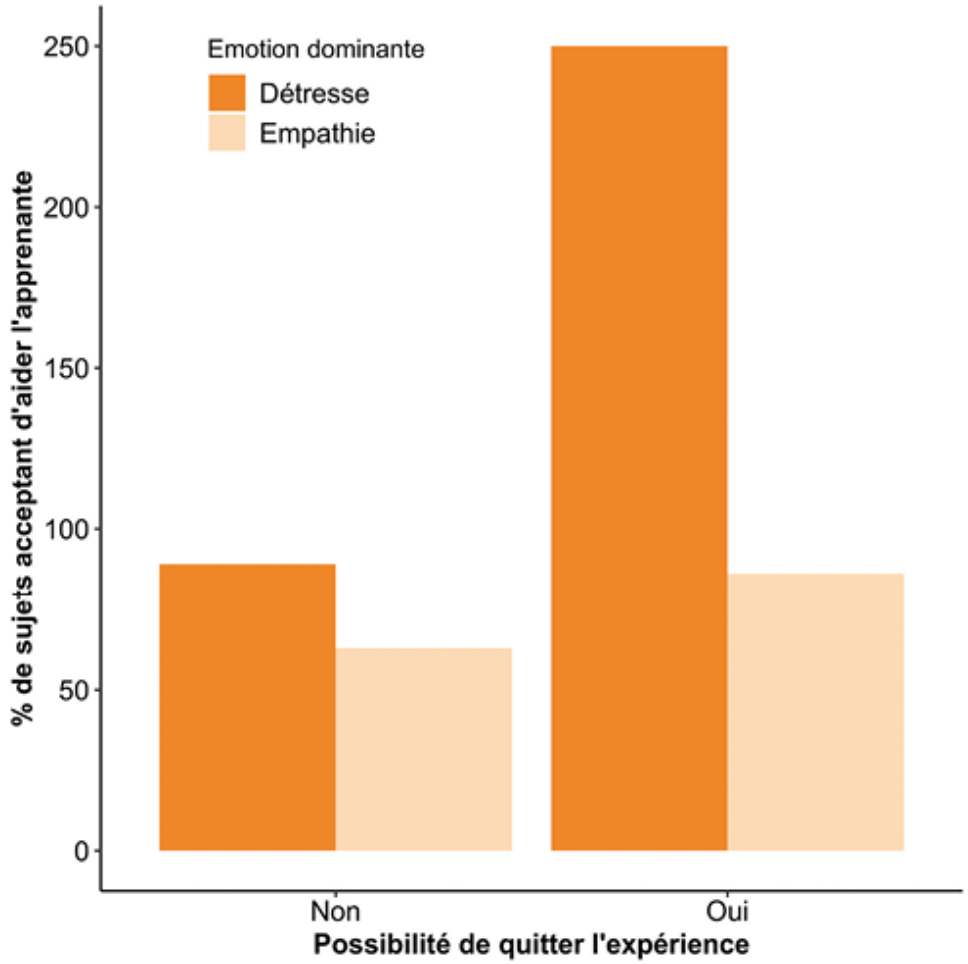


Figure 11.16. Proportion des participant·e·s qui prennent la place de l'apprenant·e selon la facilité de l'évitement et leur degré de détresse ou d'empathie (d'après Batson et al., 1983)

Batson (1991, 1995) a usé du même stratagème pour aborder la question des récompenses et des punitions. Par exemple, toujours avec un scénario qui met en jeu des apprentissages et des chocs électriques, il a ou non fourni l'occasion à des participant·e·s de se saisir d'une excuse, comme leur incompétence, pour ne pas devoir prendre la place de l'apprenant·e. Les gens qui ont une forte dose d'empathie devraient malgré tout se porter volontaires. C'est bien ce qu'on observe. Dans d'autres études (Batson et al., 1989), les participant·e·s apprennent qu'après une première phase de l'expérience, on leur montrera un film. Pour une moitié des participant·e·s, on précise que ce film les mettra de bonne humeur. Les autres ne reçoivent aucune information. Comme prévu, lorsque les récompenses sont incertaines, on ne voit pas de différences entre les réactions des un·e·s et des

autres. Par contre, lorsque la bonne humeur est garantie, seule la présence d'empathie garantit un niveau d'aide important.

Psycho sociale en questions

Comment expliquer l'implication des bénévoles et volontaires ?

Les sentiments d'empathie semblent être à l'ordre du jour dans une gamme très vaste de comportements prosociaux. On songe particulièrement au volontariat (Omoto & Snyder, 1995). Une étude de l'OCDE datant de 2012 montre que dans certains pays comme les États-Unis, pas moins de 30 % de la population effectuent du volontariat de manière régulière. Comme pour l'altruisme, le volontariat répond à de nombreuses motivations en ce compris les récompenses sociales et le soulagement de la détresse personnelle. Reste que Omoto ses collègues (2009) ont pu mettre en évidence que l'empathie était également un prédicteur fiable du niveau d'engagement des gens dans des activités de volontariat. Un récent baromètre d'opinion des bénévoles réalisé par IFOP (2017) en France relevait que la première raison invoquée par les personnes volontaires est bien l'idée d'être utile à la société et d'agir pour les autres. Les bénéfices plus concrets comme le fait de pouvoir exercer une responsabilité ou d'acquérir et de développer des compétences ou encore de faire avancer une cause concrète viennent loin derrière.

▶ Des scouts aident à préparer des colis alimentaires (© Chad Kellum).

De nombreuses études suggèrent que le volontariat est bénéfique pour la santé… des volontaires. Une étude de Brown et collègues (2003) s'est ainsi penchée sur un échantillon de 423 couples mariés âgés et montre que le volontariat allonge la durée de vie. Les observations portaient sur l'aide fournie par

chacun·e des partenaires dans différentes sphères de la vie quotidienne et à destination de toute une série de bénéficiaires. Chaque personne renseignait aussi l'aide reçue en tant que destinataire de la part de gens autres que son·sa partenaire. Un relevé des décès survenus dans l'échantillon au cours des 5 années qui ont suivi révèle que ceux qui aidaient davantage avaient aussi plus de chances d'être encore en vie, même si on contrôle pour l'état de santé initial, le sexe et la quantité de contacts sociaux. Quant aux récipiendaires, aucune différence de survie selon que l'aide reçue est ou non importante. Des données très complètes compulsées par l'OCDE (2015) renseignent de façon claire les bénéfices en termes de santé que confère le volontariat. Les études épidémiologiques longitudinales ont par ailleurs pu confirmer la direction de la causalité : c'est bien le volontariat qui garde en bonne santé plus que les gens en bonne santé qui font du volontariat. Bref, en matière d'aide, il vaut mieux donner que recevoir.

Conscient que les différences individuelles ne permettent pas de tirer des conclusions fortes en matière de causalité, Batson (1991, 1995) aura bien sûr à cœur de manipuler l'empathie. Ainsi, face à des informations concernant d'autres personnes, les participant·e·s recevront tantôt l'instruction de s'en tenir aux faits en se montrant le plus objectif possible (condition de faible empathie) ou, au contraire, de s'imaginer de la manière la plus vivante qui soit ce que les autres personnes ressentent (condition de forte empathie). Ces manipulations expérimentales conduisent aux mêmes conclusions : l'empathie pure existe. Certaines données attestent d'ailleurs que l'empathie donne lieu à une signature physiologique distincte. Ainsi, Eisenberg et ses collègues (1989) ont enregistré les expressions faciales et le rythme cardiaque de leurs participant·e·s pendant la présentation d'un film montrant une mère de famille et ses enfants à l'hôpital à la suite d'un accident. On y voyait notamment les enfants rater l'école du fait de leurs blessures. À l'issue du film, on offrait aux participant·e·s d'aider les enfants en prenant des notes à l'école et en les épaulant pour leurs devoirs. Les enfants les plus empathiques, dans le sens de Batson, manifestaient non

seulement un visage marqué par la compassion et l'intérêt avec des sourcils relevés et un rythme cardiaque lent (alors que la détresse et la douleur creusent les sourcils et accélèrent le rythme cardiaque), mais étaient aussi les plus susceptibles d'apporter une aide concrète.

Une série de facteurs favorisent l'émergence de l'altruisme. D'abord, du côté des bénéficiaires, on ne s'étonnera guère que les femmes, les personnes attrayantes, et les gens âgés sont plus susceptibles de recevoir de l'aide. Il est établi que nous aidons aussi de préférence ceux qui nous sont proches par des liens du sang. Les gens sont d'ailleurs plus facilement prêts à donner un rein à quelqu'un de leur famille qu'à quelqu'un d'autre (Burnstein, Crandall, & Kitayama, 1994). Plus que tout, c'est la similitude avec le bénéficiaire qui semble jouer un rôle primordial dans le déclenchement de l'aide (Dovidio, 1984). On l'a d'ailleurs vu avec l'intervention en cas d'urgence, ressentir de l'empathie pour quelqu'un semble dépendre de nos appartenances sociales (Levine et al., 2005).

Figure 11.17. Amplitude de la réaction musculaire sur la main des participant·e·s selon la couleur de la main et la région mesurée (d'après Avenanti et al., 2010)

Une façon intrigante de mettre le rôle de la similitude en évidence s'appuie sur notre capacité à manifester des réactions physiologiques par le biais de la contagion sensorimotrice (Avenanti et al., 2005). Lorsqu'on voit un de ses proches amis se fracasser la figure en BMX, on ne peut s'empêcher d'éprouver soi-même une forte douleur, évidemment de façon vicariante. Alors que le partage des émotions et la prise de perspective cognitive débouchent sur de l'empathie par des chemins plutôt conscients, la contagion sensorimotrice emprunte une voie plus automatique. Avenanti et ses collègues (2010) ont exploité cette réponse empathique pour montrer que les gens sont sensibles aux appartenances groupales basées sur la race (Mathur, Harada, Lipke, & Chiao, 2010). Dans cette expérience, les participant·e·s d'origine européenne ou africaine résidant en Italie se voyaient présenter une vidéo sur laquelle apparaissait une main blanche ou

▶ Exemples de stimuli utilisés par Avenanti et al. (2010) montrant des mains blanches, noires et violettes. La main est touchée par un coton-tige à gauche et une aiguille de seringue à droite.

noire subir tantôt un contact inoffensif avec un coton-tige tantôt, au contraire, une piqûre avec une aiguille de seringue (voir illustration ci-contre). Des mesures d'amplitude de réaction musculaire entre les deux types de contact sont effectuées sur la main des participant·e·s sur un muscle qui se situe à l'endroit du contact ainsi que sur un muscle éloigné. Les participant·e·s évaluent ensuite le niveau de douleur ressentie pas le modèle avant de remplir une échelle d'empathie (les deux groupes sont identiques sur cette mesure) et un IAT racial (Italien versus Africain) permettant de sonder les réponses implicites.

Si les participant·e·s déclarent que la douleur est identique quelle que soit la couleur de la main montrée à l'écran, leurs réactions musculaires ne disent pas la même chose. Manifestement, leurs muscles réagissent très nettement plus lorsqu'est présentée une main de la couleur de leur groupe. Mieux, dans une étude complémentaire, on présente aussi des mains de couleur violette et les réactions musculaires sont clairement révélatrices d'une sensation de douleur vicariante dans ce cas de figure, voir figure 11.17. L'interprétation avancée par Avenanti et al. (2010), que confortent d'ailleurs leurs données IAT, est que la réaction face à la douleur d'autrui est inscrite dans notre bagage phylogénétique, mais que les stéréotypes et les préjugés appris au fil de la socialisation viennent étouffer cette réponse spontanée.

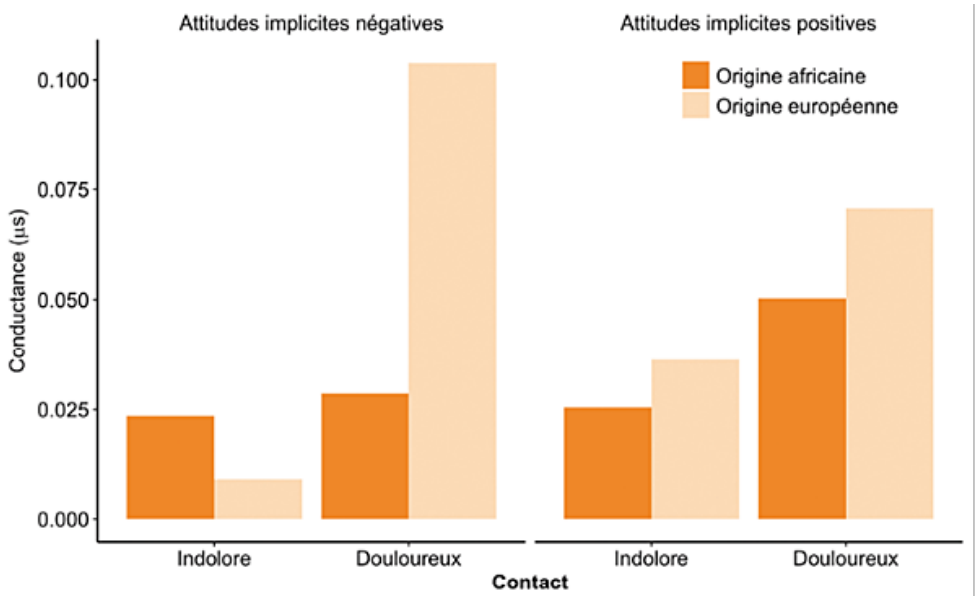


Figure 11.18 Réaction de conductance cutanée selon la nature du contact, l'origine africaine ou européenne de la main et le type d'attitudes implicites (d'après Forgiarini et al., 2011).

Forgiarini et ses collègues (2011) confirment ce pattern de biais pro-endogroupe avec une mesure de conductance cutanée, un indicateur fiable de la douleur perçue. Leurs participant·e·s d'origine européenne manifestent là aussi un lien entre ce phénomène de contagion sensorimotrice et les attitudes implicites recueillis par le biais de l'IAT. Comme le montre la figure 11.18, la différence entre la réaction face à une main blanche et celle face à une main noire est absente pour les gens les moins racistes, mais bien présente pour les personnes les plus racistes dans le cas d'un contact douloureux.

Si l'on se tourne du côté de la personnalité et de la socialisation, la plupart des variables, on s'en doute, gravitent autour de la notion d'empathie. Ainsi, les personnes qui ont un degré élevé de moralité sont davantage susceptibles d'aider (Eisenberg & Miller, 1987). En lien avec cette idée, ce qu'Oliner et Oliner (1988) appellent l'extensivité influence également la propension des gens à aider. Les personnes « extensives » placent moralement autrui dans le giron de leur propre personne et se sentent responsables pour les autres. Autrement dit, il s'agit de ne pas aider seulement les proches et les gens appartenant au cercle social immédiat, mais aussi des individus plus distants (Einolf, 2010). La socialisation joue pour beaucoup dans cette façon d'aborder le monde. Dans leurs entretiens avec une centaine de personnes qui avaient risqué leur vie pour sauver des Juif·ve·s pendant le second conflit mondial, Oliner et Oliner (1988) notent d'ailleurs que la plupart évoquent l'importance que revêtaient les valeurs d'altruisme et de compassion au sein de leur environnement familial, que ce soit sous forme d'histoires transmises par leurs parents ou dans les livres qui étaient lus ou encore par les conversations autour de la table. En toute hypothèse, la compassion et l'empathie sont des valeurs qui peuvent être transmises des parents aux enfants. Dans cet ordre d'idée, on ne peut que réinsister sur les effets des modèles positifs, que ce soit sur le long terme, mais aussi sur le court terme ***[chapitre 6]***.

La religion est elle aussi traditionnellement associée à des messages positifs prônant la générosité, la compassion et le souci de l'autre. Confirmant cette intuition, l'amorçage de concepts religieux (sacré, divin, etc.) augmente très nettement la proportion de participant·e·s qui partagent une somme d'argent avec des personnes inconnues par rapport à l'amorçage de concepts neutres

(Norenzayan & Shariff, 2008). Ceci étant, la religiosité n'est pas nécessairement la panacée en matière d'aide. Les gens religieux aident certaines personnes, qu'elles estiment mériter leur appui, mais pas d'autres, bien au contraire (Jackson & Esses, 1997). À côté du machiavélisme, un trait de personnalité lié à l'exploitation des autres et à la poursuite de ses propres intérêts au détriment de toute autre considération, et dont on se doute qu'il n'encourage pas l'aide, une autre caractéristique plus surprenante concerne la croyance en un monde juste (Lerner, 1980). Les gens qui professent cette croyance ont tendance à aider s'ils entrevoient une sorte de renvoi d'ascenseur. Pire, comme on le verra au ***chapitre 12***, ils ont parfois la fâcheuse tendance à condamner les victimes sur foi de l'idée que le sort malheureux qui leur advient est sans doute mérité.



▶ SDF à New York (© Ed Yourdon).

Lorsqu'en avril 2019, le feu a ravagé Notre-Dame de Paris, l'émotion était à son comble. Dans les heures qui ont suivi, plusieurs grandes fortunes ont annoncé vouloir donner des montants gigantesques afin d'œuvrer à la reconstruction. Bill Gates, un des individus les plus riches de la planète, dirige aussi une fondation caritative particulièrement bien dotée qui, parmi ses activités, entend par exemple promouvoir la lutte contre les maladies infectieuses ou encore donner aux plus pauvres, en particulier les femmes et les filles, des moyens de transformer leur existence. Ces exemples d'altruisme extrême sont-ils révélateurs de ce que les riches sont plus généreux que les pauvres ? On pourrait le penser dans la mesure où ce sont ces gens-là qui ont les moyens nécessaires pour se montrer charitables. Les statistiques disponibles en la matière démentent cette impression. En réalité, par rapport à leur revenu disponible, les pauvres donnent plus que les riches. Piff et ses collègues (2010) ont ainsi invité des participant·e·s venant de divers horizons en termes de classes sociales à prendre part à ce qu'on appelle un jeu de dictateur. On reçoit une somme fixée et on peut donner ce que bon nous semble à une autre personne dans l'expérience. Après avoir pris en compte toute une série de variables comme l'âge, le sexe, la

religiosité, l'ethnicité, etc., les chercheurs constatent que plus les gens étaient issus d'une classe sociale élevée, moins ils donnaient.

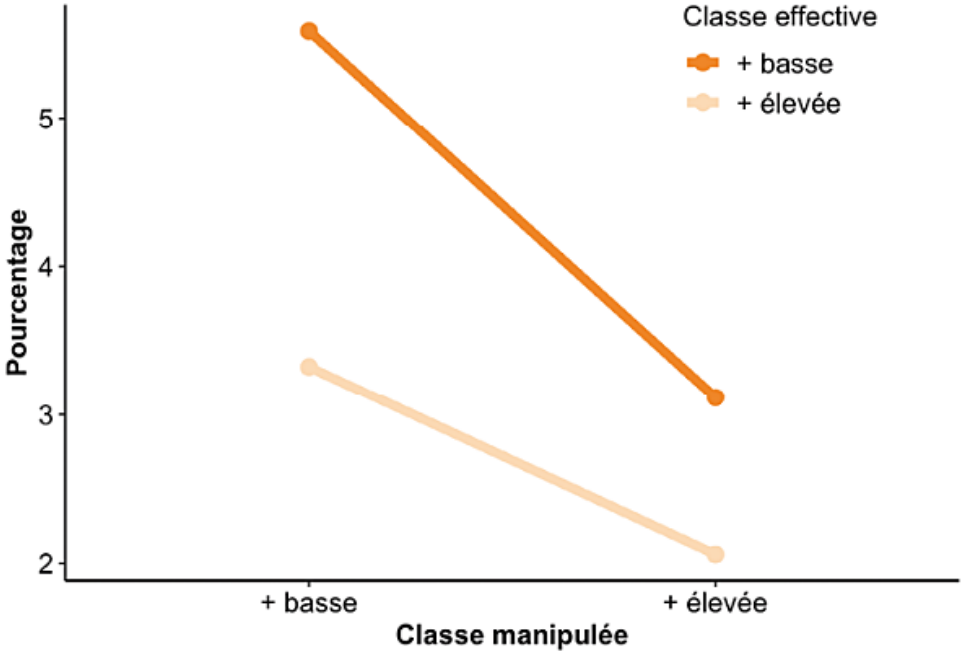


Figure 11.19. Pourcentage des revenus annuels que les participant·e·s considèrent devoir être accordé à des œuvres caritatives en fonction de la classe sociale manipulée et de la classe sociale effective, contrôlant pour ethnicité (Piff et al., 2010).

Une autre étude demandait aux participant·e·s de prendre un peu de temps pour se comparer aux gens qui se situent en bas ou, au contraire, en haut de la hiérarchie sociale avant de se positionner personnellement sur une échelle sociale. Une telle manipulation fait glisser de façon légère certes, mais significative les participant·e·s respectivement vers le haut et le bas dans la hiérarchie sociale, à tout le moins sur le plan subjectif. Les questions qui suivent concernent les revenus annuels des participant·e·s, ce qui permet de mesurer l'échelle sociale de manière objective, ainsi que le pourcentage des revenus qui doit être consacré à différents postes de dépenses. Les données révèlent que plus les revenus effectifs sont élevés, plus les participant·e·s estiment qu'une proportion importante des revenus doit être versée à des associations caritatives. Qui plus est, la classe sociale subjective contribue également dans le même sens (voir figure 11.19). Pour expliquer des résultats et comme nous l'avons évoqué aussi au ***chapitre 5***, les auteurs invoquent la plus grande empathie des personnes appartenant

aux classes défavorisées découlant d'une forme de contextualisme, cette prise en compte plus marquée des facteurs extérieurs du fait de leur vécu. Cette posture s'oppose à une centration sur soi, que les auteurs qualifient de solipsisme, typique des gens plus nantis.

L'empathie promeut des comportements altruistes lorsque nous sommes confrontée·s à des individus en détresse. Mais qu'en est-il lorsque l'aide à apporter n'est pas individuelle mais collective ? Par exemple, il revient à nos gouvernant·e·s de décider comment répartir les ressources de l'État en ménageant plus particulièrement les personnes vulnérables ou en détresse. Dans ce type de situation, selon Paul Bloom (2016), l'empathie est très mauvaise conseillère. En effet, l'empathie se dirige en priorité vers des personnes qui nous attirent ou « nous ressemblent ». L'électeur·rice français·e sera plus souvent sensible au sort d'une maman blonde faisant face à la perte d'un enfant décédé d'un cancer mais peut-être moins à celui de la mère d'origine camerounaise d'un enfant souffrant de drépanocytose (une anémie aux symptômes terribles touchant principalement les populations d'origines subsahariennes). Pour les responsables chargé·e·s d'allouer un budget de santé publique, ce n'est ni la souffrance de la mère, ni la couleur de sa peau qui doivent guider les décisions ! Des considérations telles que l'ampleur du phénomène, les possibilité de prévention, la contagion éventuelle doivent être prises en compte. Et l'empathie est aveugle à ce type de considérations. Par ailleurs, l'empathie vis-à-vis de ceux et celles qui nous ressemblent, et que nous valorisons, nous rend d'autant plus aveugles à la perspective de personnes maltraitées par ces dernières. Lorsque les gouvernant·es sont guidé·e·s par les émotions d'une opinion publique pleine d'empathie par rapport à des événements d'actualité, le risque est énorme de négliger d'autres causes beaucoup moins visibles, mais parfois bien plus dévastatrices. La philosophe Kate Manne (2017) mobilise ainsi le concept d' « himpathie » pour référer au fait que la prédominance de héros masculins dans les fictions (films, romans…) nous mène souvent

à comprendre, voire excuser, les comportements violents ou agressifs que ceux-ci commettent (pensons, par exemple, aux héros du film de Quentin Tanrantino « Once upon a time in Hollywood ») en occultant totalement le point de vue de leur victime.

2.3. Coopération

La grande vulnérabilité de notre espèce aux premiers temps de son apparition sur cette planète exigeait une dose importante de coopération, notamment au regard de la dépendance extrême à la naissance et de l'absence d'atouts physiques évidents dans la lutte contre les prédateurs. Coopérer avec autrui est donc inscrit au cœur de ce nous sommes. Conjuguer les efforts peut rapporter gros et il est d'ailleurs frappant de constater avec quelle rapidité des gens peuvent collaborer lorsque la situation le requiert, même s'ils ont été opposés, voire en conflit, quelque temps auparavant. Au ***chapitre 13***, nous verrons comment la question a été abordée sous l'angle des relations entre les groupes. Ici, nous nous focaliserons sur les éléments qui font que les individus se montrent prêts voire désireux de coopérer avec une autre personne ou un groupe de personnes. Cela nous amènera tout naturellement au thème du chapitre suivant sur la vie en groupe.

On l'a vu, l'altruisme existe et c'est important, car en matière de coopération une des difficultés majeures réside dans le fait qu'une bonne partie des situations dans lesquelles les gens collaborent sont de nature à bénéficier au groupe au détriment des intérêts individuels. On qualifie de telles situations de dilemmes sociaux (Dawes, 1980). La coopération se produit quand les individus mettent en sourdine leurs préoccupations personnelles afin d'aider le groupe. Dans le cas contraire, quand les gens préfèrent servir leurs propres intérêts que ceux de la collectivité, on parle de défection. Les travaux que réalisent les étudiant·e·s dans le cadre de nombreux cours universitaires sont autant de cas concrets de dilemme social dans lesquels il s'agit de savoir si tout le monde va y mettre du sien pour aboutir à un exposé qui fera bonne impression à l'ensemble de la classe ou à un travail qui emportera l'adhésion de l'enseignant·e.

En psychologie sociale, les comportements de coopération ont été étudiés par le biais d'un paradigme expérimental connu sous le nom de dilemme du prisonnier, un dilemme social simplifié qui n'implique en réalité que deux personnes (figure 11.20). Imaginez-vous une expérience dans laquelle on vous conduit immédiatement dans un cagibi où on vous informe qu'un·e autre participant·e, que vous ne rencontrerez jamais, est déjà dans un autre cagibi. Vous avez tous les deux une décision très simple à prendre : soit vous coopérez en optant pour une issue qui est bénéfique pour les deux, soit vous faites défection et en retirez un bénéfice personnel plus important. Si vous coopérez tous les deux, vous recevrez chacun 5 euros. Si vous faites défection, il y aura 2 euros par personne. Si vous coopérez, mais que votre partenaire fait défection, 8 euros lui seront alloués et vous ne recevrez rien. Si vous faites défection alors que l'autre a coopéré, c'est vous qui encaissez les 8 euros et l'autre rien.

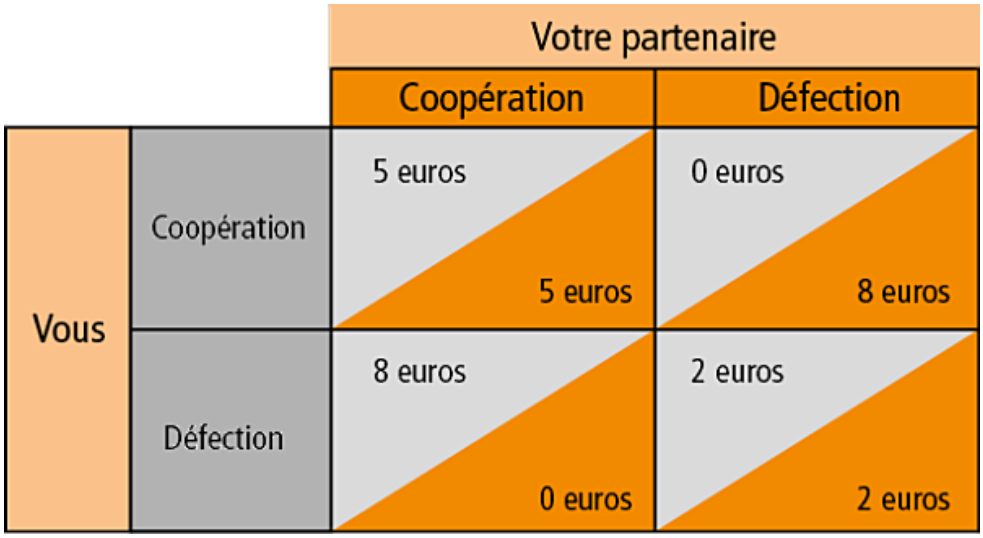


Figure 11.20 La situation du dilemme du prisonnier

De toute évidence, la défection est l'option la plus intéressante pour vous et cela quel que soit le choix de votre partenaire. En effet, si votre partenaire coopère, vous gagnez 8 euros en faisant défection contre seulement 5 euros en coopérant. Si, au contraire, votre partenaire fait défection, alors vous recevez 2 euros en appliquant la même décision, mais 0 euro en coopérant. Le doute n'est donc permis : défection, toute ! Le problème c'est que si votre partenaire fait le même raisonnement et fait défection, vous n'aurez que 2 euros. C'est à mettre en balance avec les 5 euros que vous auriez pu

décrocher si vous aviez tous deux coopéré. Malgré son caractère artificiel, le dilemme du prisonnier correspond bien à une situation de dilemme social. À deux, vous accumulez plus en coopérant qu'en faisant défection, même si cela signifie pour chacun qu'il faille sacrifier une part de ses bénéfices par rapport à la situation de gain maximal. De telles situations ont été au cœur de milliers d'expériences et on en sait aujourd'hui énormément sur ce qui sous-tend le comportement des gens dans ce type de contexte.

Le dilemme du prisonnier a cette particularité que les gens se retrouvent à la fois dans une posture d'agent·e moral·e, chargé·e de prendre une décision sur ce qu'il y a lieu de faire, et dans celle de patient·e moral·e, soumis·e au bon vouloir d'une autre personne. Le meilleur des scénarios pour le plus grand nombre se produit lorsque les gens coopèrent. Si l'on y réfléchit un peu, notre vie quotidienne regorge de situations de ce genre. Nous sommes tou·te·s bénéficiaires si les gens contribuent au système éducatif, si les routes sont maintenues en bon état et si les hôpitaux sont bien financés par les pouvoirs publics. Ces dilemmes dits « de biens communs » sont éminemment délicats à gérer, car, pour le coup, chaque individu peut être tenté de ne pas contribuer à son juste niveau, par exemple par le biais de ses impôts. Ce type de personnes est connu sous le nom de « passager clandestin », un nom qui dit bien ce qu'il veut dire. Ainsi, des gens qui ne payent pas leur titre de transport dans les transports en commun font que les rentrées sont moins élevées que ce qu'elles pourraient être. On doit alors soit augmenter les prix soit restreindre le service. Une version du dilemme des biens communs met en exergue le fait qu'il s'agit de ne pas ponctionner les ressources outre mesure au risque de les réduire à néant et d'en priver l'entièreté du groupe. La tentation est grande pour certains individus, car quelques excès peuvent passer inaperçus. Tant que les choses vont, on peut rester dans l'illusion que les biens resteront à disposition, mais, passé un certain point de rupture, le système s'écroule. On parle de tragédie des biens communs. Pour beaucoup de spécialistes, le réchauffement climatique et l'épuisement des ressources de notre planète, par exemple les poissons qui sont disponibles pour la pêche, sont des illustrations ô combien inquiétantes de ce type de dilemme.

Sans surprise, tant les éléments personnels que situationnels contribuent à modeler le degré de coopération entre les gens. Du côté de la personnalité,

de nombreuses études ont mis en évidence des différences d'orientation sociale entre ce qu'on appelle des 'pro-self' et des 'pro-social' (van Lange & Liebrand, 1991). Même s'il s'agit bien d'un continuum et non de deux catégories biens distinctes, les pro-selfs préfèreront privilégier leurs intérêts propres au point de faire en sorte que les autres aient moins qu'eux-mêmes. À l'inverse, les pro-sociaux auront plus tendance que les pro-selfs à opter pour des stratégies coopératives face à des dilemmes sociaux (van Lange, De Cremer, van Dijk, & van Vugt, 2007).

Les situations sont également susceptibles de colorer les choses. Dans une étude utilisant des amorces subliminales (Neuberg, 1988), les participant·e·s se voyaient présenter des mots hostiles (compétition, lutte, antipathique, etc.) ou neutres. Alors que 84 % des participant·e·s optent pour la défection dans une majorité de cas après les amorces hostiles, seuls 55 % agissent de même suite aux amorces neutres. De façon intéressante, quand on fait jouer des gens compétitifs entre eux, des gens coopératifs entre eux, mais aussi des compétitifs contre des coopératifs, on place les gens dans des contextes différents. De façon remarquable, les compétitifs rendent tout le monde compétitif. Si les coopératifs, c'est-à-dire les prosociaux, se montrent plutôt perspicaces à propos de leur adversaire, les compétitifs ont quasiment toujours la tentation de voir leur adversaire comme optant pour la compétition.

On le voit, les participant·e·s à de telles expériences ne savent rien sur autrui à l'entame du jeu et doivent se forger une impression sur base des décisions successives de l'adversaire. Dans la vie de tous les jours, on sait généralement bien des choses à propos de nos futur·e·s partenaires. Un signe qui ne trompe pas quant à l'importance de la coopération dans les interactions sociales, c'est qu'une grande partie de ce qui se dit entre et sur les personnes via les confidences, les plaisanteries, et même les rumeurs concerne d'ailleurs le fait que quelqu'un est prêt à collaborer, accomplit sa part de travail, respecte ses engagements, etc. ou, au contraire, exploite les autres, ne cherche que son propre intérêt et n'a que faire de ses promesses. On appelle cela la réputation et on imagine sans peine que le fait de savoir quelqu'un compétitif engendrera des décisions de méfiance et de prudence, voire d'exclusion et de rejet. À cet égard, les stéréotypes jouent à n'en pas douter un rôle majeur. Apprendre que l'on va interagir avec quelqu'un qui

étudie le management plutôt que la théologie peut vraiment changer la tonalité de nos premières décisions et orienter ensuite les choses au long cours (de Dreu, Yzerbyt, & Leyens, 1995). Pire, toute insinuation selon laquelle l'autre partie serait coopérative incite les pro-selfs à opter d'autant plus volontiers pour la compétition, ce qui prend alors vraiment une allure d'exploitation (Smeesters et al., 2003).

Pour éviter ces travers, le plus sage consiste à s'assurer que les partenaires valorisent le bien commun et qu'une identité commune soit mise à l'avant-plan. C'est particulièrement vrai pour les proselfs, tant il est vrai que cette catégorie de personnes aura du coup à cœur de promouvoir les intérêts de l'entité sociale à laquelle elles pourront s'identifier (De Cremer & van Vugt, 1999). Il faut aussi que les gens communiquent un maximum afin de clarifier les principes qu'il s'agit de mettre en œuvre et que la stratégie de collaboration soit lisible et juste. Ceci nous ramène au dilemme du prisonnier. Car, quelle est au fond la meilleure stratégie ? La réponse à cette question nous vient d'un travail de recherche initié par Axelrod (1984) qui s'étonnait du fait que la coopération émerge aussi souvent en dépit des circonstances. Ce chercheur a invité d'éminents collègues dans la communauté scientifique à lui soumettre la stratégie qui leur paraissait pouvoir emporter le maximum de gains sur base des décisions antérieures de l'adversaire. En faisant jouer chaque stratégie contre toutes les autres, celle qui s'avéra la meilleure est connue sous le nom de *tit for tat*, mise au point par un psychologue mathématicien du nom de Rapaport. D'une simplicité confondante, cette stratégie requiert de commencer par un geste de coopération et puis de répondre à toutes les autres décisions de façon strictement équivalente. Selon Axelrod, la stratégie du tit for tat se distingue par une série de caractéristiques qui en font une conduite de prédilection. En effet, cette stratégie est fondamentalement coopérative. Elle ne cherche pas à surpasser le partenaire, ce qui évite de susciter de l'envie chez autrui. Elle n'est pas aveuglément prosociale et évite donc de se faire exploiter. Elle promeut le pardon, car on revient à la coopération dès que le partenaire coopère. Enfin, elle est éminemment facile à décrypter, ce qui permet aux deux parties de savoir rapidement à quoi s'en tenir. En bref, il s'agit d'être généreux, modeste, ferme, indulgent, et clair. Suivre ces règles élémentaires

permet, selon Axelrod (1984), de construire des relations coopératives pérennes.

3. Conclusions

L'agression est une conduite très répandue. Si une explication en termes d'instinct agressif ne convainc plus guère, il ne fait pas de doute que des aspects biologiques entrent en ligne de compte, que ce soit via l'héritage génétique ou par l'entremise d'hormones comme la testostérone. La socialisation a elle aussi son mot à dire tant il est vrai que le poids de l'apprentissage est déterminant. Si on fait l'expérience que la violence est un mode fructueux de résolution des conflits et permet généralement d'atteindre ses objectifs, alors il y a fort à parier que celle-ci prévaudra de manière croissante. Fort heureusement, si des éléments plus proximaux peuvent faciliter l'émergence d'une réponse agressive, on peut tabler sur la réinterprétation et le poids des normes pour proposer des voies alternatives. Inversement, l'accès aisé à des armes et la promotion culturelle de notions comme l'honneur et le patriarcat sont de nature à exacerber les comportements agressifs. Nous l'avons souligné aussi, inclusion, cohésion et égalité sociales sont autant de facteurs qui jouent aussi un rôle de premier plan.

À l'opposé du comportement agressif, nous nous sommes penchés sur les comportements prosociaux. Nous avons commencé par évoquer la question de l'intervention en cas d'urgence, une situation qui a le don de frapper les esprits, pour examiner ensuite l'aide et l'altruisme dans des situations moins dramatiques, voire anodines. Plus fondamentalement, une forme tout à la fois discrète et remarquable de la prosocialité se manifeste dans la tendance marquée des humains à coopérer. Outre le fait que l'évolution a profondément inscrit en l'être humain ce besoin de coopérer, la tentation reste grande de faire défection et de viser son intérêt personnel. Un thème récurrent en matière d'altruisme est l'importance des liens sociaux qui peuvent faire basculer les gens vers l'indifférence tout autant que vers un authentique altruisme. Vu le rôle central des relations sociales, les deux

chapitres suivants seront dévolus respectivement aux relations au sein des groupes et entre ceux-ci.

L’essentiel

Résumé

Les interactions entre personnes comportent fréquemment une part d’agression ou une part d’altruisme. Dans ce chapitre, nous avons évoqué les facteurs déterminants de l’agression, qu’ils soient distaux ou contextuels. En balance à ces questions, nous avons ensuite examiné es comportements altruistes ou prosociaux. À cet égard, les situations d’urgence constituent un bon sujet d’étude des comportements prosociaux ou de leur non-manifestation. La tendance à coopérer, l’aide et l’altruisme authentiques permettent d’envisager les facteurs qui conduisent l’humain à manifester un comportement prosocial ou à privilégier son intérêt personnel.

Questions pour s’auto-évaluer

1. La catharsis est souvent évoquée en matière d’agression. Expliquez ce dont il s’agit et discutez des raisons qui font que c’est une fausse bonne idée ainsi que pourquoi on peut penser que la catharsis fonctionne malgré tout.

2. Quelles sont les principales causes distales de l’agression ?

3. Donnez une série d'exemples qui montrent que la violence présentée dans les médias traditionnels ou via des canaux plus modernes influence l'expression de comportements agressifs. Quels sont les processus en jeu ?

4. De quoi parle-t-on quand on évoque les cultures du viol et les mythes du viol ?

5. Il semble que les gens interviennent d'autant moins en situation d'urgence qu'il y a un grand nombre de témoins. Discutez cette affirmation à l'aide des éléments vus dans le chapitre.

6. Expliquez comment Batson s'y est pris pour montrer que l'altruisme existe vraiment.

7. À quoi correspond la tragédie des biens communs ? Si l'on se place dans le contexte d'un dilemme du prisonnier, pourquoi la stratégie du « tit for tat » s'avère-t-elle aussi efficace ?

Lectures lecture pour aller plus loin

En Français

Bègue, L. (2010). *L'agression humaine*. Paris : Dunod.

Lecomte, J. (2012). *La bonté humaine: altruisme, empathie, générosité*. Paris : Odile Jacob.

Moscovici, S. (1994). Les formes élémentaires de l'altruisme. *Psychologie sociale des relations à autrui, 71-85*.

Steiner, P. (2016). *Donner... Une histoire de l'altruisme : La grande performation*. Paris : Presses Universitaires de France.

En Anglais

Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2002). Human aggression. *Annual Review of Psychology, 53,* 27-51.

Axelrod, R. (1984). *The evolution of cooperation*. New York : Basic Books.

Batson, C. D. (2014). *The altruism question: Toward a social-psychological answer*. New York: Psychology Press.

Baumeister, R. F. (1996). *Evil: Inside human cruelty and violence*. WH Freeman/Times Books/Henry Holt & Co.

Bloom, P. (2016). *Against empathy: the case for rational compassion*. New York: Harper Collins.

https://observer.com/2017/01/the-kitty-genovese-story-was-the-prototype-for-fake-news/

Pour illustrer



Expérience (ancienne) de Jacques-Philippe Leyens sur l'induction de l'agressivité.

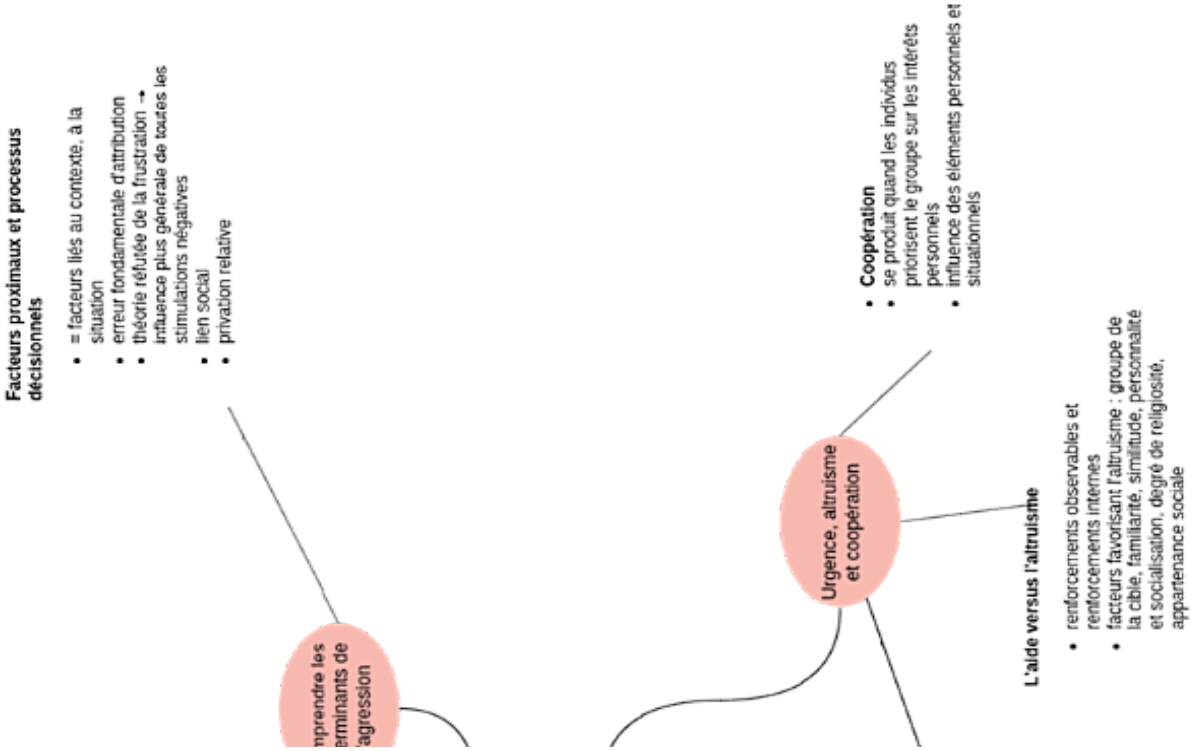


L'effet spectateur.

Peut-on compter sur un groupe pour nous porter secours ?

Le comportement prosocial.

Les dilemmes sociaux.



Facteurs distaux

- approche biologisante : pulsion agressive liée à la nature humaine et à l'évolution
- déterminisme génétique
- approche hormonale
- différences de personnalité (estime de soi, narcissisme)
- confrontation à la violence (expérience directe, médias, films, jeux vidéo, tendances culturelles)
- inégalité des revenus

- agression hostile ou instrumentale ?
- modèle général de l'agression

Agression et altruisme

Intervention en cas d'urgence

- effet d'observateur
- mécanisme de la preuve sociale
- ignorance plurielle
- impact de la similitude
- effet de proximité
- effet spectateur



CHAPITRE

12

La vie en groupe

Dans ce chapitre, nous nous intéressons à un thème de prédilection de la psychologie sociale — le petit groupe, même si parfois nous nous pencherons sur des groupes plus importants. Nous commencerons à examiner le phénomène d'entrée dans un groupe — la socialisation — et son revers — l'exclusion et l'ostracisme. Nous nous pencherons ensuite sur un phénomène souvent attribué à l'entrée dans un groupe, la disparition de l'identité personnelle — ou « désindividualisation ». Nous nous intéresserons ensuite à la production des groupes : la performance et la prise de décision. Ensuite, nous examinerons le leadership et le pouvoir dans les groupes. Nous terminerons en

considérant la question de la justice au sein des groupes.

Les piétons arpentant les quais de la Seine un dimanche de printemps. Un bataillon de fantassins marchant au son d'une fanfare militaire le 14 juillet. Le groupe Pink Floyd interprétant « Shine on you crazy diamond ». Les fans de Stromae assistant à un de ses concerts. Voici quatre ensembles d'individus bien différents. Qu'est-ce qui les distingue, qu'est-ce qui les rassemble ? Dans le premier cas, on peut sans doute contester le fait que ces individus forment un groupe : rien ne les unit si ce n'est de se trouver dans un même lieu au même moment. Il n'y a donc pas de « solidarité » entre les membres de ce groupe. Dans le second cas, chaque fantassin est interchangeable et joue un rôle identique dans le défilé. La musique militaire contribue à la synchronisation de leurs mouvements. Le ciment qui unit les membres de ce groupe est l'uniformité de leurs habits et de leurs mouvements. Le sociologue Émile Durkheim (1858-1917) parlait de solidarité mécanique pour caractériser ce type de groupe. Dans le troisième cas, au contraire, chaque membre du groupe offre une contribution distincte. C'est le fait que leurs comportements soient coordonné et débouchent sur un ensemble cohérent (un des plus beaux morceaux de musique rock progressif !) qui constitue le « ciment » du groupe. Durkheim parle ici de solidarité organique. Enfin, dans le quatrième cas, les membres du groupe ne sont guère coordonnés. Ils partagent juste une préférence commune qui signe une identité sociale. Si ça se trouve, leur appartenance commune à un groupe ne sera révélée que lors d'une rencontre. Toutefois, comme dans le cas de la musique militaire, c'est la similarité entre les membres qui sera le fondement de leur « solidarité ». Du reste, lors d'un concert de Stromae, ceux-ci sont susceptibles de chanter tous ensemble les refrains.

Ces exemples illustrent deux mécanismes par lesquels un ensemble d'individus peut devenir un groupe : la solidarité mécanique opère lorsque tout le monde agit de la même façon. Pensons à des manifestants s'opposant à une mesure gouvernementale, un chœur chantant à l'unisson, des musulmans priant dans une mosquée…

L'autre mécanisme opère quand chacun agit de façon distincte mais coordonnée avec les autres membres du groupe. C'est le cas (idéalement !) d'une équipe d'ouvriers travaillant sur un chantier, d'une équipe de football,

d’une troupe de danseurs et de danseuses, ou simplement des participant.e.s à une réunion…

Koudenburg et al. (2015) ont demandé à des trios d’acteurs et d’actrices non professionnel·le·s de réciter un poème, *Le Corbeau*, d’Edgar Allan Poe. Dans une condition contrôle, les acteurs et actrices récitaient le poème indépendamment les un·e·s des autres. Il·elle·s étaient positionné·e·s de telle sorte qu’il·elle·s ne s’entendaient pas. Dans une deuxième condition (solidarité mécanique), ils récitaient le poème ensemble. Dans une troisième (solidarité organique), il·elle·s le récitaient en alternant les lignes. On demandait ensuite aux protagonistes d’évaluer dans quelle mesure il·elle·s s’identifiaient au « trio » et dans quelle mesure ce groupe leur semblait former une entité. Les données révèlent que ces indicateurs étaient tous deux plus élevés dans les conditions de solidarité que dans la condition contrôle, ce qui souligne bien que ces deux formes de solidarité contribuent à la formation d’un groupe — au sens psychologique, c’est-à-dire au fait de partager une identité sociale (« je suis membre de ce groupe »). De façon intéressante, les trios de la condition « organique » considéraient que leur contribution au groupe avait plus de valeur. En effet, dans ce type de groupe, chacun·e dépend des autres et en cas de défaillance d’un·e des membres du groupe, la production groupale en pâtit, ce qui est moins le cas dans des cas de solidarité « mécanique » : s’il manque un soldat au régiment, c’est sans doute moins grave que si le percussionniste d’un orchestre est absent !

1. Socialisation et ostracisme

Il arrive souvent qu’on doive rejoindre de nouveaux groupes dont les croyances et les normes diffèrent profondément des nôtres. Cela peut être le cas d’un conscrit arrivant à l’armée, d’une nouvelle recrue dans une secte ou encore d’un jeune adolescent s’engageant dans un groupe djihadiste. C’est à ce type de situation que s’est intéressé Theodore Newcomb entre 1935 et 1939. Il s’est penché sur le cas de jeunes étudiantes universitaires fréquentant le collège de Bennington, une université privée du Vermont

fréquentée par des jeunes filles de bonne famille, dont les opinions étaient souvent conservatrices, voire réactionnaires. Or, comme aujourd'hui, le personnel enseignant dans les universités se situait plutôt voire très à gauche d'un point de vue politique. Ces jeunes filles se voyaient donc confrontées à une culture politique qui leur était inconnue. Au fur et à mesure qu'elles s'intègrent dans le collège, Newcomb constate toutefois que leurs attitudes se modifient, pour s'éloigner de celles de leurs parents. Newcomb a par exemple examiné les préférences des jeunes filles pour les deux candidats principaux à l'élection présidentielle de 1936 (le démocrate, plutôt progressiste, Roosevelt et le républicain, plus conservateur, Landon) en fonction de leur année d'étude. Comme on le voit sur la figure 12.1, plus elles sont avancées, plus elles privilégient Roosevelt. Les seules étudiantes qui restent fidèles à leurs attitudes politiques sont celles qui sont en contact étroit avec leur famille. À voir ces résultats, on comprend pourquoi les sectes ou les groupes terroristes cherchent à isoler leurs nouvelles recrues de leur environnement d'origine !

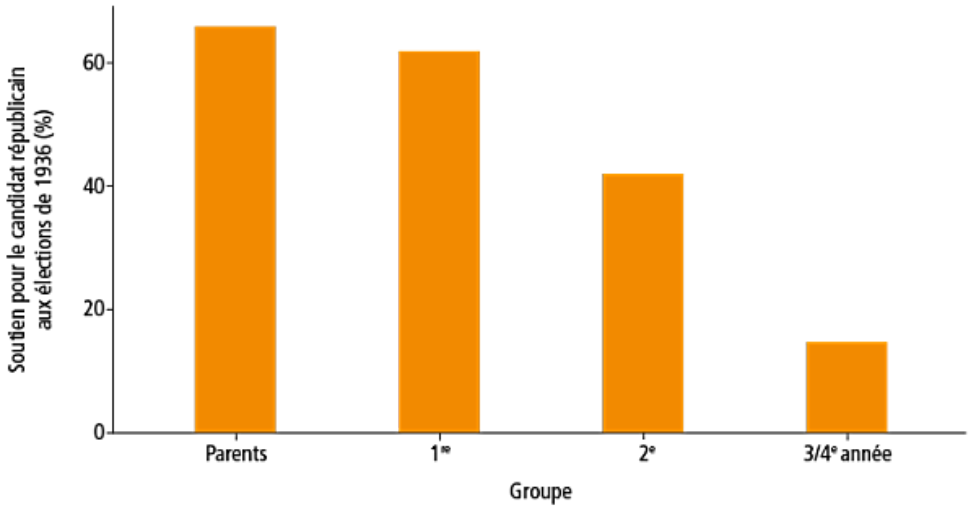


Figure 12.1. Soutien pour le candidat républicain aux élections de 1936 selon que les étudiantes sont en contact avec leurs parents et selon l'année d'étude (d'après Newcomb, 1943)

On peut toutefois se demander si cette identité plus progressiste forgée à Bennington allait se cristalliser au long de leur existence ou si, au contraire, au sortir de leurs études, elles retourneraient au conservatisme de leurs parents. Comme une grande partie des étudiantes ont pu être suivies après 25 ans et même 50 ans plus tard, on a pu répondre à cette question (Alwin,

Cohen, & Newcomb, 1991) : globalement, elles sont restées démocrates. Il semble donc que la période de leurs études ait été un moment charnière dans la constitution de leur identité politique. Pour reprendre la terminologie de Sherif ***[chapitre 6]***, c'est à Bennington que se trouve le groupe de référence qui orientera leur positionnement politique tout au long de leur vie.

Cet exemple est une illustration parmi d'autres que les pairs jouent un rôle beaucoup plus important dans la formation de l'identité que les parents (en dehors d'influences génétiques). De fait, de nombreuses études montrent que les enfants et adolescents cherchent à se conformer à leurs pair·e·s et plus particulièrement à ceux·celles qui sont légèrement plus âgé·e·s (Harris, 1995). Un exemple parmi d'autres de cette influence réside dans l'accent : on acquiert non pas l'accent de nos parents mais celui des autres enfants que l'on fréquente.

L'entrée dans le groupe peut s'accompagner de différents rites visant à reconnaître symboliquement l'arrivée du « nouveau » membre dans le giron du groupe mais également à lui inculquer des normes. Le cas des conversions religieuses constitue l'exemple par excellence.

Ostracisme et conversion religieuse

Bennassar (2015) décrit ainsi les différences étapes du processus de conversion des Chrétiens à l'Islam au Moyen Âge et à l'époque moderne :
« D'abord la reconnaissance de la divinité d'Allah par une formule consacrée que devait prononcer le converti : "La ilaha illa Allah Mohammed rezul Allah", c'est-à-dire "Il n'y a de Dieu que Dieu et Mahomet est son messager". De façon exceptionnelle mais nous connaissons plusieurs exemples de ce cas, le converti devait aussi explicitement par des mots ou un geste manifester leur rejet du symbole de la croix. Ensuite, le converti se dépouillait de ses vêtements et s'habillait à la mode musulmane, arabe, berbère ou turque, selon le lieu. Il se faisait raser la tête, tout en gardant un toupet. »

Souvent, les nouvelles recrues vont chercher à montrer leur attachement aux valeurs du groupe, de façon parfois plus radicale que les membres eux-mêmes — et ce de telle sorte que leur loyauté, et leur nouvelle identité soient bien établies. Une étude de Noel, Wann et Branscombe (1995) sur les membres de cercles étudiants illustre cela de façon éloquente. Certain·e·s étaient des membres actif·ve·s du cercle. D'autres, aspirant·e·s, étaient dans le processus d'initiation. On demandait à ces deux catégories de membres de faire part de leur opinion concernant les membres d'un autre cercle. Par ailleurs, soit les répondant·e·s s'attendaient à devoir discuter de leurs réponses avec d'autres membres du groupe, soit il·elle·s étaient anonymes. On constate que les « aspirant·e·s » effectuaient des évaluations beaucoup plus négatives de l'exogroupe que les membres actifs et actives. Toutefois, ceci se vérifiait uniquement lorsqu'il·elle·s étaient identifiables. Dénigrer l'exogroupe permettait de démontrer la légitimité d'appartenir à l'endogroupe aux yeux des autres membres.

1.1. Les déviant·e·s

Nous avons vu comment l'individu se transformait au contact du groupe. Une fois qu'un individu rejoint le groupe, il est confronté aux normes de celui-ci. Il peut également subir des pressions à s'y conformer. La cohésion d'un groupe repose souvent sur le partage d'un ensemble de valeurs ou de croyances. Des personnes qui s'éloignent des normes du groupe peuvent de ce fait être perçues comme particulièrement menaçantes pour son identité. Ceci explique pourquoi les membres déviants de l'endogroupe sont souvent plus dévalorisés que ceux de l'exogroupe lorsqu'ils transgressent des normes importantes. C'est précisément ce phénomène qu'ont étudié Marques, Yzerbyt et Leyens (1988). Dans une de leurs études, ces auteurs ont demandé à leurs sujets — des étudiant·e·s belges — de faire part de leur opinion quant à d'autres étudiant·e·s. Les trouvaient-ils plutôt sympathiques, accueillant·e·s, etc. ? La nature des étudiant·e·s qu'il fallait évaluer variait selon deux facteurs. D'une part, soit ceux·celles-ci se conformaient à une norme importante du groupe (par exemple, considérer que s'amuser est plus important que d'étudier), soit il·elle·s s'en distanciaient (par exemple en considérant qu'étudier est plus important que de s'amuser). Le second facteur concernait l'origine de ces étudiant·e·s :

soit belge (endogroupe), soit nord-africaine (exogroupe). Que constate-t-on ? Comme on peut s'y attendre, les Belges sont perçu·e·s plus positivement que les Nord-Africain·e·s lorsqu'il·elle·s se conforment aux normes du groupe. En revanche, cette tendance disparaît lorsqu'il s'agit de juger des étudiant·e·s qui violent les normes du groupe : là, les membres de l'endogroupe sont même perçus plus négativement que le membre de l'exogroupe (voir partie droite de la figure 12.2). Marques et ses collègues qualifient cette tendance à dévaloriser les membres déviants de l'endogroupe d'effet « brebis galeuse ».

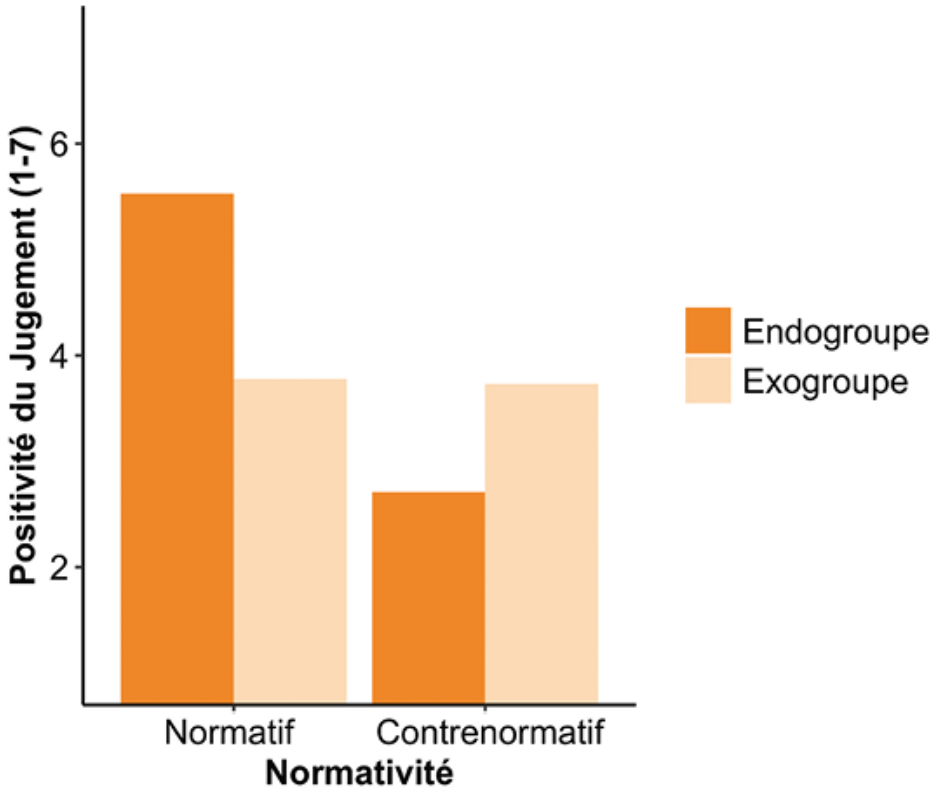


Figure 12.2. Perception des étudiant·e·s en fonction du type de comportement et de l'appartenance à l'endogroupe ou à l'exogroupe (d'après Marques et al, 1988).

Le degré auquel les membres respectent ces normes peut faire l'objet d'une régulation interne. Nous avons vu comment la pression de la majorité pouvait pousser au conformisme et, inversement, comment une minorité dissidente pouvait changer transformer l'identité d'un groupe ***[chapitre 7]***.

1.2. La désindividualisation

Groupe et violence

En 2015, des supporters de l'équipe de football Feyenoord de Rotterdam vandalisent Rome lors d'un match de leur équipe contre le club local. En avril 1994, des milices hutues exécutent des Tutsis. En 2018, une jeune femme de 19 ans est violée par au moins quatre hommes sur un parking toulousain.



▶ *Hooligans lors d'un match de football.*
© Magharabia

Dans les trois exemples ci-dessus, les auteur·e·s de ces actes étaient en groupe. Auraient-il·elle·s agi de la sorte s'il·elle·s avaient été seul·e·s ? On serait tenté de répondre par la négative en particulier si l'on se fie à l'analyse de Gustave Le Bon (1841-1931). Dans sa *psychologie des foules* (1895), ce dernier suggère que lorsque l'individu est immergé dans une foule, il perd toute capacité à réguler son comportement, libérant ses « instincts », qui s'avèrent alors en mesure de s'exprimer. L'analyse de Le Bon était celle d'un observateur engagé, craignant les masses ouvrières susceptibles de renverser la République bourgeoise.

Quelques décennies plus tard, des expériences de psychologie sociale semblent corroborer cette vision bien pessimiste des groupes. Par exemple, Zimbardo (1969) suggère que les membres d'un groupe, sous l'effet de l'excitation générée par celui-ci et de l'anonymat, perdent leur individualité. Ainsi « désindividualisés », ils sont susceptibles de se comporter en contravention avec les normes sociales.

Selon Zimbardo, la désindividualisation mène à une désinhibition : dans la foule, les individus deviennent dès lors moins réceptifs aux indices situationnels. Pour mettre cette idée à l'épreuve, il conçoit une variation de l'expérience de Milgram ***[voir chapitre 7]***. Il montre que des jeunes femmes à qui l'on a demandé de porter un tablier de laboratoire et une cagoule infligent des chocs plus intenses que d'autres femmes habillées



Manifestation des gilets jaunes sur les Champs Elysées, Paris. © Colin Schmitt

normalement et munies d'un badge d'identification. Dans cette expérience, la « victime » était décrite de façon soit très sympathique soit très antipathique. Or, seul·e·s les participant·e·s désindividualisé·e·s réagissaient différemment en fonction de cette information. Selon Zimbardo, ce résultat montrerait que la désindividualisation rend moins sensible aux indices externes. Cette vision très noire de l'individu « anonymisé » trouve un écho aujourd'hui lorsqu'on étudie le comportement en ligne des « trolls » et autres internautes anonymes qui, croit-on, se tiendraient beaucoup plus à carreau si on pouvait les identifier.

Johnson et Downing (1979) ont toutefois proposé une autre explication aux résultats de Zimbardo : les cagoules et vêtements utilisés par ce dernier évoquent l'organisation raciste « Ku-Klux-Klan » et activeraient donc des normes valorisant l'agressivité. Pour tester cette hypothèse, ces auteurs ont adapté l'expérience de Zimbardo en faisant varier les vêtements portés par les sujets : ces derniers étaient soit présentés par un comparse comme provenant d'un hôpital (et rappelant ainsi des uniformes d'infirmier·ère·s) soit ce comparse évoquait qu'ils « faisaient penser au Ku-Klux-Klan ». Par ailleurs, les sujets pouvaient voir les niveaux de chocs attribués par d'autres membres de leur « groupe » identifiés par des photos. Dans la condition « individualisation », ces photos représentaient des personnes clairement individualisées (grâce à un badge et à l'intensité des chocs délivrés). Dans la condition « anonyme », elles représentaient des personnes en costume sans que l'on sache exactement qui avait attribué quelle intensité. Le constat est sans appel. Dans la condition « infirmier·ère », les sujets attribuaient des chocs *moins importants* que dans la condition « Ku-Klux-Klan » (figure 12.4). Contrairement à l'hypothèse de Zimbardo et comme on peut le voir à la figure 12.4, cela se vérifiait surtout dans la condition

désindividualisée, suggérant que la désindividualisation peut rendre *plus* et non *moins sensibles* aux indices extérieurs. Une façon d'interpréter ce résultat consiste à dire que la désindividualisation a contribué à rendre l'appartenance collective plus saillante, les indices distinctifs des individus étant moins évidents. Du coup, les sujets se sont davantage conformés aux normes sociales associées à ce groupe. Ces normes pouvaient soit être prosociales dans la condition « infirmier·ère » soit « anti-sociales » dans la condition « Ku-Klux-Klan ». Dans cet esprit, l'effet des manipulations de désindividualisation correspond à du conformisme. Cette analyse se situe au cœur du modèle SIDE[10] (Reicher, Spears, & Postmes, 2005) qui postule que les manipulations visant à désindividualiser les individus rendent l'identité sociale plus « saillante » et favorisent donc le conformisme aux normes du groupe. C'est ce que le modèle appelle le *cognitive SIDE*.

Par ailleurs, isolé dans la foule anonyme, l'individu serait également doté d'un pouvoir plus important : celui du groupe d'une part, celui d'être moins identifiable par les groupes dominants d'autre part. Ceci favoriserait des comportements visant à exprimer des normes groupales qui ne sont pas nécessairement tolérées par les groupes dominants (Klein, Spears, & Reicher, 2007). C'est ce que le modèle appelle le *strategic SIDE*[11].

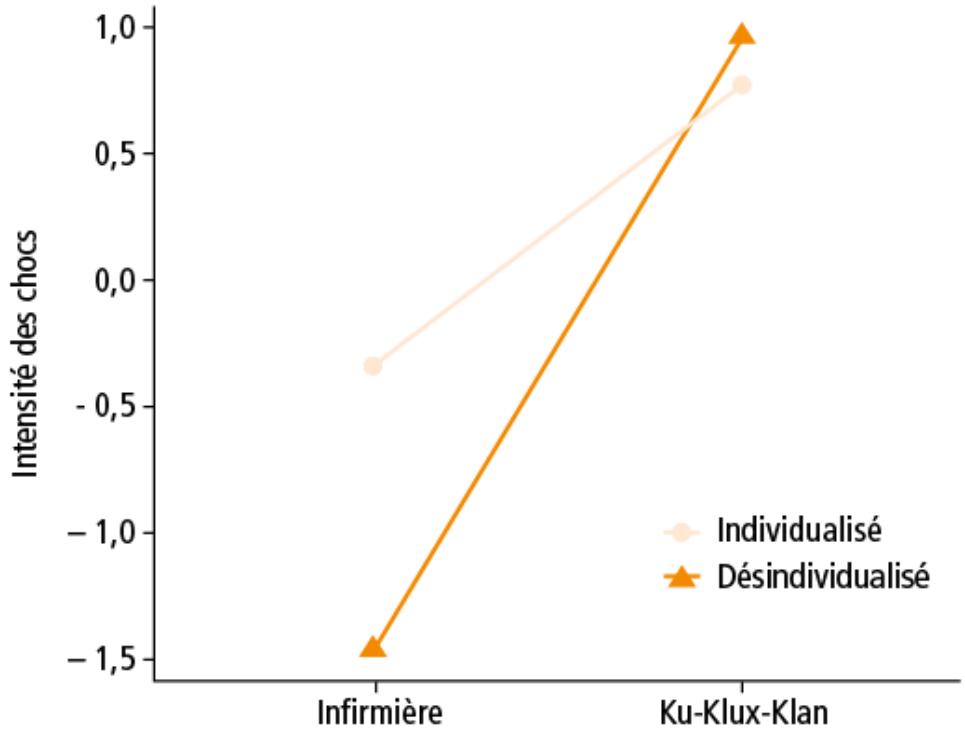


Figure 12.4. Intensité des chocs électriques en fonction du type d'uniformes et de la manipulation d'individualisation (d'après Johnson & Downing, 1979)

À la lumière de ce modèle, il est donc erroné de croire que les individus se laissent guider par des pulsions égoïstes, destructrices ou par leurs « instincts » les plus élémentaires une fois perdus dans l'anonymat d'un groupe. Cette conception peut même s'avérer dangereuse. Ainsi l'idée que les foules « paniqueraient » en situation d'urgence justifie de cacher des informations de sécurité importante aux personnes concernées, ce qui du coup nourrit une défiance vis-à-vis des autorités. De même, l'idée que, face à une catastrophe, les « foules » se comporteraient de façon égoïste (par exemple, en pillant les magasins) est un mythe qui encourage des réponses inappropriées. Ainsi, suite à l'ouragan Katrina, le gouvernement américain a favorisé une réponse militaire plutôt qu'humanitaire alors que cette dernière eût été bien plus appropriée. Contrairement à ces mythes, les collectivités se comportent souvent de façon généreuse et désintéressée dans ce type de situation (Drury, Stott, & Novelli, 2013). Comme dans l'expérience de Johnson et Downing, tout dépend des normes sociales qui sont rendues saillantes dans la situation !

1.3. L'ostracisme

Dans le ***chapitre 10***, nous avons pu constater les effets bénéfiques de rassemblements collectifs sur le bien-être. Qu'en est-il de la situation inverse — la solitude ? Les études sur la solitude chronique montrent que celle-ci a effectivement des effets désastreux sur la santé mentale et physique. Elle augmente le risque de souffrir de maladies graves (notamment cardiovasculaires) et donc la mortalité (Lecovich, Jacobs, & Stessman, 2011). La solitude peut bien sûr avoir de nombreuses causes. Ici, nous allons nous centrer plus particulièrement sur un processus de nature psychosociale susceptible de la provoquer : l'ostracisme. L'ostracisme est le fait d'être rejeté et ignoré par autrui.

C'est un phénomène commun dans une société. Incarcérer des individus est une façon, par exemple, de modifier, ou d'écarter, des comportements jugés problématiques ou d'éloigner les individus qui pourraient mettre en danger le groupe. L'ostracisme s'observe également dans des situations de pouvoir.

Pouvoir et ostracisme

Une femme de ménage écrit au quotidien Le Progrès : « Je crois que c'est le pire. Je croisais des employeurs qui ne disaient ni bonjour ni merci. En fait, j'étais carrément invisible. Certains faisaient même des réflexions alors que j'étais encore là. » Ici, il n'y a pas de déclaration explicite que la personne est rejetée. Mais si, dans les faits, les employeur·euse·s ignorent leur femme de ménage, il s'agit bien d'ostracisme.

L'ostracisme se fait sentir en plusieurs étapes :

- Le stade du réflexe : confronté·e à une situation d'ostracisme, on ressent en premier lieu une souffrance immédiate, qui se traduit par une activation du cortex cingulaire dorsal antérieur (Liberman & Eisenberger, 2006), une région du cerveau associée à la douleur physique. Ça fait réellement « mal ». Cette souffrance est relativement indépendante de facteurs situationnels ou contextuels et touche à peu près tout le monde. Par exemple, même si la personne qui semble nous rejeter ou nous ignorer ne l'a pas fait de manière intentionnelle, nous ressentons cette souffrance.

- Le stade de la réflexion : suite à cette douleur immédiate, on cherche à donner du sens aux émotions qu'éveille le rejet — c'est l'étape d'évaluation cognitive. À cet égard, l'ostracisme peut être vécu comme une menace par rapport à quatre besoins fondamentaux : le besoin d'appartenance à une collectivité, le besoin d'estime de soi, le besoin de contrôle et enfin le besoin de donner un sens à son existence. S'il est aisé de comprendre pourquoi l'ostracisme menace les trois premiers besoins, c'est peut-être moins évident pour le dernier : lorsqu'on est rejeté·e d'un groupe, on peut avoir l'impression qu'on ne « sert à rien », que notre existence n'a guère de signification vu que les autres nous ignorent et ne nous accordent guère d'attention. Les réactions à ces sentiments de menace vont dépendre de la nature des besoins qui sont les plus menacés. Si ce sont des besoins relationnels (appartenance, estime de soi) qui sont les plus mis à mal, la réaction la plus probable consistera à essayer de rétablir des liens sociaux. On constate ainsi que les personnes victimes

d’ostracisme sont plus susceptibles de se laisser influencer par autrui, voire de lui obéir (Riva, Williams, Torstwick, & Montali, 2014).

Lorsque les besoins de contrôle ou de sens sont menacés par l’ostracisme, les individus chercheraient à y répondre en modifiant leur environnement de façon à satisfaire ces besoins. Les conduites agressives constituent une façon d’y parvenir. Outre l’agression existe aussi la fuite : si on est rejeté·e dans un contexte particulier, il peut être naturel de chercher à échapper à ce contexte dans la mesure du possible. Enfin, certaines personnes semblent réagir à l’ostracisme de façon passive, semblant pétrifiées — comme un daim qui resterait immobile lorsqu’une voiture s’approche pendant la nuit. C’est une réaction fréquente au stress qui, on l’aura compris, est rarement adaptée.

Ostracisme dans la famille Beulemans



▶ *Pièce du Mariage de M^elle^ Beulemans © Magharabia*

Dans une célèbre pièce de boulevard typiquement bruxelloise créée en 1910, toujours très populaire en Belgique et qui fut une source d’inspiration pour Pagnol et sa fameuse trilogie marseillaise, un jeune parisien, Albert, fait un stage chez les Beulemans, les propriétaires d’une brasserie de Gueuze. Amoureux de la fille de son patron, un homme bourru qui ne parle que le bruxellois, il a bien du mal à se faire accepter par sa famille d’accueil, tant son langage châtié rencontre l’incompréhension de ses hôtes. Lors d’une réplique devenue culte, le père de l’élue de son cœur le critique vertement et lui notifie qu’on le qualifie partout de « faiseur d’embarras », à quoi Albert répond : « Mais, Monsieur, je n’ai jamais remarqué cet ostracisme ! » Prêt de

s’étouffer et ne comprenant pas le sens de ce mot, le père lui lance alors : « Ostracisme ! Ostracisme ! Ouille, moi je n’aime pas ce garçon ! » avant de sortir sous l’hilarité générale de public. Qu’on se rassure, les amoureux se retrouveront bien au terme de la pièce.

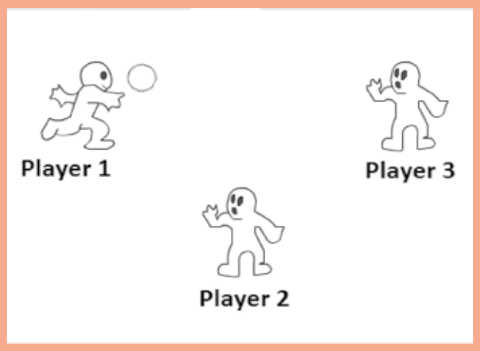
On peut trouver une illustration intéressante des réactions à l’ostracisme dans l’idée, à première vue naïve, selon laquelle le sentiment de rejet constitue une cause d’engagement dans des groupes extrémistes violents. Est-ce qu’Adolf Hitler se serait engagé dans le mouvement nazi parce qu’il se sentait rejeté suite au peu de succès que rencontraient ses aquarelles ? Est-ce que Mohammed Merah, qui s’attaqua aux élèves et enseignant·e·s d’une école juive à Toulouse, en 2012, s’est radicalisé suite aux multiples exclusions dont il a été victime dans le système scolaire français ? Si des explications aussi simplistes de l’engagement radical (fût-il nazi ou djihadiste) sont insuffisantes à elles seules, l’ostracisme semble en revanche pouvoir jouer un rôle dans l’émergence de ce type de réaction. L’engagement dans des groupes extrémistes peut de fait répondre à différents besoins mis à mal par l’ostracisme, car ils confèrent notamment un sentiment d’appartenance. Ses membres font souvent l’objet d’une sélection intense, ce qui est d’autant plus valorisant pour l’estime de soi. Ils sont fondés sur une idéologie qui offre une grille de lecture du monde — il suffit de lire *Mein Kampf* ou les interprétations du Coran par des islamistes radicaux pour s’en convaincre. Ces divers groupes répondent ainsi au besoin de sens que l’on souhaite donner à son existence. Et par le biais de la violence, ils sont susceptibles de satisfaire le besoin de contrôle sur son environnement.

Hale et Williams (2018) ont essayé de tester cette idée expérimentalement — ce qui n’est pas une mince affaire. Ils ont demandé à des badaud·e·s sur un campus universitaire de répondre à un questionnaire au sein duquel on leur demandait comment il·elle·s se sentiraient s’il·elle·s appartenaient à un « gang », un groupe d’individus qui se réunit pour commettre des actes délinquants. Avant de répondre à cette question, les sujets jouaient au « cyber ball » (voir encadré). On constate que les sujets expriment un intérêt

plus marqué pour les gangs en condition d'ostracisme qu'en condition contrôle d'acceptation (2.39 vs 1.40 sur une échelle de 1 à 5).

• Le stade de la résignation : Lorsqu'on est confronté de façon chronique à l'ostracisme, cela peut donner lieu à une forme de résignation dans laquelle on finit par accepter que ses besoins fondamentaux ne soient pas remplis. Cela se traduit également par des états dépressifs, associés à une faible estime de soi et au sentiment que l'on représente une charge pour les autres. Dans ce type de situation, chaque interaction sociale est perçue comme risquée, et les victimes d'ostracisme chronique sont extrêmement sensibles à des signaux potentiels de rejet. Cela peut contribuer à accentuer leur solitude dès lors qu'il·elle·s sont susceptibles d'éviter des interactions par peur de subir un nouvel échec.

Le paradigme du cyber-ball



▶ *Illustration : capture d'écran cyber ball*

Manipuler l'ostracisme expérimentalement n'est pas une tâche aisée tant pour des raisons pratiques qu'éthiques. Williams et Jarvis (2006) ont développé une technique simple pour ce faire — tellement simple qu'elle est omniprésente dans la littérature sur ce sujet. Les sujets d'expériences sont invités à jouer à un jeu impliquant de lancer un ballon à deux autres partenaires prétendument reliés par Internet et qui sont représentés sur l'écran sous les labels 1 et 3. La tâche est présentée comme ayant l'ambition d'examiner le processus de visualisation mentale. Dans la condition contrôle, le jeu se déroule normalement et les trois joueurs échangent la balle de façon équilibrée. En revanche, dans la condition « ostracisme », après avoir échangé la balle pendant plusieurs essais, les deux partenaires fictifs cessent de lancer la balle au personnage représentant le vrai sujet. L'exclusion est de mise. On constate

que cette situation, aussi simple et artificielle qu'elle puisse paraître, a des effets importants sur le ressenti des participant·e·s, qui se sentent véritablement rejeté·e·s.

2. La production des groupes

Parmi les joies qui émaillent la vie professionnelle, en partie dans le cadre des emplois en « col blanc », la pratique de la réunion occupe une place non négligeable. Celle-ci répond souvent à des motivations nobles et rationnelles : grâce à ces « pow-wow », on espère pouvoir informer chacun et chacune et/ou décider de façon légitime (car collégiale) et efficace (car les connaissances et expertises de toutes et tous seront prises en compte – « il y a plus dans plusieurs têtes que dans une seule » se dit-on). Du point de vue de la victime de réunionnite aigüe, ces vertus ne compensent guère l'ennui que ces réunions peuvent occasionner : que de temps passé à écouter l'opinion de chacun et à parvenir à un consensus ou, plus simplement, une décision. En outre, cette décision peut souvent sembler frustrante dès lors qu'elle est le résultat d'un compromis. Dans cette section, nous allons examiner si certaines des promesses de la réunion, et plus particulièrement de la décision en groupe, sont bien tenues.

2.1. Lorsque le groupe nous rend plus extrême : « risky shift » et polarisation



Stoner (1961) a probablement réalisé un des mémoires de fin d'études les plus influents en psychologie. À l'encontre de l'hypothétique effet normalisant des groupes, ses résultats ont montré que les gens avaient tendance à prendre des décisions plus risquées lorsqu'ils étaient en groupe que lorsqu'ils étaient seuls. Les participant·e·s à ces études étaient invité·e·s à se prononcer individuellement sur des situations de choix

impliquant deux options dont l'une s'avérait risquée et l'autre prudente. Dans un des scénarios, par exemple, il s'agit de se mettre à la place d'un chercheur en médecine. Ce chercheur devrait-il privilégier un projet de recherche dont les retombées sont certaines mais la contribution modeste ou un autre projet qui permettrait éventuellement de soigner totalement une grave maladie mais dont les chances de succès sont beaucoup plus faibles ? Une fois leur décision individuelle formulée, les participant·e·s (des étudiant·e·s) devaient discuter avec d'autres étudiant·e·s (en groupes de 4 à 7) et parvenir à une décision commune. Que constate-t-on ? Les décisions des groupes — qui devaient être consensuelles — étaient en moyenne plus risquées que les décisions individuelles avant discussion. Lorsqu'on réinterrogeait les individus après cette décision collective, la préférence plus grande pour la solution risquée se maintenait. Toutefois, ce tableau s'est quelque peu compliqué lorsqu'on a constaté que, pour une minorité de dilemmes, les individus se montraient *plus prudents* après consensus qu'avant (Stoner, 1968). Comment expliquer cette apparente contradiction ? La réponse réside dans la tendance déjà présente dans les réponses individuelles. Pour certains dilemmes, les individus tendent, en moyenne, à privilégier la solution la *moins risquée* alors que pour d'autres ils donnent leur préférence à la solution la *plus* risquée. En somme, le groupe ne fait que renforcer ces préférences initiales.

S'il en est ainsi, le phénomène ne devrait guère se limiter au risque ni d'ailleurs à des scénarios reprenant les deux options d'une alternative tels que ceux imaginés par Stoner. Et, de fait, Moscovici et Zavalloni (1969) reproduisent la procédure en trois temps de Stoner en évaluant cette fois des attitudes (vis-à-vis de De Gaulle et des Américains). Les attitudes post-consensus se révèlent plus extrêmes que les attitudes pré-consensus, un phénomène que ces auteurs qualifient de « polarisation de groupe » (voir figure 12.5). Ce phénomène de polarisation a depuis été observé dans de très nombreux contextes. Par exemple, il se manifeste dans des jurys d'assises (Myers & Kaplan, 1976). Il est aujourd'hui invoqué pour évoquer les méfaits d'Internet (Bronner, 2013).

La théorie des caisses de résonance

Même si on a les idées les plus fantaisistes, on peut trouver sur Internet des groupes de personnes partageant des conceptions similaires. On trouve ainsi des groupes Facebook rassemblant des personnes convaincues que la terre est plate ou que l'Homme n'a jamais marché sur la lune. Au sein de ces collectivités, qui fonctionnent comme des caisses de résonance, on serait sans cesse confronté·e à des personnes qui partagent notre point de vue, ce qui nous encouragerait à le maintenir, voire à le renforcer. Naturellement, ceci rend le dialogue avec les personnes qui ne partagent pas notre point de vue de plus en plus difficile. Par exemple, on constate que les « ami·e·s » sur Facebook partagent souvent les mêmes attitudes politiques. Notre « mur » est donc constellé d'opinions consonantes avec les nôtres, ce qui ne fait que nous renforcer dans nos convictions.

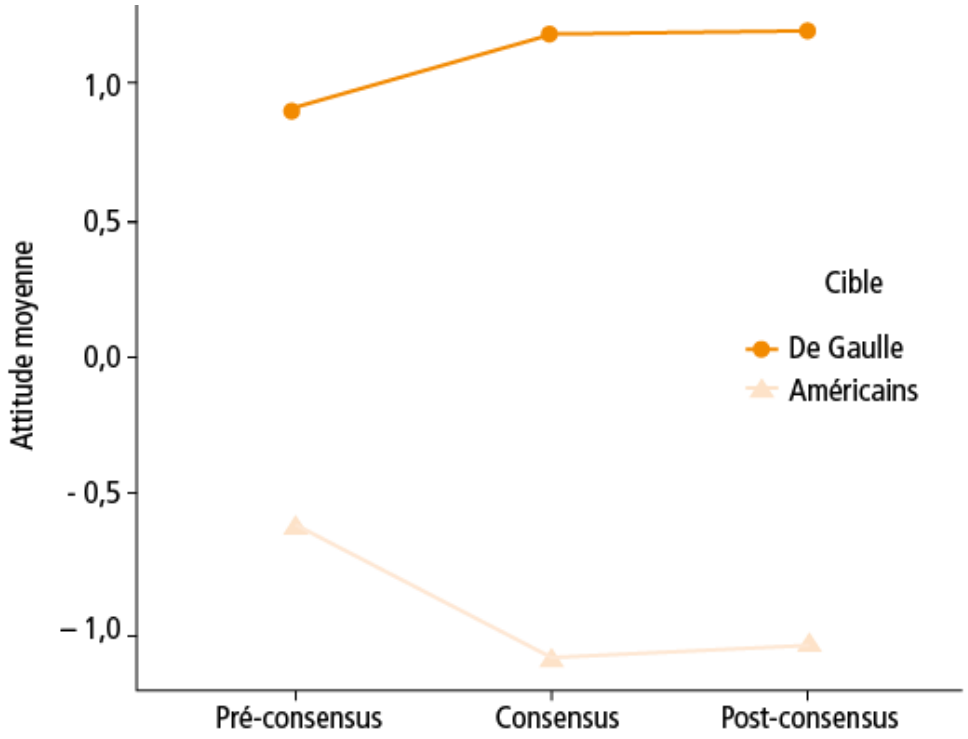


Figure 12.5. Attitude moyenne avant, à l'issue et après la discussion de groupe pour deux thématiques (d'après Moscovici & Zavalloni, 1969)

Mais à quoi donc est dû ce phénomène ? Là, les avis divergent. Une première approche consiste à suggérer que l'effet relève d'une influence *normative* au sens de Deutsch et Gerard ***[chapitre 7]*** : ayant identifié la norme du groupe, il deviendrait bienséant de s'y conformer. Mieux, chacun·e voulant se faire bien voir en se montrant encore plus déterminé·e que les autres, la norme devient de plus en plus extrême. Une autre approche correspond davantage à l'influence informationnelle selon Deutsch et Gerard : une fois dans le groupe, on serait davantage exposé·e à des arguments convaincants en faveur de la position dominante au sein du groupe qu'à ceux en faveur de la position opposée. Ceux-ci nous pousseraient à radicaliser notre attitude (Burnstein & Vinokur, 1977).

Enfin, selon la théorie de l'auto-catégorisation ***[chapitre 6]***, cette distinction entre influence informationnelle et normative n'est guère pertinente. Les individus cherchent à identifier non pas la position « moyenne » du groupe mais sa position « prototypique », c'est-à-dire la position qui les distingue au mieux de groupes de comparaison pertinents. Plus précisément, la norme correspond à la catégorisation qui maximise le rapport de métacontraste dont le numérateur correspond aux différences moyennes entre la position de l'endogroupe et le dénominateur aux différences intra-groupes.

Par exemple, pour un groupe de sympathisants du Parti Socialiste, la position qui maximise le rapport de méta-contraste est d'être de gauche si le groupe de comparaison pertinent est le parti – de droite – « Les Républicains ». En revanche, la position prototypique est d'être « social-démocrate » ou « en faveur d'une économie de marché » lorsque le groupe de comparaison pertinent est le parti communiste. Selon cette logique, lorsque les sujets expriment leur attitude *avant* discussion, ils ne font pas encore partie d'un groupe clairement constitué et ne sont donc pas nécessairement motivés à se conformer à une norme. Par contre, une fois qu'ils discutent avec d'autres personnes qui partagent la même position, ils se définissent comme membre d'un groupe et aspirent à un consensus sur la position normative du groupe : celle-ci est plus extrême que la moyenne des opinions individuelles, car une position extrême différencie mieux l'endogroupe de l'exogroupe qui a la position opposée. La polarisation de groupe reflète donc la conformité à une norme groupale polarisée.

Pour tester cette hypothèse, Turner, Wetherell et Hogg (1989) ont invité leurs sujets à effectuer un test évaluant prétendument leur tendance à prendre des risques. Le résultat de ce test était en fait manipulé : on communiquait aux sujets qu'ils avaient soit un profil « risqué » soit un profil « prudent ». Ce feedback était soit individualisé (« vous êtes une personne prudente »), soit présenté comme une caractéristique de groupe (« vous faites partie du groupe des gens prudents »). Les sujets participaient ensuite à une discussion de groupe avec des gens catégorisés comme eux. De même, ces groupes étaient soit présentés comme « téméraires » (vs prudents) », soit comme « composés d'individus aimant le risque (vs prudents) ». Les groupes devaient parvenir à un consensus sur différents dilemmes du type de ceux utilisés par Stoner. Conformément au paradigme de la polarisation groupale, on demandait enfin aux sujets de s'exprimer une nouvelle fois de façon individuelle. La manipulation groupale vs individuelle ne devrait guère avoir d'influence sur la qualité des arguments présentés ou sur la motivation à se faire bien voir en adoptant la position la plus normative au sein des groupes de discussion. En revanche, si le conformisme est guidé par l'identification à un groupe, cette manipulation devrait être opérante. Et c'est ce qu'on observe : les individus catégorisés dans des groupes « téméraires » deviennent plus téméraires après qu'avant discussion alors que l'inverse s'observe pour les groupes « prudents ». De leur côté les participant·e·s de la condition individualisée ne font preuve d'aucune polarisation suite à la discussion en groupe : ceux.elles-ci ne cherchent pas à se conformer à une norme groupale prototypique mais simplement à parvenir à un consensus avec les autres individus du groupe — ce qui peut se faire en adoptant la position moyenne au sein du groupe.

2.2. La « pensée de groupe »

Dans les années 60, plusieurs décisions politiques funestes ont entraîné des catastrophes. Qu'on pense à la décision de l'administration Kennedy de débarquer à Cuba pour déloger Fidel Castro en 1961 ou à l'escalade militaire au Vietnam encouragée (principalement) par l'administration Johnson. Déjà, en 1941, l'état-major militaire US avait complètement négligé la possibilité d'une attaque japonaise sur Pearl Harbor… bien qu'ayant été prévenu par ses propres services secrets. Ces mauvaises

décisions reflètent toutes des dynamiques collectives. Irving Janis (1982) a analysé les comptes-rendus des réunions qui ont guidé ces décisions et s'est entretenu avec certaines des parties prenantes. À ses yeux, ces décisions se caractérisent par la « pensée de groupe », à savoir, un « mode de pensée que les gens adoptent lorsqu'ils sont profondément impliqués dans un groupe soudé, et lorsque leur motivation à atteindre l'unanimité contrecarre leur motivation à appréhender de façon réaliste des solutions alternatives réalistes » (p. 9, notre traduction). Selon Janis, lors de ces décisions, les conseillers du président avaient en effet tendance à se laisser porter par le « vent » et ceux qui se dissociaient du point de vue dominant risquaient d'être ridiculisés, isolés, ou exclus : par exemple, dans l'administration Johnson, une expression commune pour caractériser les « dissidents » était « j'ai l'impression qu'il perd son efficacité ». Il en résulte que celles et ceux qui ne sont pas persuadé·e·s de la ligne dominante se taisent, ce qui tend à renforcer l'impression de consensus. Ce consensus produirait un esprit de corps qui favorise également une surestimation de l'opportunité – ce qui expliquerait le « risky shift » – de décisions extrêmement téméraires comme le débarquement à Cuba. Cet esprit de corps produirait également une vision stéréotypée (et donc peu réaliste) de l'ennemi. La figure 12.6 présente le modèle de Janis.

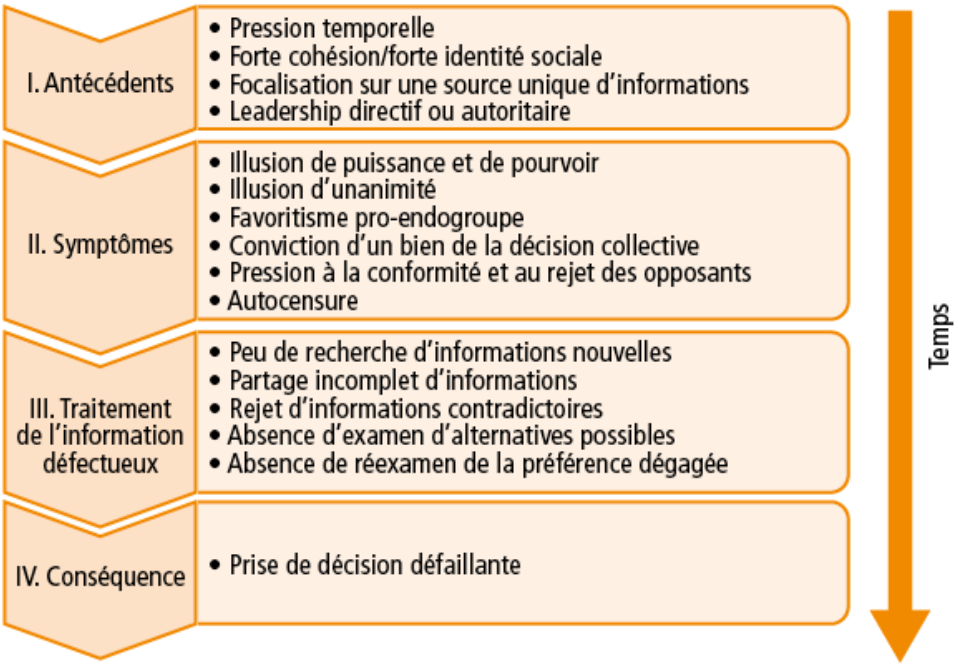


Figure 12.6. La pensée de groupe

L'analyse de Janis a été critiquée, car elle est purement rétrospective : il ne teste pas des hypothèses a priori mais, tel un historien, essaye de rendre compte de phénomènes passés. De ce point de vue, il peut avoir été victime d'un « biais de rétrospection », qui consiste à surestimer la prévisibilité d'événements une fois qu'ils se sont passés (Fischhoff & Beyth-Marom, 1976). Il est facile de dire que Kennedy a été aveuglé par une illusion de consensus une fois que la débâcle de la baie des Cochons à Cuba est avérée. Mais peut-être une telle illusion habitait-elle également de nombreuses décisions qui se sont révélées heureuses.

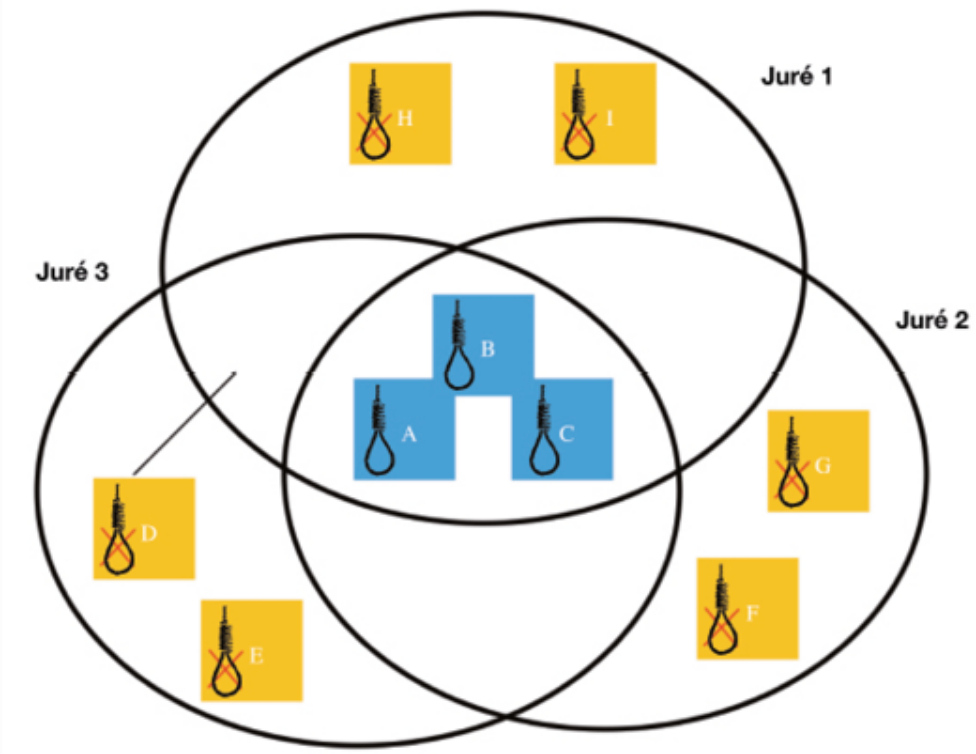


Figure 12.7. Représentation schématique d'un profil caché. Chaque ensemble représente les informations dont dispose un·e juré·e. Les informations en commun (intersections des trois ensembles) sont toutes en défaveur du prévenu alors que celles qu'il·elle possède individuellement sont en sa faveur. Bien qu'il y ait plus d'informations en défaveur du prévenu, chaque juré·e dispose de 3 informations en défaveur et d'une en sa faveur

Plus globalement, des études sur la prise de décision en groupe font état d'un phénomène courant, l'effet de « connaissance commune » (*common knowledge effect*) : les membres d'un groupe ont tendance à davantage se

focaliser sur les informations partagées que sur celles qu'il·elle·s sont les seul·e·s à posséder. Prenons le cas de médecins se réunissant pour discuter d'un cas complexe : l'objet d'une réunion devrait être que chaque médecin apporte les informations spécifiques dont il·elle dispose à propos du cas considéré afin que la décision finale soit la mieux informée. Revoici l'adage « il y a plus dans plusieurs têtes que dans une seule ». Or, c'est rarement comme cela que cela se passe. Larson et ses collègues (1998) ont précisément cherché à reproduire cette situation en invitant des groupes de trois personnes à formation médicale de niveaux différents (stagiaire, étudiant). Ils ont élaboré des cas médicaux portant sur un patient qui faisait état de différents symptômes. L'ensemble des informations disponibles permettant d'établir un diagnostic clair (par exemple des pierres aux reins). Toutefois, les informations ont été réparties entre les participant·e·s, qui visionnaient chacun·e une vidéo dans laquelle le patient faisait part de certaines d'entre elles. Parmi les informations visionnées, la moitié l'étaient par les trois participant·e·s, les autres étaient en possession d'un·e seul·e participant·e. La tâche des participant·e·s était de formuler un diagnostic commun. L'un·e des participant·e·s était préalablement désigné·e « leader » du groupe. Larson et ses collègues ont ensuite codé les discussions (qui étaient enregistrées). Comme on pouvait le craindre, les participant·e·s communiquent beaucoup plus d'informations partagées que d'informations non partagées. Les leaders étaient également plus susceptibles de répéter l'information partagée (même si en fin de discussion il·elle·s répétaient aussi plus souvent l'information non partagée qui avait été abordée). Par ailleurs, plus un groupe avait mis en commun de l'information non partagée plus le diagnostic était susceptible d'être correct. Ceci ne se vérifiait pas pour la répétition de l'information partagée, qui n'avait aucune influence sur l'exactitude du diagnostic.

En somme : l'avantage que peut présenter une discussion en groupe était largement gâché ! Comment expliquer ce phénomène ? Une première explication est purement probabiliste : comme plus de personnes possèdent l'information partagée, il est normal qu'elle ait plus de chances d'être évoquée. Toutefois, d'autres éléments sont à prendre en compte : Wittenbaum, Hubbell et Zuckerman (1999) ont constaté que l'évocation d'informations partagées était associée à des marques d'acquiescement au

niveau verbal et non verbal. En effet, cette information semble corroborer celle que les participant·e·s possèdent déjà. Ceci ne fait qu'encourager la personne qui les exprime à y accorder de l'importance, ce qui se traduit par un poids plus important dans la décision du groupe.

Enfin, un cas particulier se produit lorsque l'information partagée et celle non partagée privilégient des positions différentes. Prenons le cas dans lequel 12 éléments soutiennent l'innocence d'un prévenu et 6 sa culpabilité. Si tous les membres d'un groupe de 4 personnes connaissent ces derniers mais que les autres sont répartis — non partagés — chaque membre possède 6 éléments pro-culpabilité et 3 éléments pro-innocence. Stasser et Titus (1985) parlent de *profil caché* pour évoquer ce type de situation (voir figure 12.7). Dans ce cas, chaque membre a des préférences initiales biaisées. Celles-ci sont susceptibles de le pousser à davantage évoquer des informations qui corroborent ces préférences, en l'occurrence des informations partagées. Pour éviter ce type de situation, différentes démarches sont possibles : l'une d'entre elles consiste à désigner des membres comme « experts » en spécifiant qu'ils possèdent des informations uniques. Dans le cas de Stewart et Stasser (1995), par exemple, des groupes devaient décider qui était le·la meilleur·e candidat·e pour un poste mais on signalait aux sujets qu'ils possédaient des informations spécifiques sur l'un·e des candidat·e·s. Une autre solution, proposée par Stasser, Stewart et Wittenbaum (1995), consiste à informer les sujets quant à la distribution de l'information : en signalant par exemple que certains membres du groupe en savent plus que d'autres. Cette méthode encourage la distribution d'informations non partagées. Elle favorise également la mise en place du phénomène de « mémoire transactive ». La mémoire transactive, c'est ce phénomène qui veut qu'au sein d'un couple, une personne se souvienne de certaines choses (par exemple, les dates d'anniversaire) et l'autre d'autres (par exemple, ce qu'il y a dans l'armoire à provisions). Cette répartition de l'information peut s'opérer également entre les membres d'un groupe plus grand qu'un couple (Michinov & Blanchet, 2015). En l'occurrence, le fait de savoir qu'on est expert·e ou qu'on a davantage d'informations que les autres nous poussera à essayer de mémoriser les informations qu'on est seul·e à posséder et, collectivement, à développer une rétention plus importante de l'information.

3. Leadership et pouvoir

Pour Louis XIV, le leadership n'était pas une question cruciale. Son pouvoir de Droit divin, sanctionné par l'Église, lui conférait une autorité conséquente, allant jusqu'au droit de vie ou de mort sur ses sujets. Cet immense pouvoir, institutionnalisé par l'Ancien Régime, allait s'évanouir lors de la Révolution française. Cette fois, il ne suffirait plus d'avoir une couronne sur le crâne pour mobiliser son peuple. Dès lors que les individus s'identifiaient à une nation, il devenait nécessaire d'être en mesure de l'influencer, de le motiver à accomplir les projets qui nous sont chers (Reicher , Haslam, & Platow, 2007). Ce contraste illustre la différence entre le pouvoir — la capacité à influencer les croyances, attitudes ou comportement d'autrui — et le leadership. Le premier peut être institutionnalisé, le leadership, non. Plus précisément, on entend par leadership le processus par lequel les membres d'un groupe s'influencent et motivent les autres à atteindre les objectifs de ce groupe.

Le·la leader, ce n'est pas celui ou celle qui parvient à faire *faire des choses* aux autres, c'est celui ou celle qui parvient à *motiver* les autres à faire qu'il·elle veut. Ceci étant, le pouvoir n'est pas nécessairement institutionnel — comme dans le cas du Roi Soleil. Il peut découler par exemple d'une *expertise dans un domaine particulier* (le pouvoir des informaticiens dans les organisations est souvent de cette nature !) ou de normes et stéréotypes sociaux : par exemple, une recherche (Truchot, Auzoult, Andela, & Ansel, 2013) montre que les surveillantes de prison ont souvent plus de difficultés à asseoir leur pouvoir sur les détenus que leurs collègues masculins en raison de stéréotypes de genre selon lesquels elles seraient trop « fragiles physiquement » pour exercer un contrôle sur les prisonniers.

Les groupes sont généralement structurés. Pour qu'ils puissent agir sur le monde qui les entoure de façon coordonnée, il est souvent nécessaire qu'ils puissent tabler sur un·e ou plusieurs leaders. On conçoit souvent la personne jouant ce rôle comme dotée d'une personnalité particulière qui la rendrait particulièrement apte à diriger un groupe. Au début de XX^{e} siècle, le grand sociologue Max Weber aspirait ainsi à être un leader « charismatique » pour faire face aux défis de la société industrielle. Il voyait cette propriété

mystérieuse comme une qualité personnelle du chef. Cette vision des choses se manifeste souvent dans les CVs dans lesquels les candidat·e·s à un poste évoquent le « leadership » comme une de leurs qualités. Dans les années 1970, le politologue Burns (1978) faisait l'apologie de ce qu'il appelait le « leadership transformationnel » - celui-ci consiste à transformer les attentes, intérêts et besoins individuels en aspirations collectives. La capacité à inspirer ce type de transformation s'apparente au charisme de Weber.

Dès les premiers travaux sur le leadership en psychologie sociale, Kurt Lewin met en exergue le fait que le·la leader est une partie intégrante du groupe. Il·elle est un « rouage » de cette entité composée d'éléments interdépendants. Il en résulte que le·la leader est intrinsèquement lié·e au groupe. Selon le contexte, l'organisation et la structure du groupe, des individus différents sont susceptibles de s'ériger en leaders. Ce n'est pas tant la personnalité du·de la leader qui compte mais sa position au sein du groupe. Les membres d'un groupe communiquent entre eux. Il est possible de représenter ces réseaux de communication sous forme graphique (voir figure 12.8). Dans cette perspective, la personne qui se trouve au centre du réseau ou est fortement connectée est plus susceptible de devenir leader.

Figure 12.8. Exemple de réseau de communication (Augoustinova & Oberlé, 2013, p. 120)

3.1. Leadership transactionnel

L'approche du leadership transactionnel s'inspire de la théorie de l'échange social ***[chapitre 10]***. Selon cette perspective, le·la leader parvient à être suivi·e à travers l'attribution de récompenses et de sanctions à son groupe. Dans cette perspective, le leadership est le résultat d'une transaction entre leader et « suiveur·euse ». Plus le·la leader apporte des bénéfices au groupe, plus on est favorable à son maintien. Quand il·elle n'apporte plus rien, il·elle est éliminé·e.

Carlos Goshn

Le cas de Carlos Goshn, président du constructeur automobile Renault-Nissan, illustre ce phénomène. Lorsque Goshn a pris ses fonctions, Nissan était dans une situation très difficile et il est parvenu à redresser les ventes en faisant le second constructeur mondial. Toutefois, après ces réussites initiales, le vent tourne et les ventes stagnent. En 2018, il est accusé de fraude : il se serait rémunéré de façon frauduleuse. Les accusations proviennent de l'intérieur de Nissan. On peut se demander si le fait que les ventes aient stagné a joué en sa défaveur.

Mais le concept de leadership transactionnel relève-t-il bien du leadership ? En effet, la capacité à attribuer des récompenses et des sanctions correspond davantage au pouvoir qu'au leadership tel que nous l'avons défini ci-dessous.

3.2. Les contingences du leadership

Ce n'est peut-être pas tant la personne de leader qui compte mais la façon d'exercer son leadership. C'est en tout cas ce que proposaient les auteurs des études les plus célèbres sur le leadership (Lewin, Lippitt, &White, 1939 ; Lippitt & White, 1943). Ces auteurs ont étudié des groupes d'enfants de 10 ans impliqués dans une activité de construction de masques et ce pendant plusieurs mois. Le leader du groupe, un adulte, variait son comportement en étant soit autoritaire, soit démocratique, soit en laissant une totale liberté (« laissez-faire »). Quelle était la différence entre « démocratique » et « laissez-faire » ? Dans le premier cas, les enfants pouvaient discuter et s'exprimer mais l'adulte proposait malgré tout une structure à la tâche et il participait à l'activité. Dans le second cas (l'étude est menée juste avant et pendant la Seconde Guerre mondiale), une totale liberté était laissée aux enfants et le leader n'avait qu'un rôle de consultation. En ces temps troublés, on constate que le style démocratique génère les conséquences les plus positives : un niveau d'agressivité modéré, de l'initiative, une volonté de travailler en équipe, etc. Le message selon lequel un leadership démocratique était préférable ne surprendra

évidemment personne à une époque où les démocraties occidentales combattaient des régimes autoritaires.

Toutefois, l'idée qu'un « style » de leadership serait par essence préférable aux autres n'est peut-être pas appropriée. Même si de nombreux Britanniques admiraient le leadership de Winston Churchill durant les années de guerre, c'est son rival, Clement Attlee, qui a été élu comme Premier ministre pour reconstruire leur pays fortement affaibli par le conflit. Attlee leur paraissait plus à même que Churchill de mener une mission très différente de celle qu'avait accomplie Churchill : gérer l'après-guerre et reconstruire le pays.

Différents types de leadership correspondent donc à différents contextes. Considérons le cas d'un·e entraîneur·euse de football. L'une de ses fonctions peut consister à clairement expliquer la tactique qui sera appliquée lors d'un match à venir, en indiquant à chaque joueur·euse quel est son rôle exact et en se montrant très exigeant·e quant au respect de son rôle. C'est ce que Fiedler (1967) qualifie de leadership orienté sur la tâche. D'autres leaders peuvent en revanche se montrer beaucoup plus flexibles et permissifs : ce sont des leaders « orienté·e·s vers le groupe ». Selon Fiedler, le leadership orienté vers la tâche est plus efficace dans certaines situations, par exemple lorsque l'ambiance au sein du groupe est excellente et que la situation lui est favorable. Ce type de leadership est également utile lorsque la situation est défavorable (par exemple : tâche peu structurée, popularité faible). Dans ce cas, il importe de garder un œil sur la tâche. Ce serait dans des situations intermédiaires que le leadership centré sur le groupe, plus flexible, serait le plus efficace. De ce point de vue, il importe d'adapter son style de leadership à la situation. Il s'agit alors de trouver le·la leader qui convient à la situation.

On voit aussi que, dans cette perspective, la relation entre leader et membres de son groupe (les « suiveur·euse·s ») est complémentaire. En construisant une identité associée à un projet bien défini, le·la leader donne une forme de pouvoir - de « direction » au groupe et, inversement, le·la leader est inversti·e de son pouvoir par le groupe.

3.3. Leader et identité

Selon une approche radicalement différente, ce qui compte prioritairement, c'est l'identification au leader. Dans son essai sur la psychologie des foules, Freud proposait que le leader correspondait à un « idéal collectif représentant la foule ». Même si d'autres aspects de sa psychologie sont datés, l'idée qu'un groupe se choisit un.e leader qui le *représente* est une proposition centrale de l'approche du leadership proposée par l'approche de l'identité sociale. Selon cette perspective, c'est le fait que le·la leader corresponde aux caractéristiques « prototypiques » du groupe qui le·la rend populaire. Ces caractéristiques prototypiques correspondent à celles qui distinguent l'endogroupe d'exogroupes de référence.

L'élection de Donald Trump

L'élection de Donald Trump en 2016 constitue une illustration intéressante de ce type de situation. En se présentant comme l'« outsider » méprisé par la fine fleur de son parti puis par ses opposant·es démocrates, il a pu s'ériger en représentant d'un électorat blanc conservateur qui se sentait méprisé par les « politicien·enne·s » et autres élites. Son manque apparent de culture générale, ses erreurs, l'usage d'une langue peu châtiée contribuent à échafauder cette image.

À l'appui de cette analyse, Reicher, Haslam et Platow (2007) décrivent une expérience dans laquelle les sujets étaient invités à identifier les qualités qu'ils préféraient chez un leader. Les sujets étaient par ailleurs confrontés à un exogroupe de référence. Dans une des deux conditions expérimentales, le leader du groupe rival était décrit comme intelligent mais peu respectueux et peu impliqué. Dans l'autre, le leader était décrit comme peu intelligent mais respectueux et très impliqué. Les sujets valorisaient davantage l'intelligence de leur propre leader dans cette dernière condition, manifestement de façon à se distinguer du groupe rival. Cela montre bien que les qualités préférées d'un·e leader sont éminemment contextuelles et dépendent de leur caractère prototypique au regard de l'exogroupe de référence. Dans cette perspective, le·la leader émerge parce qu'il·elle «

incarne » le groupe — il·elle est « prototypique » (cf. théorie de l'autocatégorisation, voir ***chapitre 4***). Les attentes du groupe jouent donc un rôle important dans la sélection du·de la leader.

Mais le·la leader n'attend pas passivement d'être choisi·e par le groupe — comme si celui-ci sélectionnait dans un catalogue la personne qui lui correspondait le mieux. À travers ses discours, le·la leader *construit* une image du groupe et tente souvent activement de s'ériger en son·sa meilleur·e représentant·e. Il·Elle montre qu'il·elle possède (ou semble posséder) les qualités qui distinguent l'endogroupe de groupes concurrents.

L'Amérique de Donald Trump

Lors de sa campagne, Donald Trump présentait la vision d'une Amérique en déclin, dont la puissance économique, et les emplois étaient menacés par la Chine d'une part et par l'immigration d'autre part. Ce faisant, il élaborait une représentation du contexte intergroupe dans laquelle l'Amérique apparaissait comme menacée. Il présentait celle-ci comme vertueuse par rapport aux « criminel·le·s » venant du Mexique et d'Amérique. Sans cette mise en exergue du contexte menaçant, Trump apparaît moins comme un leader représentatif de l'Amérique. L'image d'une Amérique bigarrée, et dont la force résiderait dans sa diversité, telle que revendiquée par le prédécesseur de Trump, Barack Obama, se situe aux antipodes de cette vision.

▶ Patrice Lumumba en 1960

Dans cette perspective, le·la leader se doit de transformer les individus en un groupe — qui perçoit ses intérêts individuels comme consonants avec ceux de la collectivité — ce qui implique d'être un·e « entrepreneur·e d'identité » : il·elle définit ce *qu'est le groupe* (Yzerbyt, 2006). C'est ce qu'a fait le nationaliste congolais Patrice Lumumba lorsque, dans ses discours, entre 1958 et 1960, il a été l'un des premiers à dépeindre son groupe comme *victime* plutôt que comme *bénéficiaire* de la colonisation (Klein & Licata,

2003). Ce discours a permis d'élaborer chez de nombreux·euses Congolais·e·s une véritable identité nationale. Par ailleurs, sa posture de défenseur intransigeant de l'indépendance en faisait le « meilleur » représentant du peuple congolais.

Le·La leader ne peut bien sûr pas transformer l'identité de son groupe à sa guise. Il·elle est dépendant·e de contraintes structurelles. Par exemple, dans le contexte d'une crise économique, l'image d'une Amérique menacée de toute part est sans doute plus porteuse que lors de temps de prospérité. Par ailleurs, les efforts de l'aspirant·e leader pour apparaître comme le·la « représentant·e » du groupe peuvent échouer. Le leadership d'Emmanuel Macron a ainsi pu souffrir lorsqu'il est apparu à de nombreux·euses Français·e·s comme le « président des riches » plutôt que comme le représentant de l'ensemble de la nation.

L'une des fonctions des leaders est de renforcer l'identification des membres du groupe à leur groupe, et par là même sa cohésion. En particulier, un·e bon·ne leader parvient à insuffler une confiance en les qualités de son groupe, ce qui se traduit par des performances supérieures (Fransen et al., 2015). On le voit : dans cette perspective, le leadership n'est pas un processus impliquant des leaders ou des « suiveur·euse·s ». Il s'agit d'une interaction entre leaders et suiveur·euse·s *au sein d'un groupe*.

3.4. Le leadership partagé

L'une des caractéristiques communes des travaux sur le leadership consiste à partir du postulat qu'il n'y a qu'un·e seul·e leader dans un groupe. Or, lorsqu'on observe de nombreux groupes ou équipes, il apparaît souvent qu'il y en a plusieurs. Fransen et ses collègues (2015) ont ainsi montré que c'était le cas dans de nombreuses équipes sportives et ont constaté que chacun·e assume souvent une forme de leadership différent. Dans leurs analyses, le·la capitaine d'équipe assume souvent un leadership orienté sur la tâche alors que le leadership « social » (visant à encourager la cohésion du groupe) ou « motivationnel » (visant à motiver les membres de l'équipe) est assumé par un ou plusieurs membres de l'équipe. Fransen parle de « leadership partagé » pour caractériser ce type de dynamique. La figure 12.9

représente un tel « réseau de leadership » au sein d'une équipe de football étudiée par Fransen et Boen (2014).

Cet exemple illustre la distinction entre pouvoir formel et leadership. Le·La coach et le·la capitaine d'équipe sont dotés d'un pouvoir formel. Pourtant, il·elle·s n'ont pas le monopole du leadership. Le pouvoir de l'entraîneur lui permet de susciter une dynamique de leadership positive, par exemple en sélectionnant des joueur·euse·s en mesure d'exercer les différents types de leadership de façon complémentaire et en leur attribuant des rôles permettant de l'exercer.

Figure 12.9. Exemple de réseau de leadership dans une équipe de football (d'après Fransen & Boen, 2014).

Le leadership a-t-il un genre ?

Petit exercice : imaginez une personne ayant des qualités de leader. Il existe de nombreux stéréotypes quant à ce qui confère du leadership. On parle parfois de « théories implicites du leadership ». À cet égard, les qualités que l'on attend des leaders — autonomie, autorité, initiative — sont précisément celles qui, dans notre société, sont associées davantage aux hommes qu'aux femmes. Il est très probable que la personne que vous venez d'imaginer est un homme. Or, les recherches sur les différences de genre dans le leadership tendent à suggérer que les styles de leadership qu'adoptent les femmes sont en moyenne légèrement plus efficaces que ceux qu'emploient préférentiellement les hommes (Vinkenburg, Van Engen, Eagly, & Johannesen-Schmidt, 2011). Vinkenburg et ses collègues ont précisément examiné les stéréotypes de genre concernant des qualités dont on sait qu'elles sont associées à un leadership efficace. Il s'agit par exemple de la capacité à inspirer de la motivation au sein de son groupe — le

cœur du leadership. Les participant·e·s à l'étude, de nationalité américaine et néerlandaise, étaient pour la plupart des voyageur·euse·s interrogé·e·s dans des aéroports ou des trains. On leur demandait de penser soit à une femme soit à un homme typique au sein d'une organisation et d'estimer à quelle fréquence il·elle·s avaient observé différents comportements caractéristiques chez cette personne. On examinait ensuite si cette fréquence différait en fonction du genre de la cible. Comme on pouvait s'y attendre, les femmes étaient perçues comme moins susceptibles de manifester les comportements de leadership les plus efficaces.

▶ Theresa May en septembre 2017. © Raul Mee (EU2017EE)

Dans une seconde étude, la question posée était légèrement différente : on demandait aux sujets dans quelle mesure chacun des comportements en question était important pour la promotion soit d'un homme soit d'une femme. Il s'agit donc de savoir si ces comportements sont importants. On constatait que la capacité à inspirer de la motivation était perçue comme plus importante pour un homme que pour une femme, alors qu'à l'inverse un type de leadership réputé moins efficace était perçu comme plus important pour une femme que pour un homme. Les auteurs variaient par ailleurs le niveau hiérarchique de la promotion (vers PDG, cadre supérieur ou cadre moyen). La capacité à susciter de la motivation était perçue comme plus importante pour la promotion vers un poste de PDG que pour les autres niveaux de promotion Or, il s'agit précisément d'une qualité que les femmes posséderaient moins selon les stéréotypes identifiés dans l'étude 1. Ce duo d'études montre donc une des causes possibles du phénomène du plafond de verre, à savoir le fait que, dans les organisations, les niveaux supérieurs de la hiérarchie ne seraient pas accessibles aux femmes. Par exemple, en France, seules 3 entreprises du CAC40, qui reprend les plus grosses capitalisations boursières, sont dirigées par des femmes[1].

Un autre phénomène mis en évidence par Ryan et Haslam est celui de la falaise de verre. Les femmes sont davantage susceptibles d'occuper des positions de leadership dans des organisations lors de période de crise ou lorsque l'organisation est en déclin. Cela se vérifie aussi dans le domaine politique. Un exemple est la nomination de Theresa May comme Première ministre britannique en 2016. Cette nomination suit la surprise du vote en faveur de la sortie du Royaume-Uni de l'Union Européenne (Brexit) alors que la livre sterling avait connu une chute record. Une des raisons de ce phénomène résiderait dans le fait que les femmes seraient perçues comme ayant des qualités « maternelles », qui conviendraient particulièrement pour diriger en période de difficultés et de crise. Par ailleurs, vu le phénomène du plafond de verre, elles seraient perçues comme plus susceptibles de prendre le risque d'accepter de telles positions (Haslam & Ryan, 2008).

Outre le plafond de verre et la falaise de verre, une troisième métaphore associe genre et leadership : le phénomène de la reine des abeilles. Ce terme désigne la tendance de certaines femmes ayant atteint des positions élevées dans la hiérarchie à se distancier des autres femmes, allant jusqu'à développer des comportements pouvant entraver leur réussite professionnelle. On voit une illustration de ce phénomène dans le film Le Diable s'habille en Prada dans lequel Meryl Streep incarne la directrice impitoyable d'une revue de mode. Elle se montre particulièrement sévère et intransigeante avec sa stagiaire. Ce phénomène a été mis en évidence expérimentalement : par exemple, des professeures d'université italiennes considéraient leurs subordonnées comme moins dévouées à leur carrière lorsqu'il s'agissait de femmes que d'hommes (Ellemers et al., 2004, voir figure 12.10).

Figure 12.10. Implication perçue en fonction du sexe des professeur·e·s et des doctorant·e·s (d'après Ellemers et al., 2004)

Les professeurs masculins ne faisaient pas une telle distinction. On constate ce phénomène principalement dans des organisations dominées par des hommes où posséder des traits stéréotypiques masculins peut paraître comme une nécessité pour réussir. On peut voir ceci comme une stratégie de « mobilité sociale » au sens de la théorie de l'identité sociale : lorsqu'une identité sociale est dévalorisée ou menacée, on peut chercher à s'en distancier et à acquérir d'autres identités plus valorisantes (Faniko, Chipeaux, & Lorenzi-Cioldi, 2018).

---

1. (Les Echos, 7/9/2017). https://www.lesechos.fr/thema/030513642170-un-plafond-de-verre-qui-reste-a-briser-2112412.php

3.5. Le pouvoir et ses conséquences sur les relations sociales

Comme nous l'avons vu, le pouvoir se distingue du leadership. Il se distingue aussi de l'autorité (qui dépend d'un rôle au sein d'une institution) et de la dominance, un comportement visant à acquérir ou démontrer son pouvoir. Ce dernier comportement peut s'actualiser par l'entremise de la posture — en écartant les jambes et bombant le torse par exemple. Quelles sont les conséquences psychologiques du pouvoir ? Selon Keltner, Gruenfeld, et Anderson (2003), le fait d'avoir du pouvoir induit une tendance à poursuivre des buts d'approche plutôt que d'évitement. En d'autres termes, la personne qui a du pouvoir cherche à obtenir ce qu'elle souhaite plutôt qu'à éviter ce qu'elle ne souhaite pas. À l'opposé, un pouvoir faible rendrait les individus plus prudents et vigilants.

Selon cette approche, le pouvoir a au moins deux conséquences :

- D'une part, il se traduit par une tendance à être beaucoup moins attentif·ve aux caractéristiques des autres. En particulier, le fait d'avoir du pouvoir sur autrui induirait une tendance à négliger les traits non stéréotypiques (Goodwin, Gubin, Fiske, & Yzerbyt, 2000). Une étude de

Guinote et Philips (2010) s'intéresse ainsi à la formation d'impression chez des personnes travaillant dans l'hôtellerie et la restauration en Angleterre soit en tant que cadre soit en qualité d'employé·e. On leur demandait de lire une description d'une personne qui posait sa candidature à un poste. Cette personne était présentée soit comme d'origine anglaise, soit comme d'origine antillaise. La description de la cible comportait des informations cohérentes avec le stéréotype de l'Anglais et contraire au stéréotype de l'Antillais (par exemple, « il se comporte de façon très réservée quand il s'entretient avec des gens ») ou l'inverse (par exemple, « il aime la musique. Il chante de façon remarquable »). Chaque phrase apparaissait séquentiellement sur un moniteur et les sujets appuyaient sur une touche pour passer à l'écran suivant. Le temps consacré à chaque phrase constituait ainsi une mesure de l'attention portée à celle-ci. Conformément aux hypothèses, les employé·e·s accordaient en moyenne davantage d'attention aux informations contre-stéréotypiques que stéréotypiques alors que les cadres ne faisaient pas de différences entre ces deux types d'information. Du coup, leur jugement de la qualification pour le poste s'en trouvait affecté : par exemple, lorsque le poste considéré était un poste de DJ, les personnes de haut pouvoir considéraient l'Antillais comme plus qualifié que l'Anglais (se conformant donc au stéréotype) alors que l'inverse était de mise lorsque le poste était celui d'un professeur d'Anglais. Même si, dans cette étude, le pouvoir ne se traduit pas par une plus grande attention aux comportements stéréotypiques, il est associé à une moins grande attention aux comportements contre-stéréotypiques et se traduit donc par une influence plus marquée des stéréotypes sur le jugement (voir figure 12.11).

Figure 12.11. Employabilité en fonction de la position des juges et de l'origine des candidat·e·s (d'après Guinote & Philips, 2010)

• En second lieu, le pouvoir serait associé à de l'impulsivité. Des travaux ont ainsi mis en évidence que le fait d'avoir du pouvoir met en branle le « système d'activation comportementale », un circuit cérébral associé à la recherche de récompenses. Dès lors que le pouvoir « désinhibe », il

pourrait faciliter la violation des normes éthiques et morales. Celles-ci jouent en effet le rôle de « garde-fous » empêchant nos désirs de nous mener par le bout du nez — que ce soit par peur d'une sanction sociale ou tout simplement parce que nous adhérons aux valeurs que ces normes défendent. À l'appui de cette hypothèse, Lammers et al. (2011) ont par exemple constaté, à la lumière d'une enquête menée auprès de 1 561 travailleur·euse·s en col blanc — en couple — que les personnes ayant le pouvoir le plus élevé étaient aussi les plus susceptibles de tromper leur partenaire. En revanche, les personnes dénuées de pouvoir se comporteraient de façon plus inhibée — par exemple en parlant moins ou en adoptant une posture plus contractée.

Remarquons toutefois que, dans certains cas, l'effet désinhibant du pouvoir peut *favoriser* la moralité. Imaginons qu'on soit témoin d'un comportement douteux d'un·e collègue de travail. Peut-être aura-t-on des réserves à le signaler, de peur de s'aliéner ce·tte collègue ou d'être « mal vu·e ». Dans de tels cas, l'effet désinhibant du pouvoir pourrait *faciliter* l'affirmation de la vertu. Il en est également ainsi lorsque l'on poursuit un projet à caractère moral ou vertueux. Dans ce type de situation, le pouvoir empêche d'être « inhibé·e » par les obstacles qui pourraient se dresser sur la route. Cette analyse suggère que le pouvoir peut nous rendre à la fois plus et moins verteux·euses.

Outre son influence sur l'inhibition, le pouvoir se traduirait également par une focalisation sur le soi — une auto-centration.

Exemple : L'auto-centration au cinéma

▶ *Orson Welles dans Citizen Kane (1941).*

Le film Citizen Kane, d'Orson Welles, retraçant la vie d'un magnat de la presse américaine, illustre l'auto-centration de façon magistrale : Kane, interprété par Welles lui-même, devient de plus en plus seul et égocentrique à mesure qu'il s'élève dans le monde de la presse. Sa principale préoccupation est de retrouver un soi perdu (le fameux « rosebud » prononcé sur son lit de mort – au début du film).

À l’appui de cette hypothèse, plusieurs études mettent en évidence le fait que le pouvoir diminue l’empathie et la compassion et tend à augmenter la distance sociale. Souvenez-vous de la femme de ménage que nous avons évoquée dans la section sur l’ostracisme : celle-ci se sentait ignorée par ses employeurs. Dans une étude de Gwinn, Judd et Park (2013), les sujets étaient répartis en dyades et devaient faire une tâche conjointe consistant à sélectionner un·e candidat·e pour un poste. Chaque membre de la dyade avait soit un rôle de haut pouvoir (« manager »), soit un rôle de bas « pouvoir » (« assistant·e »). À l’issue de la tâche, les deux participant·e·s s’évaluaient mutuellement sur une série de traits. Or, certains de ces traits étaient uniquement humains (par exemple, « ambitieux·euse », « ouvert·e d’esprit ») alors que d’autres pouvaient également caractériser des animaux (par exemple, « curieux·euse », « chaleureux·euse »). Les chercheur·e·s constataient que les sujets de haut pouvoir attribuaient moins de traits uniquement humains que de traits non spécifiques aux humains à leur partenaire de bas pouvoir (voir figure 12.12). Le pouvoir faciliterait donc la déshumanisation d’autrui.

Figure 12.12. Jugement des partenaires en fonction du niveau de pouvoir des juges et du caractère très ou peu marqué des traits uniquement humains (d’après Gwinn et al., 2013)

Cette approche dépeint le pouvoir de façon extrêmement négative. Dans toute organisation sociale, il est nécessaire que des contre-pouvoirs soient présents pour contrôler ses éventuels abus. La plupart des institutions incorporent ce type de mécanisme : par exemple, l’indépendance des pouvoirs judiciaire, exécutif et législatif est inscrite dans la plupart des constitutions démocratiques. Par ailleurs, le pouvoir n’est jamais totalement unilatéral : pour exercer son pouvoir, le·la chef·fe a besoin de la collaboration de ses subordonné·e·s. Une équipe de football peut démettre un·e coach en sabotant les matches. Des ouvrier·ère·s peuvent faire grève ou la grève du zèle et mettre à mal le statut de leur supérieur·e hiérarchique. Le pouvoir est toujours le résultat d’une transaction entre la personne qui le possède et celle qui accepte de le subir. Pour que cette relation fonctionne, il importe qu’elle soit acceptée des deux côtés. Ceci implique que le·la subordonné·e trouve des avantages à être dirigé·e. Souvent, cela passe par

un système de croyances légitimant la domination. Le colonialisme et l'esclavagisme reposent ainsi sur une idéologie selon laquelle les dominé·e·s ont besoin des dominant·e·s pour « vivre bien », voire s'émanciper (« se civiliser »). C'est là une idéologie paternaliste qui propose une analogie entre les « parents » et les dominant·e·s d'une part et entre les enfants et les dominé·e·s d'autre part. Cet exemple illustre l'importance, pour le·la dominé·e, de croire que la domination est aussi dans son intérêt (Pratto & Walker, 2001).

Ceci étant, malgré la mauvaise réputation que peut avoir le pouvoir, il est toujours nécessaire au sein d'un groupe pour que celui-ci puisse s'adapter à son environnement et parvenir à accomplir ses objectifs. Si un·e leader n'a pas de pouvoir, il·elle est bien démuni·e. L'enjeu est donc moins d'éliminer le pouvoir que de disposer de structures et de normes qui permettent au·x chef·fes d'exercer leur pouvoir sans en abuser.

4. La justice dans les groupes et les organisations

▶ Manifestation de gilets jaunes à Belfort, France, en novembre 2018. © Thomas Bresson

Le mouvement des gilets jaunes, qui s'est initialement développé en France en 2018, trouve son origine dans une taxe environnementale qui toucherait principalement les « petites gens » qui doivent souvent faire de longs trajets en voiture pour travailler alors que les élites parisiennes sont bien plus épargnées : elles peuvent notamment prendre l'avion — bien plus dommageable écologiquement — sans complexes. Pourquoi ? Est-ce que les gilets jaunes se sentaient « grugés : avaient-il·elle·s le sentiment d'être oublié·e·s (d'où le « gilet » qui les rend visibles) et protestaient-il·elle·s simplement pour obtenir davantage ? Dans cette perspective, c'est l'intérêt personnel qui les motiverait. Selon une autre explication, c'est un sentiment d'injustice qui les animerait : non seulement, il·elle·s reçoivent peu mais les autres en profitent. Il y aurait une iniquité fondamentale : certain·e·s peuvent gaspiller autant de carbone qu'il·elle·s le souhaitent alors que

d’autres doivent payer pour de « faibles » émissions. En fait, ces deux sentiments vont de pair : on est d’autant plus sensible à l’injustice que nous sommes désavantagé·e·s (Gollwitzer & van Prooijen, 2016).

4.1. La justice distributive

Au sein d’un groupe, le sentiment de justice est souvent une condition nécessaire à l’implication des membres : est-ce que tout le monde est traité de la même façon ? Est-il·elle reconnu·e ? Reçoit-il·elle la part des revenus du groupe qui lui est due ? Plusieurs auteur·e·s se sont intéressé·e·s à la perception de justice dans les groupes et les organisations. On peut à cet égard distinguer deux grandes approches. Une première approche, celle de la *justice distributive*, se penche sur les normes qui régissent la distribution des ressources. Selon cette perspective, les gens évaluent la justice d’une répartition de ressources en fonction des résultats de la distribution. Il existe plusieurs normes de justice distributive.

- Le mérite : chacun·e reçoit des ressources en fonction de sa contribution. Les systèmes de promotion dans les organisations reposent souvent sur ce principe.
- Le besoin : selon cette norme, ce sont les personnes qui en ont le plus besoin qui reçoivent davantage de ressources. Cette norme est ainsi susceptible d’être utilisée dans un hôpital lorsqu’il s’agit de répartir les ressources entre patients.
- L’égalité : tout le monde reçoit la même quantité de ressources.
- Le droit : les individus reçoivent des ressources ou des charges en fonction de leur statut. Par exemple, il est juste de demander à une secrétaire d’encoder un texte, mais pas à un cadre.

La norme qui s’avère la plus appropriée dépend du contexte et de la nature de la relation entre les individus concernés. Par exemple, l’égalité et le besoin sont favorisés dans des petites communautés fondées sur des liens d’interdépendance au plan personnel entre leur membres (pensons à un village rural) alors que le mérite et le droit seront favorisés dans des sociétés plus larges — comme des villes modernes — où les gens occupent des rôles sociaux déterminés sans nécessairement se connaître

personnellement. De même, le principe de besoin sera plus volontiers utilisé pour distribuer les ressources entre les services d'un hôpital que pour distribuer les primes de match dans une équipe de football.

Dans cette approche distributive, les individus ne cherchent pas uniquement à maximiser leurs intérêts mais ils souhaitent également que ce qu'ils reçoivent apparaisse comme juste. Recevoir « trop » par rapport à ce qui semble juste est une source d'insatisfaction voire de culpabilité. Cela n'empêche bien sûr pas des mécanismes de rationalisation selon lesquels on parvient parfois à se convaincre que son salaire est juste.

Publicis

En 2012, le patron de l'agence de publicité Publicis justifie sa rémunération de 16 millions d'euros avec les paroles suivantes : « Marque des buts et tu recevras ta prime à la fin »[1].

1. https://www.europe1.fr/economie/comment-les-grands-patrons-justifient-leur-remuneration-2736880

4.2. La justice procédurale

Les gens ne se préoccupent pas uniquement de la façon dont les ressources sont distribuées au sein d'un groupe. Que préférez-vous ? Recevoir une promotion alors que vous être manifestement moins qualifié·e qu'un·e autre candidat·e — mais que votre supérieur·e hiérarchique vous « aime bien » ? Ou ne pas obtenir de promotion mais avoir la certitude que la procédure a été bien suivie et que chaque candidat·e a pu mettre en exergue toutes ses qualités ? Peut-être préférez-vous la seconde, auquel cas c'est moins la distribution des ressources qui déterminera votre évaluation de la justice que la procédure qui a été employée pour les distribuer. C'est ce que Thibault et Walker (1975) appellent la « justice procédurale ».

C'est là la seconde approche qui nous occupe. Ainsi, le fait de pouvoir s'exprimer à propos d'une décision qui vous concerne — et d'être pris·e en considération — est un élément qui peut mener les individus à évaluer une

décision comme légitime, même si elle les désavantage au final. Selon Thibault et Walker, les individus s'intéressent aux procédures parce qu'ils souhaitent pouvoir contrôler les décisions. des procédures qui leur permettent d'influencer la décision leur semblent donc plus légitimes. Lind et Tyler (1988) développent un point de vue radicalement différent en montrant que la perception de légitimité des décisions de justice dépend peu du contrôle que les justiciables ont sur la décision. La confiance dans les autorités et le fait de pouvoir jouer un rôle dans la procédure qui sera utilisée est beaucoup plus important. La justice procédurale remplirait un rôle central dans le fonctionnement d'un groupe : elle communiquerait à ses membres qu'ils sont des membres respectés et valorisés au sein de celui-ci. Le comportement des autorités d'un groupe est conçu comme représentatif du groupe dans son ensemble. De toute évidence, si ces autorités se comportent de façon juste, le groupe aura d'autant plus de valeur aux yeux de ses membres, ce qui favorisera une implication en sa faveur (Tyler & Blader 2003). On voit ici poindre le concept d'identité sociale (que l'on retrouvera dans le ***chapitre 13***) : à travers le comportement des autorités, c'est l'identité sociale des individus qui est influencée et qui conditionne leur implication au service de ce groupe. Quoi qu'il en soit, la justice procédurale n'est pas sans influencer la justice distributive en ce sens que les individus acceptent plus volontiers une distribution qui les désavantage si la procédure est perçue comme juste.

4.3. La motivation à la justice et la croyance en un monde juste

Les débats qui animent cette littérature opposent l'idée que les motivations à la justice découlent de l'intérêt personnel (on trouve juste ce qui nous avantage) au postulat d'une motivation profonde à la justice, indépendante de l'intérêt personnel. Aurait-on un besoin fondamental de vivre dans un monde perçu comme juste ? C'est en tout cas l'hypothèse que fait Lerner (2003). Selon cet auteur, les individus ont besoin de croire que les gens « méritent » ce qui leur arrive. En effet, cette conviction donne un sens aux comportements et aux projets que l'on met en œuvre dès notre plus jeune âge. De fait, à quoi bon faire des efforts si on n'espère jamais être récompensé·e ? Vu ce besoin, on en vient donc à nourrir la croyance que

de « bonnes choses arrivent aux personnes vertueuses » et de « mauvaises choses » arrivent aux « personnes peu vertueuses ». Lorsqu'on vous apprend que quelqu'un·e est décédé·e d'un cancer du poumon, votre première question est peut-être « fumait-il·elle » ? Si oui, son sort vous semblera vraisemblablement plus juste — elle en est apparemment responsable — et vous sentirez-vous moins susceptible d'être victime de cette maladie (en tout cas, si vous ne fumez pas). Être confronté·e à une injustice constitue donc une menace par rapport à cette croyance qui organise notre existence.

Vu ce besoin de croire en un monde juste, on ne s'étonnera pas que la première réaction des individus soit de combattre la source de l'injustice. Par exemple, si un·e enfant innocent·e est battu·e par un de ses parents, on pourrait se démener pour lui ôter la garde. Mais que faire si ce n'est pas possible ? Selon Lerner, les observateur·rice·s auront alors tendance à modifier leur perception de la victime de l'injustice de façon à ce que ce qui lui arrive semble « mérité ».

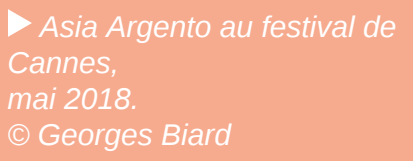
Les sujets d'une étude de Lerner et Simmons (1966) étaient invités à observer les réactions émotionnelles d'une autre participante (en réalité une comparse) qui, dans le cadre d'une « expérience sur l'apprentissage » recevait des chocs électriques, ce qui la faisait manifestement souffrir. Différentes conditions étaient introduites. Trois d'entre elles vont nous intéresser. Dans une première condition, « martyre », les sujets voyaient l'expérimentateur annoncer à la victime qu'une seconde session expérimentale était prévue dans laquelle elle recevrait à nouveau des chocs. La victime se rebellait mais finissait par accepter dans l'intérêt des sujets (qui recevaient des crédits pour évaluer ses réactions). Dans une deuxième condition (« récompense »), une seconde session était également prévue mais les sujets avaient l'opportunité de s'exprimer quant au choix de la modalité dans laquelle la victime serait placée. Parmi les choix offerts, il y avait une modalité « renforcement positif » dans laquelle la « victime » recevrait des récompenses. L'expérimentateur annonçait du reste que cette modalité avait été sélectionnée majoritairement par les sujets. Dans une troisième condition (« fin »), on annonçait tout simplement que l'expérience était finie. Une fois cette manipulation expérimentale introduite (et donc avant, que l'éventuelle « seconde session » ne

commence), on demandait aux sujets d'indiquer leur degré d'attirance pour la « victime ». Comme on peut le voir dans la figure 12.13, ces derniers manifestaient une attirance plus marquée dans la condition « récompense » que dans les deux autres conditions. Selon Lerner et Simmons, ceci s'expliquerait par le fait qu'ils peuvent « rétablir la justice » en récompensant la victime après la souffrance qu'elle a subie. Dans la condition « martyre », l'attirance exprimée était nettement plus basse. Ici, la seule façon de rétablir la justice aurait consisté à se révolter contre l'expérimentateur mais, se sentant impuissants, les sujets auraient répondu à cette motivation en dénigrant la victime. Cette expérience souffre toutefois de deux faiblesses : l'échantillon était limité (9 personnes dans la condition « martyre ») et, surtout, d'autres interprétations restent envisageables. Ainsi, on peut imaginer que dans la condition « martyre », la victime (une femme de surcroît) soit mal vue parce qu'elle se rebelle.

Figure 12.13. Attirance pour la victime en fonction de la condition expérimentale (d'après Lerner & Simmons, 1966)

Depuis cette première recherche, cette tendance à dénigrer les victimes d'injustice lorsqu'il est impossible de les aider ou de combattre l'injustice a toutefois été répliquée dans de nombreuses études (Hafer & Bègue, 2005 ; Maes, 1998). Le dénigrement des victimes de violence (y compris des viols) est du reste un phénomène bien connu : celles-ci sont souvent perçues comme responsables de leur sort (Marchal, Leys, Bernard, & Klein, 2013) (voir chapitre 11). Par exemple, un journaliste écrivait : « Se plier aux avances de son chef pour faire carrière, c'est de la prostitution, pas du viol[12]. » D'autres corrélats de la croyance en un monde juste ont été moins étudiés et n'en sont pas moins intéressants. Par exemple, lorsque quelqu'un reçoit une récompense manifestement par hasard, des observateurs cherchent souvent à lui trouver des qualités (Lerner, 1965). La croyance en un monde juste peut également expliquer que celles et ceux qui n'ont guère à s'en faire pour leurs fins de mois cherchent à éviter de s'exposer à des situations d'injustice — ce qui peut expliquer pourquoi les gens peuvent se distancier des « pauvres », une réaction que Lott (2002) qualifie de dominante.

Le mouvement #metoo



Asia Argento au festival de Cannes, mai 2018. © Georges Biard

En 2017, l'actrice italienne Asia Argento, comme d'autres victimes des pratiques de harcèlement sexuel (voire de viol) commises par le producteur américain Harvey Weinstein, a fui son pays suite au torrent d'insultes lui faisant porter la responsabilité des faits qu'elle dénonçait.

5. Conclusions

Dans ce chapitre, nous avons eu l'occasion de passer en revue divers jalons de la vie en groupe. Nous avons tout d'abord examiné la socialisation – et les gages de loyauté nécessaires pour être pleinement accepté·e. Nous avons également étudié son revers, l'exclusion et l'ostracisme, avec leurs cortèges de dégâts sur la santé mentale et le comportement. Enfin, nous nous sommes longuement penchés sur la production des groupes. Nous avons ainsi pu constater combien les explications du phénomène de polarisation de groupe étaient variées, entre des perspectives qui se veulent purement informationnelles (au sens de Deutsch et Gerard, voir ***chapitre 7***), des approches normatives et d'autres, plus identitaires. Nous nous sommes ensuite centrés sur le leadership, qu'il convient de distinguer du pouvoir. Nous avons à cette occasion pu confronter des perspectives relativement instrumentales (par exemple centrées sur la tâche), ou individualistes (centrées sur la personnalité du·de la leader) et des perspectives plus identitaires, qui envisagent le leadership comme une émanation du groupe. Nous avons ensuite évoqué le pouvoir. Si celui-ci semble parfois engendrer des effets peu désirables sur le rapport au monde social (biais cognitifs, moralité), nous avons insisté sur la nécessité – une fois encore – de « désindividualiser » le pouvoir et de l'envisager comme une transaction souvent nécessaire entre un ou des individus et le groupe. La question est

moins de savoir si le pouvoir est une bonne chose que de chercher à le définir pour atteindre les objectifs du groupe. Par exemple, dans un État de droit, la fonction de la Constitution – qui doit sera de permettre à l'exécutif de mener efficacement une politique dans le pays, tout en prémunissant les citoyen·ne·s d'un abus éventuel. Mais une même logique doit souvent prévaloir de façon formelle ou informelle dans des groupes beaucoup plus réduits. À cet égard, la question de la justice dans les groupes, question qui nous a occupés au cours de la dernière partie de ce chapitre, est fondamentale. La justice semble être une motivation essentielle chez l'être humain – c'est en tout cas ce que suggèrent les nombreux travaux sur la « croyance en un monde juste ». Mais de quelle justice s'agit-il ? Allons-nous rationaliser comme étant « juste » toute décision de répartition de ressources qui nous est bénéfique ? De façon moins cynique, notre parcours tend à suggérer que là aussi, la reconnaissance de l'identité et de la voix de chacun·e est souvent aussi, voire plus importante, que la part du magot que l'on reçoit. Quelles que soient les opinions que vous aurez forgées sur ces différents débats, vous ne pourrez guère échapper à une vérité fondamentale : l'appartenance à des collectivités est constitutive de l'être humain. Elle semble même essentielle pour que ce dernier puisse évoluer de manière harmonieuse dans son environnement social. L'enfer, c'est peut-être les autres, disait Jean-Paul Sartre, mais l'espoir d'un éden solitaire comme l'a imaginé en son temps Jean-Jacques Rousseau semble vain. Pas de Robinson heureux et apte à survivre sans Vendredi !

---

10. « Social identity model of deindividuation effects ».

11. On joue ici sur le sens du mot « side » en anglais, qui outre être l'acronyme du modèle veut dire « côté » : il y a donc deux volets — « cognitif » et « stratégique ».

12. https://www.vanityfair.com/style/2017/10/asia-argento-harvey-weinstein-italian-backlash

L’essentiel

Résumé

Le groupe est un concept fondamental en psychologie sociale. Dans ce chapitre, nous nous sommes intéressés aux aspects essentiels de la vie en groupe : la socialisation et donc l’acceptation au sein de celui-ci, mais aussi son exclusion (ostracisme), la production des groupes et leur leadership. Ce dernier fait l’objet de multiples approches : instrumentale, individualiste ou identitaire. Par ailleurs, nous avons pris soin de différencier leadership et pouvoir, dont nous avons mis en exergue le caractère transactionnel. Enfin, la question fondamentale de la justice au sein des groupes nous a occupés, en ce compris les débats sur sa nature, l’influence d’une forme d’égoïsme sur la catégorisation comme « juste » ou la prise en considération de l’identité et de la voix de chacun.

Questions pour s’auto-évaluer

1. Examinez le compte-rendu d’une manifestation récente ayant donné lieu à des violences. Sur base des données, quels mécanismes de groupe présentés dans ce chapitre vous semblent pouvoir expliquer ces débordements?

2. Si on refaisait l'étude de Bennington aujourd'hui dans une université que vous connaissez, à quels effets pourrait-on s'attendre ? Comment les expliqueriez-vous ?

3. Imaginez que vous deviez gérer un forum de discussion sur Internet. Comment pourriez-vous modérer ce groupe de façon à limiter l'influence du phénomène de « caisses de résonance » ?

4. Pensez à deux personnes qui exercent une fonction de leadership dans votre entourage proche (par exemple un·e ou des parent·e·s au sein d'une famille) ou lointain (par exemple une personnalité politique). Au vu des théories envisagées dans le chapitre, sur quelle forme de leadership se fonde leur autorité ?

5. Envisagez à présent la façon dont cette ou ces personnes ont géré un conflit. Examinez les choses à la lumière des approches de la justice que nous avons abordées dans ce chapitre.

Lectures pour aller plus loin

En Français

Augustinova, M., & Oberlé, D. (2013). *Psychologie des groupes au travail.* Louvain-la-Neuve, Belgique: De Boeck.

Oberlé, D. (2015). *La dynamique des groupes.* Paris: Presses Universitaires de Grenoble.

En Anglais

Haslam, S. A., Reicher, S. D., & Platow, M. J. (2010). *The new psychology of leadership: Identity, influence and*

power (2nd Ed). New York : Psychology Press.

Tyler, T., Boeckmann, R. J., Smith, H. J., & Huo, Y. J. (2019). *Social justice in a diverse society*. London: Routledge.

Williams, K. D. (2002). *Ostracism: The power of silence*. New York : Guilford Press.

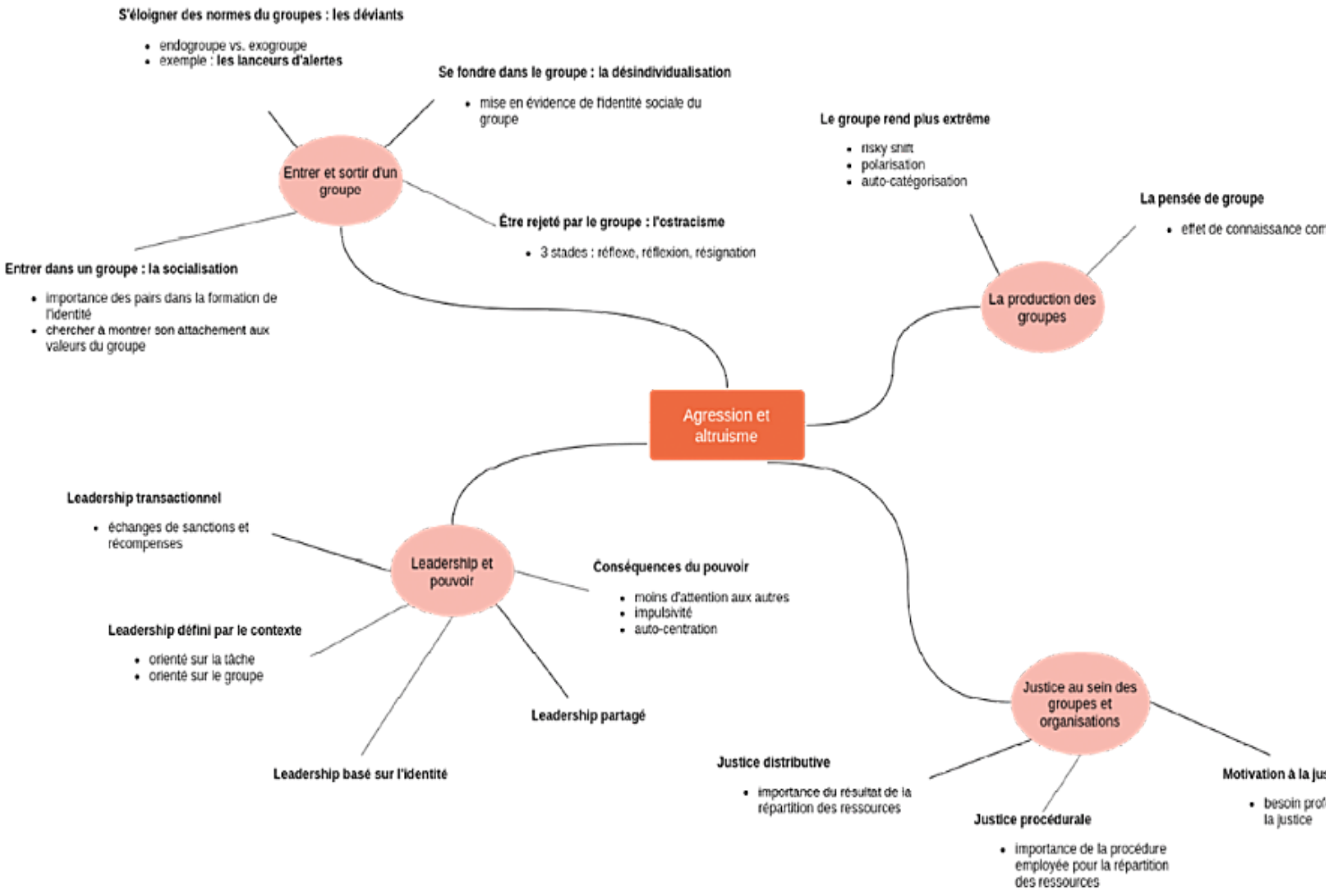
Pour illustrer

Dans la tête d'une femme leader.

L'ostracisme.

La croyance en un monde juste.

Stephen Reicher: « Leading on the dark side: Understanding the nature of toxic leadership ».


Agression et altruisme
Entrer et sortir d'un groupe
S'éloigner des normes du groupes : les déviants
endogroupe vs. exogroupe
exemple : les lanceurs d'alertes
Se fondre dans le groupe : la désindividualisation
mise en évidence de l'identité sociale du groupe
Être rejeté par le groupe : l'ostracisme
3 stades : réflexe, réflexion, résignation
Entrer dans un groupe : la socialisation
importance des pairs dans la formation de l'identité
chercher à montrer son attachement aux valeurs du groupe
La production des groupes
Le groupe rend plus extrême
risky shift
polarisation
auto-catégorisation
La pensée de groupe
effet de connaissance com
Leadership et pouvoir
Leadership transactionnel
échanges de sanctions et récompenses
Leadership défini par le contexte
orienté sur la tâche
orienté sur le groupe
Leadership basé sur l'identité
Leadership partagé
Conséquences du pouvoir
moins d'attention aux autres
impulsivité
auto-centration
Justice au sein des groupes et organisations
Justice distributive
importance du résultat de la répartition des ressources
Justice procédurale
importance de la procédure employée pour la répartition des ressources
Motivation à la jus
besoin prof
la justice


POLICE

CHAPITRE

13

Les relations intergroupes

Au chapitre 3, nous avons examiné de près les stéréotypes dont on affuble les groupes qui nous entourent. Nous nous penchons maintenant sur les réactions émotionnelles et les conduites discriminatoires qui en découlent. Nous entamons notre examen en détaillant deux théories fondatrices en matière de relations intergroupes : la théorie des conflits réels et la théorie de l'identité sociale. Alors que la première incrimine la compétition pour des ressources limitées comme source principale des conflits, la seconde en appelle au rôle crucial du groupe d'appartenance pour la définition et l'estime de soi et, partant, pour la

recherche d’une différence positive entre son groupe et les autres. Nous détaillons ensuite les efforts de recherche en matière d’émotions intergroupes et mettons en évidence le statut de médiateur des émotions, entre les stéréotypes et la discrimination. Toujours en lien avec les émotions, nous passons en revue différentes formes de racismes subtils ainsi que l’approche du sexisme ambivalent avant de détailler les différences individuelles les plus souvent pointées du doigts en matière de préjugés, à savoir l’autoritarisme de droite et l’orientation à la dominance sociale. Passant à l’examen des comportements discriminatoires, nous abordons la question des facteurs personnels, sociaux et idéologiques qui les sous-tendent avant de traiter la manière dont les membres de groupes stigmatisés font face aux stéréotypes, aux préjugés et aux discriminations. Faisant écho aux travaux de Sherif qui ont ouvert ce chapitre, nous terminons

notre périple dans l’univers des conflits intergroupes en examinant les recherches sur les stratégies visant à l’amélioration des relations entre les groupes. Nous nous attardons en priorité à l’examen de l’hypothèse du contact pour en souligner toutes les promesses mais aussi certains dangers.

En 2016, on dénombrait en moyenne 10 attaques par jour à l'encontre de réfugiés en Allemagne. Ce sont les chiffres officiels du ministère de l'intérieur allemand. Et l'on ne parle pas de faits anodins. Parmi les attaques, on trouve certes des agressions physiques mais aussi des incendies volontaires et des destructions de bâtiments destinés à abriter des réfugiés. Dans le même temps, un sondage effectué sur un échantillon représentatif de citoyens allemands (ISPOS, 2016) révèle que 65 % des répondants annonçaient avoir des sentiments positifs à l'idée d'accueillir des réfugiés syriens dans leur pays. C'est là un des pourcentages les plus importants d'Europe. Comment rendre compte de ces incidents ? Comment expliquer que les perceptions à propos d'autres groupes aboutissent à de tels débordements ? Deux programmes de recherche, le premier d'origine américaine et le second originaire d'Europe, se sont révélés déterminants pour façonner les conceptions actuelles en matière de relations intergroupes. Il s'agit de la théorie des conflits réels et de la théorie de l'identité sociale.

1. De la théorie des conflits réels à la théorie de l'identité sociale

Comme on l'a vu au chapitre 3, les positions hiérarchiques d'une part et le degré de coopération ou de compétition d'autre part influencent l'émergence des stéréotypes. De fait, il ne faut pas être grand clerc pour se douter que l'existence d'une compétition pour l'accès à des ressources limitées est susceptible de favoriser des croyances mutuellement défavorables. Et en aval, ces croyances viennent moduler les réactions affectives et les comportements discriminatoires. Muzapher Sherif (1961), déjà rencontré au chapitre 7, fut le premier à nous fournir une superbe illustration de ce phénomène grâce à des études menées à Robbers' Cave (Oklahoma) dans les années 50 et devenues célèbres depuis. Avec ses acolytes, Sherif a organisé plusieurs camps de vacances rassemblant des garçons d'une douzaine d'années. À chaque fois, il a réparti de manière arbitraire une bonne vingtaine d'enfants issus d'un milieu socio-

économique plutôt aisé et équilibrés sur le plan psychologique en deux groupes distincts, les « Crotales » et les « Aigles ». Il a pris soin de garder ces deux groupes à bonne distance dans le vaste domaine du centre de vacances.

Dès le début du séjour, les jeunes adolescents ont développé une « culture de groupe » et ont imaginé divers symboles, comme des écussons, pour les représenter. Après une semaine, Sherif a non seulement informé chacun des groupes de la présence de l'autre, mais a également instauré une compétition entre les deux groupes à travers, notamment, l'organisation de matches de baseball. Cette manipulation a eu le don de déclencher une inimitié farouche entre les deux groupes. D'emblée, leurs membres ont commencé à se comporter de façon hostile l'un envers l'autre, en organisant, par exemple, des « raids » sur les cabanes de leurs rivaux.

Enfants arrivant au camps de Robbers' Cave (© The British Psychological Society/University of Akron).

Dans un troisième temps, les chercheurs ont veillé à promouvoir les interactions entre les deux groupes. En dépit de leurs efforts, l'hostilité persistait. Changeant leur fusil d'épaule, ils sont alors intervenus de manière plus résolue et ont amené les 2 groupes à coopérer pour des objectifs communs. Ils devaient, par exemple, pousser un camion en panne ou récolter de l'eau pour le camp. Le constat est alors sans appel : les adolescents développent à nouveau des attitudes positives et des comportements bienveillants vis-à-vis de l'autre groupe. Selon cette expérience et bien d'autres qui lui emboitèrent le pas, les stéréotypes, les préjugés et les comportements discriminatoires vis-à-vis de l'exogroupe découleraient de l'existence d'objectifs antagonistes concernant l'accès à des ressources limitées. Cette interprétation, formalisée dans la théorie des conflits réels (Sherif, 1966), met l'accent sur l'idée que la source de la discrimination se situe dans l'existence d'une compétition, ou interdépendance négative, entre les groupes. Selon cette perspective, en développant des stéréotypes et des attitudes négatives vis-à-vis de l'exogroupe, on renforcerait la solidarité au sein de son propre groupe afin de faire face collectivement à l'exogroupe. Parallèlement, la discrimination

permet de maximiser les ressources dont dispose l'endogroupe au détriment de son rival. Ainsi, le racisme à l'égard des immigré·e·s nord-africain·e·s pourrait s'expliquer par la pénurie d'emplois et d'argent public : « Ils nous prennent nos emplois » ; « Ils profitent des deniers publics ». C'est un argument sur lequel se fondent les campagnes de certains partis politiques ou groupes de pression.

Psycho sociale en questions

Divide and Rule?

Un aspect important de l'expérience de Robbers' Cave réside dans le rôle des animateurs du camp, eux qui mettent en place une situation favorable à la compétition ou à la coopération. Si l'on transpose cette expérience à des contextes plus naturels, elle ressemble peut-être moins à une guerre civile entre deux groupes qu'à une situation de type « coloniale » dans laquelle un groupe dominant instrumentalise les relations entre deux groupes de façon à maintenir son pouvoir. C'est la fameuse doctrine du « Divide and Rule » utilisée par les Britanniques en Inde, où les inimitiés entre musulman·e·s et hindou·e·s ont été fortement attisées par le pouvoir colonial.

Cette interprétation apparaît d'autant plus valide à la lecture de l'ouvrage de Gina Perry, The Lost Boys, dans lequel elle a comparé les archives de l'expérience et les souvenirs de certains de ceux qui y ont participé d'une part à la description qu'en donne Sherif d'autre part. On découvre ainsi que l'expérience de Robbers' Cave en avait suivi une autre, à Middle Gove (état de New York), dans laquelle les enfants des deux groupes « ennemis », au lieu de se détester, avaient fait cause commune contre les animateurs du camp, car ils les accusaient de manipulation. Dans l'expérience de Robbers' Cave, les animateurs se montrent bien plus discrets. On peut se demander si la leçon commune de ces deux expériences n'est pas précisément que, dans une situation de ce type, où deux groupes sont dominés par un troisième, le conflit entre les deux groupes se perpétue pour autant que le rôle moteur du groupe dominant reste suffisamment invisible.

Pour Sherif, ce n'est pas à travers la seule compréhension des processus psychologiques intra-individuels que l'on peut comprendre le préjugé – il n'y aurait pas de « personnalité raciste ». Mais si les enjeux matériels,

comme le fait qu'il ne puisse y avoir qu'un vainqueur au tournoi sportif, jouent incontestablement un rôle, on peut se demander quels sont les leviers précis à l'œuvre. Pour répondre à cette question, Tajfel et ses collaborateurs (Tajfel, Billig, Bundy, & Flament, 1971) ont créé une situation passablement insolite dans laquelle tous les éléments généralement présents dans les situations de groupe sont pour ainsi dire évacués. Ainsi, pas de référence à des groupes réels, pas d'interactions entre les membres, pas même de critères évidents d'appartenance, etc. Cette stratégie vise à vérifier ensuite quels ingrédients spécifiques font surgir des réactions ethnocentriques lorsqu'on les introduit dans la situation. Concrètement, ces chercheurs ont constitué aléatoirement des groupes d'adolescents sur base d'un critère arbitraire. Dans une première phase, les participants, de jeunes garçons, examinaient des diapositives représentant chacune une paire de tableaux abstraits, en l'occurrence, de Klee ou de Kandinsky. Leur tâche consistait à noter le tableau qu'ils préféraient. Ils étaient alors catégorisés, de manière individuelle et confidentielle, en deux groupes selon qu'ils aimaient prétendument un peintre plutôt que l'autre. En fait, les participants étaient assignés au hasard à l'un ou l'autre groupe. On leur demandait ensuite de distribuer des points entre des paires d'individus anonymes, chaque paire comprenant un membre de leur groupe et un membre de l'autre groupe, sur base d'une « matrice » proposant différentes répartitions de points possibles entre les individus de la paire (Bourhis, Gagnon, & Sachdev, 1997, figure 13.1).

Le membre D7 de votre groupe reçoit…	19 18 17 16 15 14 13 12 11 10 9 8 7
Le membre B7 de l'autre groupe reçoit…	25 23 21 19 17 15 13 11 9 7 5 3 1

Figure 13.1 : Exemple de matrice utilisée par Tajfel. Note : Dans cet exemple, le participant fait face
à un dilemme : attribuer plus de points à un membre de son groupe dans l'absolu, mais en attribuer

encore plus à un membre de l'exogroupe (en choisissant le côté gauche) ou en attribuer plus à son groupe qu'à celui de l'exogroupe, mais en recevoir moins dans l'absolu (en choisissant le côté droit).

À la grande surprise des chercheurs, et en dépit du caractère dépouillé de cette situation, les participants favorisaient leur groupe en accordant plus de points aux membres de celui-ci qu'aux membres de l'autre groupe. On parle de biais pro-endogroupe. C'est le cas même s'il faut du coup priver un peu son propre groupe. Dans ces expériences, fondées sur ce qui deviendra connu sous le nom de paradigme des groupes minimaux (Tajfel, et al., 1971), la simple catégorisation suffit à ce que des individus se définissent comme membres du groupe et favorisent celui-ci. Cette catégorisation produirait une forme de dépersonnalisation, comme la qualifient Turner et ses collègues (1987, voir aussi chapitre 4), et le comportement, initialement localisé sur le pôle interpersonnel, viendrait se placer sur le pôle intergroupe du continuum imaginé par Tajfel. C'est l'identité sociale des individus, et non plus leur identité individuelle, qui sous-tend leurs réactions.

À vrai dire, ces résultats font écho à un aspect longtemps passé inaperçu dans les comptes-rendus de Sherif. À la fin de la première phase de l'étude de Robbers' Cave, lorsque les enfants apprenaient la présence d'un autre groupe, ils manifestaient d'emblée des attitudes hostiles à leur égard. Ce pattern émergeait avant toute expérience de compétition. Là aussi, le simple fait de s'identifier à un groupe conduisait à de l'hostilité et de la discrimination à l'égard d'un exogroupe. Selon Tajfel et ses collègues, la discrimination qui découle de la catégorisation s'expliquerait par une volonté de pouvoir tabler sur une « identité sociale positive » : une fois catégorisés, les individus compareraient leur groupe à l'exogroupe et veilleraient à ce que les comparaisons soient à leur avantage. Lorsqu'aucune dimension autre que la distribution de points ne s'avère disponible, comme dans les groupes minimaux, les participants utiliseraient celle-ci pour sortir victorieux de la comparaison, ce qui rejaillirait alors sur leur estime de soi. Une compétition objective n'est donc pas une condition nécessaire à l'émergence d'une discrimination : la catégorisation seule suffit.

Tant la théorie des conflits réels que la théorie de l'identité sociale mettent en jeu une panoplie de réactions en situations intergroupes. Rappelez-vous le chapitre 3 portant sur la perception des groupes et la distinction entre les stéréotypes, les préjugés et la discrimination. Seule la question des stéréotypes, c'est-à-dire des croyances et opinions à propos des groupes, avait été abordée en détail. Au vu des résultats obtenus par Sherif et par Tajfel, il est donc grand temps de nous pencher sur les deux autres.

Le mouvement pour les droits civiques

Rosa Parks, une des figures marquantes
de la lutte pour les droits civiques aux États-Unis.

Comme c'est souvent le cas en recherche, les travaux de Sherif n'ont pas surgi de manière fortuite. Dans un climat de scepticisme croissant face aux explications des phénomènes intergroupes en termes de personnalité, ces travaux ont été conduits alors que les États-Unis d'Amérique sont secoués par les luttes pour les droits civiques. Les actes de résistance par Rosa Parks et des dizaines d'autres individus, mais aussi les manifestations non violentes des Noir·e·s réprimées sévèrement par les forces de l'ordre ou les discours enflammés de Martin Luther King sont autant d'électrochocs dans une société en proie au doute et à la remise en cause d'un ordre social profondément enraciné dans le racisme et les inégalités entre groupes. En 1954, les décisions de la Cour suprême forçant la mixité raciale dans les écoles des états du Sud ainsi que la publication simultanée d'un ouvrage de Allport (1954) devenu un classique absolu finissent de consacrer l'importance du contact comme antidote aux préjugés et à la discrimination pour peu que des conditions favorables soient réunies : Il s'agit que le contact soit prolongé, s'appuient sur des relations égalitaires, rencontrent des objectifs communs et se déroulent dans un cadre institutionnel soutenant. Sans que les propositions d'Allport n'aient été directement à l'origine du programme de recherche de Sherif, ce sont là précisément les éléments de contexte que ce dernier met en place dans ses expériences.

2. Les émotions intergroupes

Le premier aspect que nous considérerons est celui de préjugé, un terme qui renvoie au mot anglais prejudice (Yzerbyt & Aubé, 2018). Il se réfère à une attitude, le plus souvent négative, à l'égard des membres d'un groupe (ou vis-à-vis du groupe dans son entièreté) en raison de leur appartenance à ce groupe. Il s'agit donc d'une réaction : « Je les aime » vs. « Je ne les aime pas ». Au-delà de cette composante générale, des réactions affectives plus spécifiques sont également à prendre en compte, comme la peur, la haine, le mépris, etc. Et du côté positif, le respect, l'admiration, la bienveillance ont tout autant droit de cité. En somme, lorsqu'on évoque un préjugé intergroupe, on fait référence à une très large gamme d'attitudes. Il n'étonnera personne que le racisme, le sexisme ou l'antisémitisme incorporent des formes de préjugés même si ces postures renvoient à des idéologies plus larges.

Pour mesurer le préjugé, on peut se tourner vers des questionnaires. On demande alors de façon explicite aux personnes de rapporter leurs sentiments et leurs réactions en rapport avec le groupe cible. Évidemment, si les gens pensent qu'il est mal vu d'exprimer certains préjugés à l'encontre d'un groupe précis, comme les migrant·e·s, les transgenres, ou les chômeur·euse·s, ils peuvent chercher à les dissimuler (Crandall & Eshlemann, 2003). Afin de contourner ce biais de désirabilité sociale, les chercheur·e·s ont développé diverses procédures de recueil de données (Sigall & Page, 1971 ; Himmelfarb, 1993). Une stratégie populaire consiste à mieux épouser le discours effectif des personnes en s'écartant des préjugés traditionnels par trop choquants. En proposant des affirmations qui se drapent dans des logiques plus sophistiquées que le dénigrement pur et simple, on peut jauger le degré de rejet ou d'acceptation dans le chef des répondant·e·s. On parle alors de préjugés « subtils » (Duckitt, 1991 ; Pettigrew & Meertens, 1995) ou « modernes » (McConahay, 1986).

Exemples d'items issus de l'échelle de Pettigrew et Meertens (1995) [traduits et adaptés aux relations entre Français·es et Immigré·e·s.

Les gens doivent s'exprimer sur une échelle allant de 1 = « pas du tout d'accord » à 5 = « tout à fait d'accord ».

Préjugé Flagrant :

• Les immigrés occupent des emplois que les Français devraient occuper.

• La plupart des immigrés vivant ici qui reçoivent des aides de la sécurité sociale pourraient s'en sortir sans cela s'ils essayaient.

• Les Français et les immigrés ne peuvent jamais être vraiment à l'aise les uns avec les autres, même si ce sont des amis proches.

• Je serais disposé à avoir des relations sexuelles avec une personne immigrée [item inversé].

Préjugé Subtil :

• Les Français et les immigrés sont similaires dans les valeurs qu'ils enseignent à leurs enfants [item inversé].

• Les immigrés qui vivent ici enseignent à leurs enfants des valeurs et des compétences différentes de celles qui sont requises pour réussir en France.

• Beaucoup d'autres groupes sont venus en France et ont surmonté les préjugés et ont travaillé pour atteindre le haut de l'échelle. Les immigrés actuels devraient faire de même sans faveur particulière.

Figure 13.2. Représentation schématique de la séquence adoptée dans l'amorçage affectif (d'après Fazio et al., 1995)

Depuis une vingtaine d'années, la méthode de prédilection face aux résistances des répondants consiste toutefois à recourir à des mesures implicites des préjugés. Ces mesures sont du même acabit que les outils

déjà abordés au chapitre 3 si ce n'est qu'on évalue ici la facette affective. Les plus répandues, comme le test d'association implicite (TAI ; Rudman, Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998), le test d'amorçage affectif (Fazio et al., 1995) ou le test de mésattribution affective (Payne et al., 2005 ; Payne & Lundberg, 2014), s'appuient sur le délai de réponse, peu contrôlable, dans diverses tâches présentées par le biais d'un écran d'ordinateur. Dans le cas du TAI, on enregistre la rapidité avec laquelle les gens associent l'endogroupe à des mots positifs et l'exogroupe à des mots négatifs plutôt que l'inverse (il est possible d'effectuer ce test en ligne : https://implicit.harvard.edu/implicit/france/).

Pour l'amorçage affectif, les répondant·e·s sont invité·e·s à indiquer la valence positive ou négative d'une série de mots sans rapport direct avec les groupes (voir figure 13.2). L'astuce consiste à faire précéder l'apparition à l'écran de ces mots par une série de XXX présentés proche du ou juste sous le seuil de conscience. Pour certains des mots, les XXX sont très brièvement entrecoupés d'un label catégoriel (p.ex., Blanc versus Noir). Il s'agit alors de vérifier si la valence correcte du mot cible est identifiée plus ou moins rapidement en fonction de l'amorce. Si les participants répondent plus rapidement que le mot « serpent » est négatif quand ce mot suit l'amorce « NOIR » plutôt que l'amorce « BLANC » ou « XXX », on décrétera qu'il existe une réaction affective négative à l'endroit des Noir·e·s. Pour la mésattribution affective, les personnes doivent « deviner » la tonalité positive ou négative de caractères chinois inconnus présentés dans la foulée d'amorces incarnant les catégories que les chercheur·e·s souhaitent contraster (voir figure 13.3). Une propension à évaluer les caractères chinois de façon différenciée est alors censée mettre au jour un préjugé plus ou moins marqué à l'endroit des groupes examinés.

Figure 13.3. Exemples de stimuli utilisés dans la procédure de mésattribution affective (d'après Payne et al., 2005)

Le « préjugé implicite», tel qu'il est appréhendé dans ces mesures, ne recouvre pas nécessairement la même réalité que le « préjugé explicite » évalué à l'aide de questionnaires. Mais si les corrélations avec les mesures explicites sont le plus souvent ténues, voire inexistantes, l'une et l'autre

source d’information peuvent se révéler précieuses (Dovidio, Kawakami, & Gaertner, 2002).

Un grand nombre de recherches sur les relations intergroupes ont placé la question du préjugé au cœur de leurs préoccupations. Selon une des approches les plus complètes et ambitieuses en la matière, la théorie de la menace intergroupe développée par Stephan et ses collègues (Stephan & Stephan, 1985, 2000, 2017 ; Stephan et al., 2002; Stephan & Renfro, 2002 ; Stephan, Ybarra, & Morrison, 2015), le sentiment de menace est le fondement du préjugé (voir figure 13.4). L’originalité de cette approche réside dans la formalisation de ce concept de menace, dont ils distinguent trois grandes formes.

Campagne du parti nationaliste suisse UDC contre la construction de minarets. Cette publicité semble recourir à la menace symbolique que fait peser la construction de minarets sur l’identité suisse (chrétienne). (© RTS)

Faisant échos aux travaux de Sherif, on trouve une menace dite réaliste non pas au sens où elle est plausible, mais au sens où elle concerne des réalités tangibles comme la survie ou le maintien de l’intégrité physique (on pense à la femme qui se sent mal à l’idée de faire son jogging) ou comme le bien-être économique (les immigré·e·s vont prendre « nos » emplois). Les croyances selon lesquelles un afflux de réfugié·e·s transformerait radicalement les valeurs de notre société sont quant à elles d’un tout autre ordre. Par exemple, il ne serait plus possible de consommer du porc dans les cantines scolaires ou certaines rues seraient pleines de fidèles musulman·e·s en prière à certaines heures de la journée. Il s’agit là d’une menace symbolique qui renvoie à la compatibilité entre les valeurs du groupe et les nôtres. Des enquêtes internationales montrent que c’est là un des plus importants catalyseurs du vote d’extrême droite (Norris & Inglehart, 2011).

Pour Stephan et ses collègues, l’anxiété intergroupe constitue le troisième type de menace ; il s’agit de l’angoisse que peut susciter le fait de devoir interagir avec les membres du groupe concerné. Selon la théorie de la

menace intégrée, le préjugé pourrait constituer une réponse à cette angoisse.

Centre d’accueil en Belgique (© Fedasil)

En 2015, face à la guerre qui sévissait dans leur pays, de très nombreux·ses ressortissant·e·s syrien·ne·s ont fui les combats qui menaçaient leur vie et détruisaient leurs foyers. Avec d’autres, il·elle·s ont tenté de trouver un salut dans l’exil, avec pour résultat un mouvement de population de très grande ampleur en direction de l’Europe occidentale. En Belgique, les autorités ont géré cette situation en mettant sur pied des centres d’hébergement répartis dans diverses communes du Royaume. De façon quasi systématique, une partie des personnes habitant près de ces lieux d’accueil a exprimé, parfois de façon très virulente, son refus que des migrant·e·s s’installent dans leur voisinage. Ces scènes, où crainte et colère se disputent la vedette, se sont d’ailleurs répétées à travers toute l’Europe.

Ainsi, fin octobre 2015, Walcourt, un petit village de la campagne wallonne, dans le Sud de la Belgique, est en émoi. Lors d’une séance d’information organisée pour expliquer la décision gouvernementale d’y envoyer une centaine de réfugié·e·s, les esprits s’enflamment. Les caméras immortalisent la réunion et le reportage restera dans les annales de la télévision belge. Des gens s’invectivent, des cris fusent, des noms d’oiseaux volent… Une femme explique qu’elle se demande comment elle pourra encore faire son jogging. On lui demande ce qu’elle veut dire. Elle s’inquiète, dit-elle, de savoir ce qui se passera lorsqu’elle croisera un des réfugiés en fin de journée… Un homme avance que les réfugié·e·s ne souhaitent de toute façon pas s’intégrer. Invité à préciser les éléments qui justifient son propos, il avoue en fait ne rien savoir des personnes dont on annonce l’arrivée si ce n’est qu’elles n’ont assurément pas les mêmes valeurs, les mêmes coutumes. Pour beaucoup d’observateur·rice·s, c’est en grande partie ce sentiment de menace qui alimente non seulement le vote populiste, mais aussi certains crimes de haine. Pourtant, dans les mois qui ont suivi, d’autres reportages ont permis de voir à quel point les choses ne s’étaient pas mal passées à Walcourt, bien au contraire. Avec courage, un des habitants a d’ailleurs souhaité préciser devant la caméra à quel point il

s’était fourvoyé en dénonçant les futur·e·s résident·e·s de leur commune. Le contact effectif était passé par là !

La perception de ces formes de menaces dépend elle-même d’une série de variables (Stephan et Renfro, 2002). Un facteur de première importance, qui façonnera l’anxiété, concerne la nature des relations personnelles avec les membres du groupe. Lorsqu’on connaît peu les membres du groupe, ou que les relations personnelles antérieures avec des membres de l’exogroupe sont marquées par une histoire conflictuelle, on peut, à raison, craindre les interactions avec celui-ci. De toute évidence, les relations plus globales entre les groupes joueront aussi un rôle. Ainsi, une longue histoire de conflits intergroupes est susceptible d’accentuer le sentiment de menace, notamment sur les plans réaliste et symbolique. Les différences individuelles constituent un autre type de facteur. Par exemple, certaines personnes sont davantage identifiées à leur groupe que d’autres. Enfin, des stéréotypes, le plus souvent désobligeants, viennent alimenter les trois formes de menaces. L’idée que les hommes homosexuels sont profondément pervers pourrait nourrir des réticences à l’idée de toute interaction avec ces derniers.

Figure 13.4. Théorie intégrée de la menace (d’après Stephan & Renfro, 2002)

D’après ce modèle, la menace relève avant tout d’une perception subjective. Elle ne correspond pas forcément à une menace réelle. On comprend mieux le rôle des discours politiques et médiatiques dans la construction d’une menace. Par exemple, les préjugés des électeur·rice·s britanniques à l’égard des « élites bruxelloises » ont été exacerbés par des discours suggérant que l’Europe s’approprierait des millions de livres sterling revenant en principe au système de santé britannique. De même, des leaders populistes comme Donald Trump, Marine Le Pen, ou Matteo Salvini ne cessent de présenter les immigré·e·s comme des criminel·le·s en puissance même si des données attestent que ce point de vue ne correspond nullement à la réalité (p.ex., Bell, Fasani, & Machin, 2013).

Dans la théorie intégrée de la menace, la séquence causale place les aspects cognitifs en début de processus et les conduites en fin de cycle, avec les émotions dans un rôle médiateur. Cette conception tripartite et séquentielle marque la discipline tout entière (Yzerbyt & Demoulin, 2019). Le modèle du contenu du stéréotype de Fiske et ses collaborateurs, déjà abordé au chapitre 3, adopte le même schéma. Pour rappel, ce modèle propose que deux dimensions s'avèrent fondamentales dans le jugement que nous portons sur les autres. Le degré de chaleur d'abord, indique dans quelle mesure le groupe nous semble sympathique, digne de confiance, ou encore sincère. Le degré de compétence, quant à lui, indique dans quelle mesure le groupe nous semble intelligent, sûr de soi et habile. Le croisement de ces deux dimensions permet de classer les groupes sociaux dans quatre catégories distinctes : les chaleureux et compétents, les chaleureux, mais peu compétents, les froids et compétents et enfin, les froids et incompétents.

Le BIAS map (Cuddy et al., 2007 ; voir figure 13.5) prolonge le modèle du contenu du stéréotype sur les plans affectif et comportemental. Des stéréotypes découlent donc des réactions émotionnelles puis des conduites. C'est ainsi que les groupes chaleureux et compétents font naître des sentiments d'admiration desquels découlent des comportements amicaux et encourageants. Plus ambiguë, la pitié que soulèvent les groupes perçus comme étant chaleureux et peu compétents entraine des actions pro-sociales en faveur du groupe tout comme des réactions d'indifférence ou d'ignorance. Les froids et compétents sont, quant à eux, source d'envie et de jalousie provoquant des attitudes aussi dissonantes que de l'hostilité ou de la coopération intéressée. Enfin, les froids et peu compétents suscitent plutôt du mépris ou du dégoût se manifestant à travers des comportements de rejet actif ou de dédain. On le voit, les différentes émotions que les individus ressentent envers les exogroupes sont directement rattachées aux stéréotypes de chaleur et de compétence attribués aux exogroupes, ces derniers étant propagés par la société et la culture dans laquelle baignent les individus.

Adoptant une perspective évolutionniste, Cottrell et Neuberg (2005) quant à eux considèrent que les préjugés sont des réponses individuelles à des évaluations cognitives enracinées dans l'espèce. L'individu serait doté d'un

système « câblé » ancestral réagissant aux menaces ou aux opportunités présentes dans l'environnement. Ce système avertirait l'individu du comportement à adopter. Autrement dit, les réactions suscitées par tel ou tel (membre d'un) exogroupe s'imposent à nous, car elles ont naguère permis de favoriser la survie de l'espèce. Si notre environnement s'avère sans doute globalement moins périlleux qu'auparavant, ces réactions émotionnelles, et les perceptions de menace qui les engendrent n'en resteraient pas moins actives. Parmi les éléments déclencheurs, tout ce qui pourrait attenter à l'intégrité physique des individus occupe une place prépondérante. Selon que l'on pense qu'un exogroupe puisse se montrer agressif envers nous ou est susceptible de nous contaminer, ces croyances stéréotypées suscitent de l'anxiété ou du dégoût. Autre exemple, lorsqu'un exogroupe est perçu comme un obstacle entravant l'atteinte d'un but, des sentiments de colère ou d'agacement risquent de se faire jour. Restent les sentiments plus ambivalents, tels la pitié ou la culpabilité, naissant tous deux de situations impliquant une forme de moralité. La première s'appuie sur l'opinion selon laquelle l'exogroupe serait dans l'incapacité d'entretenir une relation d'échange équilibrée avec l'individu et son endogroupe alors que la seconde surviendrait quand l'exogroupe souffre d'actes commis par le groupe d'appartenance de l'individu. La culpabilité des Français·es ou des Belges envers les Africain·e·s générée par l'exploitation de leurs ancêtres en est un bel exemple [chapitre 5].

Figure 13.5. Le BIAS Map avec les différentes émotions et les comportements d'obstruction et de facilitation en fonction de la localisation sur les axes de compétence et de chaleur (d'après Cuddy et al., 2007).

Ce qui frappe dans le cas des relations intergroupes, c'est qu'au-delà des évaluations que nourrissent les personnes à titre personnel, la prise en considération du point de vue groupal peut aussi façonner les émotions face aux événements. On pense à la joie débordante ressentie lorsque son équipe nationale de football gagne un match, ne parlons même pas ici d'une victoire finale à la coupe du monde. C'est ce que montre une étude de Cialdini et ses collègues (1976) sur le phénomène du BIRGing (Basking In Reflected Glory), littéralement, « faire en sorte que la gloire d'autrui

rejaillisse sur soi » , déjà évoquée brièvement au chapitre 4. Des étudiant·e·s manifestaient bien plus de signes ostentatoires d'appartenance à leur équipe universitaire (casquettes, T-shirts, écharpes, badges) au lendemain d'une victoire que suite à une défaite. En somme, il semblerait que les supporters aient ressenti de la joie (ou de la déception en cas de défaite) induite par leur appartenance sociale.

Soldat néerlandais interrogeant des Indonésiens lors de la période de la guerre d'indépendance (© Stichting Nationaal Museum van Wereldculturen).

Mais si des émotions paraissent découler des appartenances groupales des individus, comment s'assurer qu'elles aient véritablement une dimension sociale, allant au-delà des enjeux personnels des individus ? Pour répondre à cette question importante, Doosje et ses collaborateurs (1998) ont fait en sorte que les réactions affectives ne puissent pas s'expliquer autrement que par le sentiment d'appartenance sociale. Ces auteurs ont demandé à leurs étudiant·e·s néerlandais·e·s d'indiquer leur niveau d'identification aux Pays-Bas avant de prendre connaissance de documents historiques concernant le passé colonial de leur pays en Indonésie. Alors qu'une partie des participant·e·s lisent des informations accablantes sur les colonisateurs bataves et d'autres se voient présenter un ensemble de bienfaits apportés par leur nation, d'autres enfin reçoivent des rapports mitigés. La thématique retenue garantit que personne ne peut se sentir impliqué à titre individuel. Et pour cause, la colonisation a pris fin bien avant leur naissance. Pourtant, quel que soit le degré d'identification, les réactions de culpabilité rapportées par les participant·e·s sont plus marquées lorsque le compte-rendu de la colonisation était négatif plutôt que positif. De façon intéressante, les informations mitigées engendrent elles aussi de la culpabilité, mais uniquement en cas de faible identification nationale (voir figure 13.6). Dans cette même condition, l'identification influence aussi le niveau de compensation consenti aux Indonésiens en réparation des dommages subis.

Le modèle des émotions intergroupes de Smith (1993, 1999) offre un cadre général permettant de rendre compte de tels résultats. Cet auteur combine la

vision dominante des émotions, à savoir celle des évaluations cognitives (Frijda, 1986 ; Lazarus, 1991 ; Smith & Ellsworth, 1985), traditionnellement axées sur les réactions individuelles, et les approches de l'identité sociale (Tajfel & Turner, 1979 ; Turner et al., 1987), qui soulignent la capacité des personnes à appréhender une situation en tant que membre d'un groupe ou d'une catégorie sociale. Concrètement, cela signifie que les gens apprécient le monde qui les entoure, qu'il s'agisse de son groupe, d'un autre groupe, ou encore d'un événement quelconque, à l'aune de ce qu'ils imaginent que pensera leur groupe d'appartenance. Autrement dit, les gens s'insurgent, se sentent coupables, ou restent indifférents face aux événements selon que la situation de leur groupe d'appartenance change (Devos, Smith, & Mackie, 2000).

Figure 13.6. Acceptation de la culpabilité collective en fonction du niveau d'identification et de la présentation du passé colonial néerlandais (d'après Doosje et al., 1998, étude 2).

Figure 13.7 Sentiment de colère et intention de s'opposer à la décision en fonction du niveau d'identification et de l'inclusion dans le groupe des étudiants en général ou des seuls étudiants de l'Université de Louvain (d'après Yzerbyt et al., 2003).

Prolongeant cette perspective, Yzerbyt et ses collègues (2006; Yzerbyt & Kuppens, 2009) s'appuient plus encore sur la théorie de l'auto-catégorisation et tablent sur la fluidité des appartenances sociales. Selon ces auteurs, les réactions émotionnelles changeront radicalement selon que les personnes se voient ou non comme les membres d'un groupe affecté par les événements. Dans une expérience illustrant ce phénomène (Yzerbyt et al., 2003), les participant·e·s, tous et toutes des étudiant·e·s belges francophones de l'Université catholique de Louvain à Louvain-la-Neuve, apprenaient que l'étude qui leur était proposée portait sur la comparaison, selon la condition, entre les réponses d'étudiant·e·s et de professeur·e·s ou entre celle d'étudiant·e·s de Louvain-la-Neuve et d'étudiant·e·s d'autres universités belges. Dans le premier cas, on s'attendait donc à ce que les

participant·e·s considèrent les étudiant·e·s comme un groupe commun (le groupe des étudiant·e·s), ce qui devrait les conduire à s'associer à des étudiant·e·s fréquentant d'autres institutions. Dans le second cas, il s'agissait de promouvoir l'idée d'une multitude de groupes distincts (différents groupes correspondant à différentes universités) et de prévenir un sentiment d'appartenance au groupe des étudiant·e·s dans leur ensemble. Tout le monde lisait ensuite un article (factice) indiquant que le directoire de l'université de Gand avait décidé que l'Anglais deviendrait la langue d'usage à partir de la troisième année de cursus. Aux dires de l'article, cette décision avait déclenché les foudres du corps étudiant de Gand. Comme prévu, lorsque le contexte rendait saillante l'appartenance à un groupe commun et que l'identification des étudiants à ce dernier était élevée, les étudiant·e·s de Louvain-la-Neuve disaient ressentir plus de colère et étaient davantage prêt·e·s à s'opposer face à une décision qui ne les affecterait pourtant pas (voir figure 13.7). En d'autres termes, un fort sentiment d'appartenance à un groupe qui nous paraît inclure la victime d'une mesure jugée injuste fait que nous ressentons mieux ses difficultés comme s'il s'agissait des nôtres et que nous agissons en conséquence (Gordijn, Yzerbyt, Wigboldus, & Dumont, 2006).

On le voit, plusieurs modèles se sont penchés sur les réactions émotionnelles des gens face aux groupes qui les entourent. Mais ces réactions nourrissent aussi des postures attitudinales plus englobantes, des idéologies, qui combinent des réponses affectives et des systèmes de croyances. C'est ce que nous abordons dans la section suivante.

3. Idéologies et préjugés

Depuis la fin du xixe siècle et jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, le racisme renvoyait à une croyance selon laquelle certains groupes sont biologiquement inférieurs à d'autres (racisme biologique) et une hostilité manifeste à l'égard d'autres groupes définis sur une base raciale. De même, le sexisme se nourrissait de l'idée que les hommes étaient décidément plus habilités à conduire les affaires, les femmes se voyant cantonnées à des rôles subalternes et confinées dans la sphère familiale. Depuis, de telles expressions flagrantes de dénigrement voire de rejet sont devenues moins acceptables et, de fait, moins courantes - du moins en Occident. Certes, la

situation n’est pas parfaite et bien que des situations d’exclusion et de discrimination soient encore trop souvent à déplorer, on observe que s’installent peu à peu des normes de tolérance dans les relations entre groupes humains. Pour autant, cette évolution salutaire dans la sphère publique ne doit pas faire perdre de vue l’inertie au niveau des croyances et des émotions au titre individuel. Des attitudes racistes perdurent, mais adoptent des formes plus détournées, moins explicites.

3.1. Différentes formes de racisme « subtil »

© Cesar Valleja

Les travaux menés aux États-Unis sur le racisme moderne et le racisme symbolique (McConahay, 1986 ; Sears & Henry, 2003, 2005 ; Sears & McConahay, 1973) révèlent que de nombreuses personnes sont confrontées à un conflit intérieur entre leurs idéaux égalitaires et des sentiments négatifs à propos des minorités, les Noir·e·s en particulier. Pour résoudre ce conflit, les racistes modernes/symboliques auraient tendance à considérer que la discrimination n’est plus de mise. Dans le même temps, si ces personnes souscrivent à l’idée de l’égalité, les racistes modernes/symboliques conçoivent ce principe en termes d’opportunités et non de ressources. Il faut que chacun ait les mêmes chances, pas le même statut ou les mêmes revenus. Du coup, les racistes modernes estiment leur opposition aux mesures antidiscriminatoires fondées sur des bases rationnelles. Ce processus de rationalisation emprunte une gamme d’arguments entremêlés comme le fait que les préjugés et la discrimination appartiennent au passé, que les inégalités qui subsistent découlent des caractéristiques des personnes concernées, qu’on est en droit de contester des différences de traitement telles que la discrimination positive, que les prétendues victimes cherchent avant tout l’octroi de faveurs spéciales et que la plupart des concessions qui sont faites en matière de discrimination sont illégitimes. Bref, les racistes modernes ont le profond sentiment d’être traités de manière injuste et se sentent floué·e·s. Ces sentiments, nourris au fil de la socialisation, se mêlent à une profonde ignorance au sujet des

minorités, une posture traditionaliste et un souci de protection/favoritisme de l'endogroupe.

S'appuyant sur un raisonnement similaire, Pettigrew et Meertens (1995 ; Meertens & Pettigrew, 1997) ont étudié ce qu'ils appellent les préjugés subtils dans le cadre des relations ethniques en Europe et ajoutent à la panoplie des aspects évoqués plus haut une exagération des spécificités culturelles. Ces travaux ont surtout veillé à mettre en évidence des différences individuelles à l'aide d'échelles spécialement mises au point à cet effet (voir les échelles de préjugés subtil et flagrant « évoquées précédemment »). Des mesures de racisme flagrant ne parviennent pas à révéler de telles nuances. Tout au plus permettent-elles d'identifier des personnes explicitement et souvent extrêmement racistes. Ceci étant, ces mesures plus subtiles n'en sont pas moins liées à des échelles beaucoup plus explicites ce qui suggère qu'elles évaluent bien le même construit.

D'autres recherches mettent en exergue une posture distincte, qualifiée de racisme aversif (Dovidio & Gaertner, 1998, 2004). Les racistes aversifs éprouveraient une difficulté foncière à réconcilier des valeurs égalitaires et des réactions émotionnelles négatives face aux groupes stigmatisés. Il s'agit dès lors de nier l'existence de ces sentiments peu flatteurs et de considérer au contraire qu'on n'éprouve que des affects positifs à l'égard des membres des groupes minoritaires. Si la logique des racistes modernes s'avère davantage offensive et caractérise une portion limitée de la population, la motivation de paraître dénué de préjugés combinée à l'expérience inéluctable de l'inconfort, de l'embarras et de la peur pousse les racistes aversifs à l'évitement et au désengagement ou, lorsque le contact ne peut être évité, à des conduites ambiguës voire de surcompensation. Pour ces personnes, dont la posture défensive est somme toute assez répandue, il s'agit de se comporter d'une manière qui soit suffisamment subtile et aisée à rationaliser pour ne pas prêter le flanc à la critique : plutôt que de discriminer l'exogroupe, on privilégiera l'endogroupe. Partant de l'idée que la plupart des gens nourrissent cette ambivalence émotionnelle, l'attention des chercheur·e·s s'est davantage portée sur la manière dont les contraintes situationnelles modulent l'expression des préjugés que sur la création d'une échelle spécifique.

Dans une expérience illustrative, Dovidio et Gartner (2000) ont demandé à des étudiant·e·s d'évaluer un candidat pour une fonction de tutorat sur la base d'un curriculum et de la retranscription d'un entretien. Ancêtre de ce qu'on appelle aujourd'hui les tests de situation, cette expérience présentait le candidat comme un Noir ou comme un Blanc et, alors que le candidat apparaissait très qualifié dans une condition, il l'était peu dans un autre et une troisième condition le présentait de manière ambiguë, bon dans certains aspects et mauvais dans d'autres. Comme le montre le tableau 13.1, en cas de qualifications indiscutablement bonnes ou mauvaises, les étudiant·e·s sélectionnaient le candidat noir ou blanc dans les mêmes proportions. En revanche, le candidat ambigu était sélectionné bien plus souvent lorsqu'il était présenté comme blanc que lorsqu'on le disait noir. Les chercheurs ont pu montrer que le taux de 45 % observé pour le Noir ne se démarquait pas des 50 % obtenus sur des personnes dans une condition contrôle alors qu'aucune mention n'est faite au sujet de la couleur de peau du candidat. Ce qui frappe, par contre, c'est que le taux de 76 % obtenu pour le Blanc est nettement supérieur à ce chiffre de 50 %. Des études ultérieures ont montré que, dès lors qu'on annonce que le candidat est noir, les étudiant·e·s ont tendance à accorder plus de poids aux informations négatives qu'aux informations positives alors que le bénéfice du doute est accordé au candidat blanc. Selon Crandall et Eshleman (2003) et leur modèle de la suppression-justification, bien des personnes ressentent un profond malaise avec des membres de certains groupes. Mais comme leur système de valeurs égalitaires les motive à agir sans préjugés, elles prendront grand soin à supprimer toute expression de ceux-ci. Ce n'est que si des circonstances permettent de justifier sans risque la dérogation de ces groupes ou de leurs membres que les préjugés à leur encontre pointeront le bout du nez (Delroisse, Herman, & Yzerbyt, 2012).

	Blanche	Noire
Bon	85	91
Ambivalent	76	45

Mauvais	6	13

Tableau 13.1. Pourcentage d'étudiant·e·s qui sélectionnent le candidat en fonction de ses qualifications pour l'emploi et de sa couleur de peau (d'après Dovidio & Gartner, 2000).

Les recherches sur le racisme aversif ont permis de mettre au jour un relatif fossé entre des mesures traditionnelles, où l'on attend que les participant·e·s s'abstiennent d'exprimer des préjugés, et des mesures implicites qui minimisent leur contrôle sur des réponses négatives à l'encontre des minorités (Blair, 2001 ; Dovidio, Kawakami, & Beach, 2001 ; McConnell & Leibold, 2001). En revanche, comme le montrent Dovidio, Kawakami et Gaertner (2002), tant les préjugés explicites qu'implicites peuvent avoir leur pertinence. Ainsi, dans des rencontres orchestrées entre des Blanc·he·s et des Noir·e·s le racisme rapporté par les Blanc·he·s prédisait le comportement verbal ainsi que leur sentiment de sympathie à l'égard de leur intercoluteur·rice. Dans le même temps, les mesures implicites prédisaient les manifestations comportementales de sympathie (distance, contact visuel, etc.), mais aussi la mesure dans laquelle les Blanc·he·s paraissaient biaisé·e·s aux yeux de leur interlocuteur·rice noir·e ainsi que pour des observateur·rice·s extérieur·e·s.

3.2. Le sexisme ambivalent

Les travaux sur le sexisme ambivalent (Glick & Fiske, 2001) proposent une troisième conception du conflit intérieur à propos d'un groupe cible. Le constat de départ est que certains groupes entretiennent des rapports de dépendance qui changent sensiblement la donne. Chaque groupe, même le groupe dominant, ne peut tout simplement se passer de l'autre groupe et doit donc s'assurer un minimum de coopération de la part de ses membres. Il s'agit donc d'abandonner l'idée d'exclusion (voire d'éradication) et de promouvoir ce qu'on peut qualifier de rapports d'exploitation. Le cas qui saute aux yeux, mais ce n'est pas le seul, est celui des femmes et des hommes. L'idée de base du sexisme ambivalent est que les hommes, mais également les femmes, peuvent simultanément nourrir de l'hostilité envers

les femmes non traditionnelles (manifestant ainsi du sexisme dit hostile) et apprécier les femmes traditionnelles (montrant ainsi du sexisme bienveillant).

Le sexisme hostile consiste à voir les hommes et les femmes comme des ennemi·e·s, les femmes tentant de contrôler les hommes par le mariage, par la séduction, par une demande constante d'attention, ou de rivaliser avec eux sur le plan de leur pouvoir et de leur identité. À l'opposé, le sexisme bienveillant place les femmes sur un piédestal comme des créatures à la fois bonnes et pures, épaulant leur compagnon et s'occupant de leurs enfants, mais les confine aussi au rôle traditionnel de femmes au foyer, car elles sont vues comme fragiles et incompétentes (Glick & Fiske, 1996, 2001 ; pour une revue, voir Rudman & Glick, 2012). Les chercheur·e·s ont concocté un inventaire de sexisme ambivalent afin de jauger ces deux facettes du sexisme (Glick & Fiske, 2001 ; pour une adaptation française, voir Dardenne, Delacollette, Grégoire, & Lecocq, 2006). Les deux formes de sexisme sont positivement corrélées entre elles (Glick & Fiske, 1996). Rien d'étonnant à cela : le sexisme bienveillant récompense les femmes qui se conforment aux rôles de genre traditionnels alors que le sexisme hostile punit celles qui s'en éloignent. Pour illustrer ces deux formes de sexisme, imaginez la scène suivant : une jeune femme se balade dans la rue. Alors qu'elle s'approche d'un homme assis sur un banc longeant le trottoir, celui-ci la complimente sur son apparence (sexisme bienveillant), mais alors qu'elle s'éloigne en faisant semblant de l'ignorer, il l'insulte violemment (sexisme hostile).

Le sexisme bienveillant se révèle particulièrement sournois. Dardenne, Dumont et Bollier (2007) ont ainsi invité des étudiantes à prêter leur concours pour que de prétendus stagiaires masculins puissent réaliser leurs travaux pratiques. L'exercice était présenté comme un apprentissage au recrutement au cours duquel elles devaient s'imaginer être des candidates à un emploi. Avant de procéder à un test en vue de sélectionner les futures collaboratrices de l'entreprise, les jeunes femmes étaient confrontées à un jeune homme qui, dans la condition contrôle, leur expliquait la nature de l'entreprise, le contexte général du recrutement ainsi que les attentes spécifiques du profil de poste. Dans la condition de sexisme hostile, le recruteur précisait que de nouvelles réglementations forçaient les

employeurs à engager un certain pourcentage de personnes du sexe faible et qu'il espérait, sachant les femmes facilement vexées, que cette mesure n'allait pas leur apparaître vexante. Il indiquait en outre que les collaboratrices retenues travailleraient exclusivement avec des hommes et que les féministes exagéraient bien souvent la difficulté de ce genre de situation dans les entreprises concernées dans l'espoir de se garantir des avantages supplémentaires. Dans la condition de sexisme bienveillant, le recruteur informait les candidates que de nouvelles réglementations forçaient les employeurs à engager des femmes en cas de compétences égales. Il indiquait également qu'elles allaient travailler exclusivement avec des hommes, mais que, au vu des difficultés que peuvent rencontrer les femmes à s'habituer aux tâches requises, ces derniers entendaient bien coopérer et les aider le plus possible. Les participantes étaient ensuite soumises à un test de performance et devaient répondre à des questions complémentaires. Comme le montre la figure 13.9, alors que la motivation des participantes à décrocher l'emploi est la même dans les trois conditions et que le nombre de tentatives de résolution de problèmes s'avère d'ailleurs identique, le sexisme a pour effet d'assombrir le climat de la séance de recrutement. Plus important encore, et comme les auteurs le prévoyaient, seul le sexisme bienveillant détériore la performance. Des expériences complémentaires (Dardenne et al., 2007 ; Dumont et al., 2010) confirment que le sexisme bienveillant suscite des pensées intrusives qui perturbent la réalisation de la tâche. La posture paternaliste est donc bien plus destructrice qu'une attaque frontale.

Figure 13.8. Scores sur 4 critères en fonction de la condition expérimentale (d'après Dardenne et al., 2007, étude 1).

Le fait est que les femmes elles-mêmes s'empressent souvent d'endosser le sexisme bienveillant (ne le percevant souvent pas comme du sexisme, cf. figure 13.9), ce qui tend à rendre la lutte contre le sexisme d'autant plus ardue. En particulier, l'accueil favorable fait par les femmes aux hommes sexistes bienveillants cautionne les croyances traditionalistes de ces derniers et les renforce dans leur sentiment de supériorité. Les hommes peuvent aussi s'abstenir de remettre en question leurs croyances hostiles

dès lors qu'ils ont l'impression de professer des attitudes apparemment positives. Des données montrent aussi que le niveau de sexisme bienveillant dans les différents pays est corrélé négativement à toute une série d'indicateurs d'égalité entre les femmes et les hommes sur les plans politiques, économiques et sociaux (Glick et al., 2000, 2004). On notera aussi au passage que les travaux sur le sexisme ambivalent se situent aux racines du modèle du contenu des stéréotypes de Fiske et collègues (2002). Mais si les préjugés vont de pair avec des postures idéologiques spécifiques, la question des enracinements de ces attitudes n'est pas examinée de façon approfondie dans les conceptions évoquées plus haut. C'est au contraire ce qui caractérise les travaux sur l'autoritarisme et la dominance sociale. Dans l'un et l'autre cas, la socialisation et, partant, les différences individuelles sont au cœur du phénomène.

3.3. L'autoritarisme

Au sortir de la Seconde Guerre mondiale et après la découverte des horreurs de l'Holocauste, les chercheur·e·s ont voulu comprendre les racines de l'antisémitisme, de la haine raciale, mais aussi du suivisme face aux régimes fascistes, et singulièrement, le nazisme. Ce travail a conduit à incriminer une structure de personnalité connue sous le nom de personnalité autoritaire (Adorno, Frenkel-Brunswick, Levinson, & Sanford, 1950 ; Allport, 1954). La personnalité autoritaire se caractérise par une soumission totale à l'autorité, une pensée rigide, un conventionnalisme et un conservatisme, et de l'agressivité à l'encontre de ceux·elles qui ne se conforment pas aux règles et aux normes établies. La haine des exogroupes observée à l'âge adulte résulterait d'un conflit vécu durant l'enfance entre d'une part l'amour sincère envers des parents idéalisés et d'autre part le rejet voire la haine de ces mêmes parents, et singulièrement le père, en réaction à leurs pratiques éducatives strictes, punitives et dominatrices. Au fil du temps, de nombreux soucis méthodologiques et des difficultés théoriques ont mis à mal la crédibilité de cette approche. Pour autant, il semble bien qu'il existe un lien entre autoritarisme et préjugés.

Les discours des présidents des États-Unis et de Hongrie, Donald Trump et Victor Orban, épousent les valeurs des personnes caractérisées par un haut niveau d'autoritarisme de droite : représentation dichotomique du monde, réponses simples, incitation à des comportements agressifs vis-à-vis de certains exogroupes, etc. (© European People's Party)

Une version réactualisée de cette approche, connue sous le nom d'autoritarisme de droite (AD ; Altemeyer, 1981, 1988), se montre bien plus convaincante sur le plan méthodologique tout en se défaisant de l'essentiel du bagage freudien propre aux conceptions antérieures. Trois thèmes se dégagent, à savoir que les gens hauts en AD se distinguent par un niveau important d'obéissance par rapport aux autorités jugées légitimes (soumission à l'autorité), par un degré élevé d'agressivité à l'encontre des personnes sanctionnées par ces autorités (agression exogroupe) et par une forte adhésion aux valeurs traditionnelles (convention). Les gens hauts en AD ont aussi tendance à voir les choses en noir et blanc et à séparer de manière très nette le monde entre l'endogroupe d'une part et les exogroupes d'autre part. Ils manquent de flexibilité mentale et tolèrent mal les réponses complexes et les expériences nouvelles ainsi que l'ambiguïté. Ces personnes voient le monde comme un endroit dangereux et menaçant, ce qui fait de la recherche de la sécurité une de leur priorité. C'est la raison pour laquelle elles valorisent la protection que leur procure l'endogroupe et la guidance que leur assurent les figures d'autorité. L'ensemble de ces caractéristiques fait que les gens hauts en AD ont des préjugés à l'encontre de toute une série de groupes perçus comme fragilisant les normes en vigueur (Altemeyer, 1998 ; Altemeyer & Hunsberger, 1992).

3.4. L'orientation à la dominance sociale

Une autre différence individuelle liée à l'expression de préjugés est l'orientation à la dominance sociale (ODS ; Pratto et al., 1994). À côté d'une composante de domination de groupe qui renvoie à la conviction que certains groupes, et singulièrement, l'endogroupe devraient occuper le haut du pavé, l'ODS recouvre une composante d'opposition à l'égalité qui reflète la croyance que les groupes inférieurs devraient rester à leur place (Jost & Thompson, 2000). Sidanius et Pratto (1999) ont montré que les gens qui ont un niveau élevé d'ODS préfèrent des relations inégalitaires

entre les groupes, leur propre groupe occupant le haut de l'échelle sociale. De façon peu étonnante, les gens qui ont une ODS élevée ont des préjugés à l'encontre des membres de groupes qui questionnent la légitimité d'un système et qui voudraient forcer au partage des ressources. Manquant d'empathie, ils voient leurs relations avec d'autres groupes en termes de gagnant-perdant. Une notion centrale de la théorie de l'ODS est que les gens hauts en ODS adhèrent à des croyances permettant de justifier les positions désavantageuses des groupes dominés et, ce, en dépit de la désapprobation générale à l'égard des préjugés. Parmi ces croyances, qualifiées de mythes de légitimation, on retrouve la méritocratie, l'éthique protestante du travail (une idéologie d'inspiration calviniste valorisant le travail, la discipline et l'épargne), la croyance en un monde juste [chapitre 12], etc. Les stéréotypes offrent eux aussi une voie de rationalisation aux individus dont l'ODS est élevée. Les stéréotypes positifs sont particulièrement pernicieux parce qu'ils autorisent les personnes dont l'ODS est élevée à maintenir les groupes dominés dans une position de subordination tout en leur attribuant des caractéristiques désirables. Par exemple, l'idée que les femmes sont affectueuses et tendres permet de justifier qu'elles occupent des rôles traditionnels de type maternel.

Figure 13.9 Le Modèle de Duckitt (2001) montrant les antécédents et les conséquences de l'autoritarisme de droite et de l'orientation à la dominance sociale

Si l'ODS et l'AD influencent tous deux les préjugés, ces deux construits sont en revanche moins corrélés qu'on pourrait le penser (Duckitt, 2001). Alors que l'AD découle plutôt des peurs engendrées par d'autres groupes et relève donc d'une stratégie de prévention (Higgins, 1997, voir chapitre 4), l'ODS renvoie à des relations compétitives entre les groupes et à la domination de l'endogroupe sur l'exogroupe et s'inscrit dès lors dans une logique de promotion (Higgins, 1997). Duckitt (2001) a proposé un modèle qui clarifie les similitudes et les différences entre AD et ODS (voir figure 13.10). Des pratiques de socialisation distinctes, l'une punitive, l'autre manquant d'affection engendrent deux types de personnalité, marqués par la conformité sociale et le manque de souplesse,

respectivement. Ces configurations nourrissent du coup des visions du monde, la première étant que le monde est dangereux, la seconde le dépeignant comme une jungle. Il en découle deux ensembles de croyances différents qui alimentent à leur manière les préjugés et l'ethnocentrisme. Si les groupes ciblés sont parfois les mêmes, certains sont plus au cœur de l'AD (en particulier des groupes menaçants comme les trafiquant·e·s de drogue ou les homosexuel·le·s) parce qu'il y va de la sécurité et de la cohésion de l'endogroupe tandis que d'autres sont plus spécifiquement visés par le SDO (comme les migrant·e·s ou les handicapé·e·s physiques) dans la mesure où ils remettent en cause la domination et la supériorité du groupe.

Bien que ces postures attitudinales et idéologiques soient souvent présentées comme des différences individuelles chroniques voire comme des traits de personnalité, il serait malvenu de conclure qu'elles sont figées et insensibles au contexte. S'il est vrai que Guimond et ses collègues (2003) ont pu montrer que les étudiant·e·s en début de cursus universitaire ne présentent pas les mêmes niveaux d'ODS selon que leur choix de filières d'études se porte sur le droit (ODS plus élevée) ou sur la psychologie (ODS plus faible). Si l'on considère que ces deux filières d'études orientent bien les gens vers des carrières plus ou moins prestigieuses, rémunératrices et associées au pouvoir, ce résultat confirme le poids des différences individuelles dans les choix de filières. Dans le même temps, et de manière intéressante, les différences d'ODS se creusent au fil des études avec des juristes bien plus élevé·e·s en ODS et des psychologues nettement moins élevé·e·s en ODS en fin de cycle qu'au début de leurs études. En d'autres termes, les contextes façonnent aussi les attitudes (voir figure 13.11). Ce pattern n'est pas sans rappeler le constat de Newcomb dans son étude sur le collège de Bennington présentée au chapitre précédent.

Figure 13.10. Orientation à la dominance sociale en fonction de l'année et de la filière d'étude (d'après Guimond et al., 2003).

Figure 13.11. Orientation à la dominance sociale et biais pro-endogroupe en fonction de la position (d'après Guimond et al., 2003).

Pour montrer tout le poids de la situation sur l'adoption des croyances idéologiques, une étude expérimentale conduite par Guimond et ses collègues (2003) a consisté à placer les participant·e·s dans une position supérieure (directeur·rice) ou subordonnée (réceptionniste) dans le cadre d'une courte tâche simulant un contexte organisationnel. Ces auteurs constatent que l'ODS évolue de façon congruente, les participant·e·s en haut de l'échelle manifestant une ODS plus importante que ceux en bas de l'échelle, ce qui influence les préjugés en aval. On demandait en effet au sujet d'évaluer l'endogroupe (les Français·es) et différents exogroupes, dont les habitant·e·s de différents pays du Maghreb. Comme on le voit sur la figure 13.12, la différence entre les jugements de l'endogroupe et de ces exogroupes est plus élevée lorsque les sujets ont une position supérieure que subordonnée (où la différence est quasiment nulle, suggérant une absence totale de biais pro-endogroupe). D'autres travaux (Schmitt, Branscombe, & Kappen, 2003) confirment que les attitudes à l'égard des inégalités, telles que reflétées dans l'ODS, sont fonction des intérêts et de la position hiérarchique du groupe auquel les gens s'identifient.

4. Des stéréotypes et préjugés à la discrimination

La discrimination est le versant comportemental des stéréotypes et des préjugés. Lorsqu'une personne entretient des croyances stéréotypées à propos d'un groupe donné, et nourrit un sentiment spécifique envers ce groupe on s'attend généralement à observer certains comportements à l'encontre du groupe en question, le plus souvent négatifs, comme l'expression de critiques, mais aussi parfois positifs, comme le fait de s'allier au groupe en question.



Photo prise lors de la marche du 15 février 1999 contre les violences policières (© Elvert Barnes).

Lorsque le stéréotype n'est pas fondé, le passage à l'acte peut donner lieu à des conséquences tragiques. Ce fut le cas lorsque, en février 1999, des policiers new-yorkais ont pris pour une arme le portefeuille que brandissait Amadou Diallo, un jeune homme d'origine africaine qu'ils interpellaient, et l'ont criblé de balles (Gladwell, 2005 ; Klein & Doyen, 2008). Le fait qu'Amadou soit noir aurait activé chez les policiers le stéréotype selon lequel il était dangereux. À son tour, cette interprétation aurait influencé l'identification de l'objet et induit une réponse affective à la menace qu'il représentait. À l'appui de cette thèse, Payne (2001) a montré qu'un objet était plus facilement identifié par des étudiant·e·s américain·e·s comme étant une arme si la catégorisation « noir·e » avait été préalablement activée (voir aussi Eberhardt et al., 2004).

4.1. Les poids des réticences personnelles et sociales

Bien entendu, croire que la discrimination survient de façon inéluctable en bout de piste serait une erreur. De nombreux obstacles peuvent se présenter en chemin et empêcher qu'un biais ne se manifeste. Dans la plupart des cas, la traduction comportementale des stéréotypes et des préjugés est soumise à des considérations personnelles, comme la nature des convictions, et des

contraintes situationnelles, on pense ici notamment aux normes sociales de non-discrimination.

Dans une étude illustrative, Melvin Snyder et ses collègues (1979) ont ainsi invité des participant·e·s au laboratoire pour y évaluer des films. À leur arrivée, les personnes découvrent une pièce divisée en deux parties égales par un panneau amovible accolé au mur d'en face. De chaque côté du panneau se trouvent un écran de télévision et deux chaises lui faisant face. La chaise la plus proche du panneau central est vide. L'autre est déjà occupée par une personne valide, d'un côté du panneau, et par une personne visiblement atteinte de handicap, de l'autre côté. Dans la condition contrôle, l'expérimentateur explique qu'en principe un film différent est évalué sur chacun des moniteurs, mais qu'un problème technique contraint la projection du même film, un documentaire sur les comédies au temps du cinéma muet. Dans la condition expérimentale, les instructions précisent qu'un film différent sera projeté sur les deux écrans. Après avoir pris connaissance du contenu des films, les participant·e·s s'installent devant l'écran de leur choix. Les résultats sont on ne peut plus limpides, comme en témoigne la figure 13.13. En cas de films différents, la personne atteinte de handicap est délaissée au profit de la personne valide. C'est tout le contraire qu'on observe en cas de films identiques. On retrouve ici une belle manifestation de la notion de justification du préjugé pour soi-même autant que pour autrui, car, bien entendu, c'est le choix du film que les participant·e·s invoquent si on leur demande d'expliquer leur geste.

Figure 13.12. Nombre de participant·e·s choisissant de s'assoir à côté de la personne atteinte de handicap ou de la personne valide en fonction des films présentés (d'après Snyder et al., 1979).

Imaginons la situation suivante (fictive) : les citoyen·ne·s d'une commune rurale, représentés par leur maire, refusent d'allouer un terrain à un centre d'accueil pour demandeur·euse·s d'asile comme le recommande le gouvernement. Ils exigent, en revanche, que ce terrain soit dédié à la construction de nouveaux commerces pour les habitant·e·s de la commune. Ce comportement discriminatoire peut répondre à deux motivations

différentes : d’une part, la volonté de favoriser son propre groupe ; d’autre part le désir d’en exclure un autre. Il semble que, si les membres d’un groupe développent une identification forte à l’endogroupe, ils ont tendance à se privilégier sans nécessairement vouloir agresser ou défavoriser l’exogroupe. Il n’empêche évidemment que ce dernier peut souffrir de cette forme de favoritisme dont témoigne l’endogroupe. Il importe donc de distinguer deux formes de « biais intergroupes » : le fait de privilégier l’endogroupe et le fait de traiter négativement l’exogroupe (Brewer, 1999). Le premier, plus acceptable socialement, serait plus fréquent que le second. Remarquons toutefois que, du point de vue du groupe stigmatisé, ces deux comportements aboutissent à des résultats identiques.

4.2. Une approche normative des préjugés et de la discrimination

Il est tentant de considérer la discrimination, voire l’oppression dont sont victimes certains groupes sociaux comme le fait d’individus ayant des attitudes négatives – des préjugés – à leur égard. Dans cette perspective, la « domination masculine » serait due à des hommes sexistes ou misogynes, l’apartheid serait le fait d’individus racistes, l’Holocauste serait dû à des êtres antisémites, etc. Cette lecture se heurte à des difficultés importantes. Prenons le cas du sexisme : peut-on dire que seuls les hommes qui entretiennent un mépris profond pour les femmes contribuent au maintien des inégalités de genre ?

Christine Taubira (capture d’écran). Couverture de « Minute » utilisant le cliché raciste des « Noir·e·s » vu·e·s comme des singes.

Dans une société coloniale, comme celle représentée par Hergé dans l’album Tintin au Congo, il ne règne pourtant pas une haine généralisée vis-à-vis des « autochtones ». On peut être sincèrement attaché à son « boy » et nourrir une affection profonde à son égard. Mais que se passe-t-il lorsque ce « boy » revendiquera d’avoir accès lui aussi à une éducation de qualité ? De pouvoir voter ? C’est sans doute là que cette affection se transformera en ressentiment (« après tout ce qu’on a fait pour lui, voici comment il nous

traite ! »), voire en colère. D'ailleurs, dans un système colonial, un ensemble de normes implicites et explicites étaient de toutes les façons présentes pour empêcher qu'une telle chose se produise et remettre à leur place ceux et celles qui violaient ces normes.

Ces exemples montrent qu'un système d'oppression s'appuie sur deux composantes d'un point de vue psychosocial (cf. Manne, 2017). Tout d'abord, une idéologie, c'est-à-dire un système de croyances, légitime le fonctionnement des choses et le positionnement des individus et des groupes. Ces idéologies correspondent peu ou prou aux « mythes de légitimation » postulés par la théorie de la dominance sociale. Par exemple, les stéréotypes paternalistes concernant les femmes et les Noir·e·s justifient un système patriarcal et un système colonial (en Afrique noire), respectivement. Ces idéologies comportent notamment des croyances quant aux rôles sociaux appropriés qu'il est normal pour les membres de certains groupes d'occuper. Ces idéologies comprennent également des préjugés, autrement dit, des attitudes et des émotions à l'égard de ces groupes. Dans l'idéologie nazie, l'« Aryen » est objet d'admiration alors que le « Slave » est objet de haine. Ces idéologies forment des normes descriptives au sein de la communauté. Elles sont perçues comme partagées par les membres du groupe et il semble dès lors acceptable de les exprimer.

Une étude de Crandall, Eshleman et O'Brien (2002) illustre cela de façon frappante. Ces chercheurs ont sélectionné 105 groupes (dont les femmes, les Irakien·ne·s, les violeur·euse·s, les politicien·ne·s et ont demandé à un groupe de sujets américains (le groupe A) de juger dans quelle mesure il est acceptable de ressentir des sentiments négatifs à l'égard de chacun de ces groupes. Comme on peut s'y attendre, il est plus acceptable d'avoir des préjugés à l'égard des pédophiles (par exemple) que des personnes atteintes de handicap. Crandall et ses collègues ont ensuite demandé à d'autres sujets (le groupe B) d'exprimer leur attitude à l'égard de chacun de ces groupes. Ils ont alors examiné la corrélation entre le niveau de préjugés moyen associé à chacun des groupes (dans le groupe B) et la légitimité perçue des préjugés (telle que jugée par le groupe A). Comme on le constate à la figure 13.14, la corrélation entre les deux mesures est quasiment parfaite ($r = 0.96$), ce qui est rare en psychologie. Le message est clair : les préjugés que j'exprime sont ceux qui sont normatifs dans ma communauté !

Les préjugés s’apparentent donc à des normes sociales, comme le soutenait déjà Sherif. Ce qui est vrai des préjugés s’applique également à d’autres composantes des idéologies de domination. Les stéréotypes sont eux aussi perçus comme partagés (Klein, Tindale, & Brauer, 2004) même si on n’y croit pas personnellement (Devine, 1989). Ceci montre qu’il est souvent vain de chercher les racines de l’expression des préjugés d’une personne dans son histoire singulière : c’est avant tout dans la communauté à laquelle elle appartient qu’une réponse à cette question peut être trouvée.

Figure 13.13 Niveau moyen d’expression des préjugés à propos de 105 groupes en fonction de la perception de l’acceptabilité moyenne des préjugés à l’égard du groupe concerné (d’après Crandall et al., 2002).

À côté de l’idéologie, il faut aussi ce que Manne (2017) appelle la police, à savoir un système de contrôle du respect des normes concernant les comportements, les attitudes, les rôles associés aux membres du groupe cible. Il s’agit de récompenser celles et ceux qui respectent les normes et de pénaliser les autres, qui s’en écartent. On est donc ici dans le domaine des normes prescriptives. Ces normes peuvent être explicites et inscrites dans la loi (comme, par exemple, les lois nazies de Nuremberg promulguées en 1935 et qui privent les Juif·ve·s de nombreux droits ou, autre exemple, le suffrage universel masculin qui priva longtemps les femmes du droit de vote). Ces normes sont toutefois le plus souvent implicites. Zinedine Zidane, fils d’immigré·e·s algérien·ne·s, était adulé lors de la coupe du Monde 1998. Ce faisant, il excellait dans un rôle social parfaitement conforme au stéréotype de l’« immigré », dont on attend qu’il se caractérise avant tout par des compétences dans le domaine physique (les immigré·e·s algérien·ne·s sont pour la plupart venus en France pour effectuer des travaux manuels). Mais qu’en est-il de Rachida Dati, fille d’un maçon marocain ou Christine Taubira, guyanaise ? Toutes deux, lorsqu’elles furent gardes des Sceaux (ministres de la Justice) en France furent les cibles d’insultes racistes (et sexistes). Taubira a par exemple été représentée sous l’effigie d’un singe par une revue d’extrême-droite. Ces insultes constituent une pression sociale qui peut décourager des membres de minorités de briguer des responsabilités. Outre les insultes, le harcèlement sexuel peut

également être une façon de « remettre les femmes à leur place ». Dans une étude expérimentale, Maass et al. (2003) ont constaté que le harcèlement sexuel visait particulièrement des femmes revendiquant des attitudes féministes plutôt que traditionnelles. Il en va de même des violences physiques faites aux femmes : prenons l'exemple des attaques à l'acide (nombreuses notamment au Bangladesh), qui visent à défigurer des femmes refusant des mariages arrangés (Mannan et al., 2007) et sont généralement à l'initiative du mari ou de sa famille. De façon moins extrême, les membres de minorités qui s'expriment en ligne sont susceptibles d'être victime de « trolling » (harcèlement en ligne, Lundsen & Morgan, 2017). On l'a vu récemment dans le cadre de l'affaire de la ligue du « LOL » dans laquelle des journalistes masculins – de gauche et ouvertement féministes - « trollaient » leurs consœurs. De tels comportements auront pour effet de décourager les femmes de s'exprimer publiquement et d'adopter certains rôles sociaux. Il en va de même de la peur de sortir seule le soir, de porter une tenue légère dans la rue, voire de revendiquer qu'on ne souhaite pas avoir d'enfants. Inversement, des compliments sur l'apparence ou sur le talent dans des domaines stéréotypés (maternité, cuisine, décoration…) peuvent avoir pour effet de conforter les femmes dans des rôles traditionnels. Les concepts de sexisme hostile (qui pénalise les femmes s'écartant des rôles de genre) et de sexisme bienveillant (qui récompense celles qui s'y conforment) s'apparentent bien évidemment à ce système de « contrôle ». Mais il importe de souligner que, pour que de telles normes prescriptives soient présentes, et contrôlées à travers des comportements tels que le harcèlement, la violence, le trolling, etc., il n'est pas indispensable que les membres de la communauté soient en majorité sexistes ou racistes. Il suffit que les membres de la minorité aient la perception que la sanction tombera si on s'écarte des rôles attendus et que récompense il y aura si on se conforme.

Donald Trump qui, en juillet 2019, a villipendé des députées américaines démocrates d'origine palestienne, afro-américaine et d'Amérique Latine en leur disant de « retourner dans leur pays » s'est comporté de façon raciste, mais est en revanche plein de bons sentiments à l'égard de Kanye West, rappeur afro-américain bien plus conforme au rôle qu'on attend d'un « Noir ». La question de savoir si Donald Trump est profondément raciste (a-t-il des scores élevés au TAI ?) est moins importante que celle de constater les

normes que son comportement - venant du plus haut représentant de l'État - instaure à l'égard des membres de minorités qui se départissent du rôle social qui leur est dévolu dans le cadre d'une idéologie raciste.

De ce point de vue, et l'exemple du patriarcat l'illustre à souhait (Glick & Fiske, 2001 ; Jackman, 1994), un système d'oppression de minorités s'apparente au Dieu romain Janus qui avait deux visages. D'une part, un système de croyances, une idéologie, confère une légitimité au fonctionnement social tel qu'il existe. D'autre part, un système de contrôle, une police, en grande partie invisible et évanescent pénalise les membres de minorités qui s'écartent des rôles sociaux prescrits. Si, que ce soit par conviction ou par indifférence, personne ne conteste le système de croyances ou le système de contrôle, et si rien ne vient mettre en place des mécanismes qui récompensent celles et ceux qui se distancient des rôles sociaux prescrits et les protègent des sanctions auxquelles de tels gestes les exposent, l'enfer des minorités oppressées pourra se perpétuer, pavé ou non de bonnes intentions. « La route menant à Auschwitz a été construite par la haine, mais elle est pavée d'indifférence », a dit le biographe de Hitler, Ian Kershaw (1983).

5. Faire face à une identité sociale négative

On l'imagine bien, les différents groupes sociaux sont rarement sur un pied d'égalité. Certes, il est des pays où les inégalités sont moins fortes que dans d'autres contrées, comme dans certains pays du nord de l'Europe. Reste que l'égalité entre les groupes est une situation très difficile à concrétiser. Le cas des femmes et des hommes tombe sous le sens, mais il en va de même dans une multitude d'autres relations intergroupes. Parfois la hiérarchie semble très lente à évoluer, comme dans les rapports entre les Blanc·he·s et les Noir·e·s aux États-Unis, parfois les relations sont carrément instituées ainsi qu'on peut le voir dans les positions entre le monde syndical et le monde patronal. À l'inverse, les positions hiérarchiques peuvent se renverser totalement au cours de l'histoire. Ainsi, en Belgique, les relations entre les groupes linguistiques sont parfois conçues comme aussi éternelles que folkloriques par les observateur·rice·s extérieur·e·s. Si elles s'avèrent bel et bien lourdes de sens dans toutes les sphères de la vie sociale, économique et politique, elles n'en ont pas moins

été bouleversées de façon drastique en quelques générations. Plus prosaïquement, il suffit de regarder les professions qu'exercent les gens ou les filières d'études suivies par les jeunes gens qui arrivent dans l'enseignement supérieur. Personne ne doute un instant de l'existence d'un classement, en termes de prestige, mais aussi en termes de revenus financiers, de pouvoir décisionnel ou encore de retombées sur la santé et l'espérance de vie. Dans la mesure où les positions hiérarchiques des un·e·s et des autres sont différentes, les façons dont les gens ressentent les choses et réagissent aux situations ne sont pas nécessairement équivalentes. Un vaste ensemble de recherches concernent les réactions de part et d'autre, mais nous allons nous focaliser ici sur le vécu des membres des groupes stigmatisés (Yzerbyt & Demoulin, 2010).

5.1. Les stratégies de gestion de l'identité sociale négative

Chaque fois que les membres d'un groupe constatent que ce dernier a un statut moins enviable que d'autres groupes, une identité sociale négative, au sens de Tajfel et Turner (1979), pointe le bout du nez. Et s'il est acquis que la valeur du groupe rejaillit sur la valeur de la personne, comment peut-on faire face à une telle situation ? Tajfel et ses collègues ont cherché à identifier les stratégies adoptées en réponse à ces comparaisons désobligeantes en vue d'accéder à une identité sociale positive. La tactique la plus évidente est la mobilité sociale individuelle, c'est-à-dire quitter le groupe stigmatisé pour un autre, mieux considéré. Le film l'Italien illustre une version extrême de cette stratégie à travers le personnage d'un immigré algérien qui se fait passer pour un italien. En effet, si les personnes discriminées peuvent bien tenter de réagir au manque de reconnaissance de leur groupe en s'extrayant de leur condition, elles créent souvent des situations peu propices à une émancipation d'envergure pour le groupe dans son ensemble. Autrement dit, un des travers de cette option est que les individus qui procèdent par mobilité individuelle ne servent pas la cause du groupe. De fait, ces personnes se montrent parfois très peu compréhensives vis-à-vis des autres membres de leur « ancien » groupe. Un phénomène bien connu à cet égard est celui des « reines des abeilles » selon lequel des femmes qui sont parvenues à se hisser tout en haut des échelons professionnels se montrent peu amènes à l'égard des autres femmes qui tentent de monter dans la hiérarchie (Faniko, Chipeaux, & Lorenzi-Cioldi,

2018). Loin d’incriminer les personnes en tant que telles, les recherches sur cette question révèlent que ces réactions sont la résultante systémique d’une situation de subordination groupale. Du coup, on comprend que d’autres groupes marginalisés produisent exactement le même genre de pattern (Derks, van Laar, & Ellemers, 2016). Mais pour évidente qu’elle soit, cette stratégie individuelle n’est pas aussi praticable qu’on pourrait le penser. Par exemple, changer de couleur de peau est difficilement réalisable et les discriminations peuvent être tellement puissantes que l’accession d’un membre du groupe défavorisé au sein du groupe dominant n’est même pas envisageable. La mobilité individuelle requiert donc la perméabilité des frontières groupales.

Une autre solution consiste à s’engager dans une stratégie collective visant à modifier la position du groupe dans son ensemble. Selon Tajfel et Turner (1979), un tel choix se fera jour lorsque les individus perçoivent les frontières entre leur groupe et l’exogroupe plus favorisé comme étant infranchissables. Cette analyse s’applique par exemple très bien au cas du mouvement nationaliste congolais qui s’est opposé au pouvoir colonial belge (Klein & Licata, 2003). En dépit de tous leurs efforts pour s’élever socialement, les Congolais·es les plus instruit·e·s restaient avant tous perçu·e·s comme des « Noir·e·s » par les colonisateurs et ne parvenaient pas à obtenir des postes élevés dans l’administration. L’échec de la stratégie de mobilité sociale individuelle est l’un des facteurs qui conduisirent les futurs dirigeants congolais à mettre en œuvre un mouvement indépendantiste visant à renverser le rapport de domination coloniale (Willame, 1990).



Des citoyens est-allemands franchissent le mur de Berlin en 1989 (© Raphaël Thiémard).

Différentes stratégies collectives sont envisageables : la compétition sociale, la créativité sociale et la comparaison positive sont les trois que nous envisagons ici. La première stratégie, la compétition sociale, consiste à chercher à se différencier de l'exogroupe sur les dimensions qui avantagent ce dernier (par exemple en essayant de modifier les statuts respectifs des deux groupes). Toutefois, cette stratégie n'est mise en œuvre que lorsque les différences de statuts sont perçues comme illégitimes et/ou instables (Bettencourt, Dorr, Charlton, & Hume, 2001), c'est-à-dire

lorsqu'on perçoit des « alternatives cognitives » à la situation présente. Ainsi, en 1989, la chute du Mur de Berlin et l'ouverture de l'Allemagne de l'Est ont révélé aux citoyen·ne·s d'autres pays d'Europe de l'Est que le régime communiste n'était pas inébranlable. Ces événements, relatés dans les médias étrangers, ont facilité la mise en œuvre de mouvements collectifs qui ont abouti à l'effondrement de ces régimes. Nous n'allons pas revenir ici sur la question des actions collectives abordée au chapitre 7, mais il est clair que ces dernières s'inscrivent résolument dans une optique de compétition sociale.

Lorsqu'il est difficile ou peu souhaitable de contester le statut du groupe privilégié sur son terrain de prédilection, une deuxième stratégie, la créativité sociale, consiste à mettre en exergue d'autres dimensions qui avantagent l'endogroupe. Cette logique se situe d'ailleurs au cœur du modèle de compensation déjà abordé au chapitre 3. Par exemple, un groupe défavorisé économiquement pourra souligner sa « chaleur » ou son « hospitalité » pour se distinguer d'un groupe dominant (Cambon & Yzerbyt, 2017 ; Yzerbyt, Provost, & Corneille, 2005 ; Yzerbyt, 2018). Typiquement, en Belgique, les habitant·e·s de la Wallonie, les francophones du Sud du pays, s'adjugent la bonhommie et la convivialité même si c'est au prix d'une image de relatif·ve fainéant·e. Inversement, les Néerlandophones, qui peuplent la Flandre, se présentent comme des bourreaux du travail même s'il leur faut concéder une dose de sympathie et de joie de vivre.

Dans une expérience impliquant des groupes minimaux, Cambon et Yzerbyt (2018) ont mis en évidence la manière dont la créativité sociale était une stratégie dont s'emparaient les membres du groupe le moins prestigieux. Ces auteurs ont commencé par instaurer une hiérarchie en termes de compétence entre deux groupes minimaux. Confirmant le succès de la manipulation, l'estime de soi des membres des groupes moins compétents s'en trouvait amoindrie. En accord avec une logique de compensation, ces participant·e·s se sont ensuite empressé·e·s de redorer leur blason en s'adjugeant des niveaux plus élevés de « chaleur » que les membres des groupes jugés plus « compétents ». Pour une partie des groupes moins compétents, Cambon et Yzerbyt (2018) ont toutefois pris soin, juste avant de recueillir les jugements au sujet des groupes, d'inviter leurs membres à rédiger un petit texte portant sur les valeurs humaines

importantes à leurs yeux. Dans ce cas de figure, on ne trouve plus de dénigrement du groupe dominant sur la chaleur (voir figure 13.14). En clair, le biais pro-endogroupe sur la chaleur relève avant tout d'une démarche de valorisation, démarche rendue inutile si elle est satisfaite par ailleurs.

Figure 13.14. Jugement de l'endogroupe et de l'exogroupe sur les deux dimensions de jugement social en fonction de la condition expérimentale (d'après Cambon & Yzerbyt, 2018)

La créativité sociale n'est pas non plus sans rappeler ce que d'aucuns appellent la justification du système (Jost, 2019 ; Jost & Banaji, 1994). Cette perspective avance qu'à l'instar de Pangloss, ce philosophe fictif imaginé par Voltaire et pour qui toute chose existe parce qu'elle remplit une fonction précise, les membres des groupes défavorisés peuvent paradoxalement prendre une part active au travail de légitimation d'un système qui est à l'origine de leur oppression. Il leur suffira pour cela de revendiquer des qualités que tout le monde s'accordera à leur attribuer et qui justifieront la hiérarchie sociale existante.

Le fait de se complaire dans un mode de relations sociales est également favorisé dans le cadre d'une troisième stratégie, la comparaison descendante, qui consiste à se mesurer à des groupes encore plus défavorisés. Par exemple, l'immigré provenant d'un pays pauvre pourra revaloriser son identité sociale en se comparant à ses compatriotes resté·e·s au pays, et encore plus démuni·e·s, ou à d'autres groupes issus de l'immigration (Oldmeadow & Fiske, 2010). Ceci est illustré de superbe façon dans le film Les Invités de mon père (2010) dans lequel une immigrée moldave en France exprime son soulagement à l'idée qu'il n'y « ait pas trop d'Arabes et de Noir·e·s » dans l'école que fréquente sa fille.

5.2. L'ambiguïté attributionnelle et la menace du stéréotype

En voulant donner sens aux situations auxquelles elles sont confrontées, les personnes qui appartiennent à des groupes stigmatisés peuvent se

fourvoyer. De fait, la stigmatisation induit une méfiance permanente, une inquiétude persistante d'être perçu·e comme un·e représentant·e typique de son groupe. Ceci peut amener les membres de groupes stigmatisés à éprouver des difficultés à identifier la cause des réactions des autres à leur égard, surtout lorsqu'elles sont négatives. Ce phénomène est qualifié « d'ambiguïté attributionnelle ». Par exemple, lors d'une épreuve orale, un professeur marquant son impatience vis-à-vis d'une étudiante qui fournit plusieurs réponses inexactes, pourra être perçu comme manquant de politesse ou comme réagissant de manière légitime au manque de travail de l'étudiante. Mais pour un membre d'un groupe stigmatisé, comme les étudiantes dans les domaines typiquement considérés comme masculins, une autre interprétation est envisageable. Par exemple, il est crédible que l'enseignant n'apprécie tout simplement pas les membres de son groupe et pose délibérément des questions difficiles. Si l'on rate, c'est parce l'enseignant est sexiste.

Qu'elle soit fondée ou non, l'interprétation attribuant la réaction négative d'autrui à l'appartenance de la cible à un groupe stigmatisé a de toute évidence l'avantage de protéger son image personnelle et donc l'estime de soi (Crocker, Voelkl, Testa, & Major, 1991). De fait, comme le montrent Twenge et Crocker (2002) à travers une méta-analyse, les Noir·es aux États-Unis ont une estime de soi plus élevée que les Blanc·he·s. Les gens visés par les préjugés et souffrant de discriminations se mettraient donc en devoir de se distancier de leur groupe. En clair, on m'attaque parce qu'on n'aime pas mon groupe d'appartenance, mais ce n'est pas moi qui suis dans le collimateur (Major, McCoy, Kaiser, & Quinton, 2003). Cette vision offre un bouclier tout indiqué contre une baisse d'estime de soi, car les choses ne sont plus vécues comme une attaque personnelle.

Face à cette hypothèse de « soustraction attributionnelle » (Crocker & Major, 1989), Schmitt et Branscombe (2002) ont au contraire proposé un modèle de rejet-identification aux termes duquel l'expérience d'une stigmatisation chronique n'est pas forcément niée au plan personnel, mais pousse les gens à s'identifier davantage encore à leur groupe. Ce serait cette association plus étroite avec le groupe qui confèrerait une protection contre les méfaits de la discrimination, notamment sur le plan de la santé

mentale et physique. Il faut pour cela que la discrimination ne soit pas écartée du revers de la main, mais soit endossée : ce qui ne te tue pas…

Dans une série d'études, Bourguignon et ses collègues (Bourguignon, Seron, Yzerbyt, & Herman, 2006) ont raffiné le modèle de rejet-identification en confrontant explicitement le poids des discriminations personnelles et celui des discriminations groupales. Les auteurs se sont penchés plus particulièrement sur deux groupes stigmatisés, des Africain·e·s vivant à Bruxelles et des femmes, et leur ont demandé de répondre à un questionnaire de discrimination personnelle et groupale, de renseigner leur niveau d'identification avec leur groupe et de fournir des informations sur leur estime de soi. Comme le montre la figure 13.15, la perception de discrimination groupale est liée de manière positive à l'estime de soi alors que la relation est plutôt négative pour ce qui est de la perception de discrimination personnelle. En clair, plus les gens sentent que c'est leur groupe qui est visé, mieux ils se portent. En revanche, plus ils ont le sentiment d'être les cibles directes de la discrimination, plus leur estime de soi en subit les contrecoups. En accord avec les intuitions des chercheur·e·s, seule la perception de discrimination groupale vient prédire l'identification qui, à son tour, s'avère un antidote face à une détérioration de l'estime de soi.

Figure 13.15. Pattern de relations obtenu dans le cadre du modèle de rejet-identification amélioré, tel que proposé par Bourguignon et collègues (2006)

On le voit, une réponse à la stigmatisation passe par un investissement accru dans l'identité groupale, ce qui peut faciliter la mobilisation en vue d'action ultérieure. Mais ce renforcement du lien avec son groupe d'appartenance peut aussi avoir un coût. On l'a vu au chapitre 4 lorsque nous avons abordé la menace du stéréotype, l'inquiétude par rapport au risque d'être « stéréotypé·e » par autrui peut avoir des conséquences directes sur les conduites (Croizet & Leyens, 2003). Ainsi, les membres de groupes stigmatisés sont susceptibles de réaliser des performances décevantes dans des domaines dans lesquels leur groupe est perçu négativement. Dans une étude réalisée en France, Croizet et Claire (1998)

montrent que des étudiant·e·s provenant de milieux défavorisés réalisaient moins bien un test lorsqu'il était présenté comme mesurant les capacités intellectuelles que lorsqu'il était présenté comme une simple épreuve cognitive. Ce résultat s'expliquerait par la « menace » que représente le stéréotype décrivant les personnes provenant de milieux défavorisés comme moins intelligentes que les plus privilégiées. Ce sentiment de menace est absent lorsque le test n'évalue pas la dimension qui fait l'objet du stéréotype. De plus, ce phénomène se produit d'autant plus que l'appartenance groupale est exacerbée (Steele & Aronson, 1995). Huguet et Régner (2007) ont constaté que les performances de collégiennes dans des tâches de géométrie étaient moins bonnes lorsqu'elles étaient dans un environnement mixte, et que leur sexe était donc rendu saillant, que si elles étaient entourées uniquement d'autres jeunes filles. Cet effet ne se produisait pas lorsque la même tâche était présentée comme une tâche de dessin. C'est donc bien l'image négative des filles dans le domaine des mathématiques qui rend compte de ces résultats (voir figure 13.16).

Figure 13.16 Performance de rappel en fonction de l'habillage de la tâche, du sexe et de l'environnement (d'après Huguet & Régner, 2007).

Toutes ces situations expérimentales font furieusement penser à un passage du reportage télévisé portant sur une « expérience » imaginée par une institutrice américaine, devenue célèbre depuis, Jane Eliott. Au cours de deux journées dont les jeunes élèves se souviendront toute leur vie, cette enseignante a pris soin de répartir sa classe en deux groupes sur base de la couleur de leurs yeux. Un jour, ce sont les « yeux bruns » qui sont en haut de l'échelle sociale, le jour suivant ce sont les « yeux bleus ». Les supérieur·e·s bénéficient de toute une série d'avantages comme le fait de pouvoir se resservir à la cantine, de pouvoir utiliser des gobelets pour boire, de pouvoir jouer plus longtemps pendant la récréation, de recevoir des compliments et des encouragements de la part de l'enseignante. Ces différences de traitement ont des effets dévastateurs sur les enfants qui se trouvent en bas de l'échelle sociale. Le plus frappant est de voir les enfants se transformer du tout au tout, même dans leur posture physique, d'une journée à l'autre. Selon les hasards de la couleur de leurs yeux, les enfants

du groupe inférieur rencontrent de grandes difficultés lors d’un test de lecture. Il ne s’agit donc manifestement pas de limites inhérentes aux enfants. La menace du stéréotype est bien à l’œuvre !

La leçon de discrimination » est une version québécoise de « la classe divisée », mise en place par l’enseignante Annie Leblanc avec l’aide du psychologue social Richard Bourhis suite à un cas de discrimination constaté dans la classe. Grâce à Radio-Canada, les élèves (représentés sur cette photo) se réunissent dix ans plus tard. Source : https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/804791/lecon-discrimination-10-ans-plus-tard-enquete

6. Le contact intergroupe

De toute évidence, l’intérêt que nourrit la psychologie sociale pour les stéréotypes, les préjugés et la discrimination est en grande partie guidé par l’espoir de pouvoir éradiquer ces différents fléaux. De nombreux·ses chercheur·es et encore bien plus de praticien·ne·s ont exploré des stratégies afin d’atteindre cet objectif. La démarche la plus commune consiste à amener les membres des différents groupes à interagir, parfois de façon prolongée. C’est ce qu’on appelle le « contact » intergroupe (comme l’a fait initialement Sherif dans la Robbers Cave). Selon Allport (1954), le contact intergroupe permettrait à chaque groupe de mieux se connaître et, en dissipant les stéréotypes, de favoriser des attitudes positives. Cette idée, en apparence naïve, est pourtant étayée par plusieurs méta-analyses (Pettigrew & Tropp, 2006).

6.1. Conditions et mécanismes pour un contact réussi

Dans la formulation originale de cette théorie, Gordon Allport (1954) postulait que le contact n’exerçait d’effets bénéfiques que lorsque quatre conditions étaient remplies : les membres des deux groupes bénéficient d’un statut égal, ils coopèrent, ils poursuivent des buts communs et les situations de contact bénéficient du soutien des autorités dans lesquelles les membres s’insèrent. Ces conditions, si elles peuvent faciliter l’atténuation

des stéréotypes et des préjugés lors des contacts intergroupes, ne doivent pas nécessairement être toutes réunies pour espérer engranger des progrès (Pettigrew & Tropp, 2006). La dernière semble d'ailleurs la plus importante. Sans soutien des autorités, les contacts, même positifs, ont peu de chance d'exercer des effets durables sur les attitudes mutuelles. On imagine aisément, du coup, le tort que peuvent infliger des responsables qui se montrent ambigus à l'égard d'autres groupes voire manifestent de façon explicite leurs doutes sur l'importance et l'utilité du contact entre les membres de groupes différents.

Le défi majeur posé par les situations de contact réside dans la généralisation des attitudes positives formées à l'égard des quelques membres de l'exogroupe rencontrés à l'ensemble du groupe. En effet, même si l'on développe des relations harmonieuses avec un ou quelques membres de l'exogroupe, ceux-ci peuvent être perçus comme des exceptions, des « cas particuliers », ou des « sous-types », non représentatifs du groupe en général, de telle sorte que notre attitude positive vis-à-vis de ces personnes ne se généralise pas (Waroquier & Klein, 2007). Qui n'a jamais entendu des personnes exprimer des propos racistes après avoir signalé qu'« elles avaient pourtant un très bon ami appartenant au groupe X, mais qui n'est pas comme "les autres" » ? D'autre part, comme on l'a vu avec la question de menace, les situations de contact peuvent être très anxiogènes. Chacun a souvent peur d'être perçu·e comme un·e représentant·e typique de son groupe : la crainte de projeter une image de soi négative empêche les partenaires de développer une relation satisfaisante. Cette préoccupation (« je dois avoir l'air "cool" », « je ne dois pas dire un mot de travers »,...) les empêche de s'investir pleinement dans leur relation avec le membre de l'exogroupe (Richeson & Shelton, 2007 ; Vorauer, 2006 ; Vorauer & Kumhyr, 2001) et le contact peut alors produire l'effet inverse de ce qui était attendu.

La durée des contacts permet précisément d'atténuer ce type d'anxiété, ce qui facilite le rapprochement des membres des différents groupes. Et le mécanisme s'auto-renforcerait : plus les préjugés s'estompent, plus le contact est facile et, en retour, plus le contact est facile, plus les préjugés s'estompent. Le contact favoriserait aussi une forme d'empathie à l'égard des membres de l'exogroupe : à force d'interagir, on parviendrait davantage

à se « mettre dans la peau » des autres, ce qui réduirait les préjugés à leur égard (Pettigrew & Tropp, 2008 ; Vescio, Sechrist, & Paolucci, 2003). Pensons au livre Tête de turc (1986), dans lequel le journaliste allemand Günter Wallraff raconte ses expériences, déguisé en immigré turc désargenté. Il fut soumis à des conditions de travail épouvantables, en dépit de tous ses efforts. À la lecture de son témoignage, la situation de certain·e·s immigré·e·s turc·que·s (par exemple, le chômage important dont il·elle·s sont victimes) n'apparaît plus comme la conséquence de traits de personnalité stéréotypés, mais de contraintes externes (Vescio et al., 2003). À l'évidence, le contact est d'autant plus fructueux qu'il crée pour les personnes concernées des opportunités de se dévoiler les unes aux autres et de bâtir une relation de confiance.

Pour combattre certains obstacles au contact réel, que ce soit sur le plan psychologique comme l'anxiété ou sur le plan physique comme la distance, il est possible de recourir à des situations de contact « étendu » dans lesquelles on ne rencontre pas véritablement le membre du groupe, mais on le découvre « à distance » à travers un tiers qui, lui, a un contact (Wright, Aron, McLaughlin-Volpe, & Ropp, 1997). C'est précisément cette stratégie qu'a suivie Paluck (2009) en diffusant pendant un an (à raison de quatre fois par mois) sur une chaîne radiophonique rwandaise à grande audience une sitcom intitulée « Nouvelle aube » et racontant le récit d'un conflit, suivi de la réconciliation, entre deux communautés (associées aux Tutsis et aux Hutus). Un groupe contrôle écoutait un programme de prévention dans le domaine de la santé. À l'issue de cette année, Paluck a constaté dans le groupe expérimental un changement dans les perceptions des normes sociales concernant l'exogroupe (par exemple celles-ci étaient perçues comme plus favorables au mariage mixte) et des effets sur le comportement (plus coopératif, plus ouvert à la discussion). Le récit des relations harmonieuses entre membres de l'endogroupe et de l'exogroupe favoriserait donc une plus grande tolérance. Par exemple, les sujets exposés à la sitcom tendaient davantage à considérer le mariage mixte comme acceptable que ceux qui avaient été exposés au programme contrôle.

Une autre manière de surmonter certaines barrières qui rendent parfois les programmes de contacts intergroupes hasardeux s'appuie sur ce que Crisp et Turner (2009) appellent le contact imaginé. Dans ce type de procédure,

on invite les personnes à imaginer un contact de nature positive avec une personne appartenant à un exogroupe. Ce genre de démarche n'est pas sans rappeler les principes de l'apprentissage vicariant (Bandura, 1977). De nombreux travaux attestent l'efficacité de cette stratégie et, ce, d'autant plus que l'on demande un travail d'élaboration conséquent à propos de la rencontre imaginaire (Miles & Crisp, 2014). Le contact imaginé s'avère particulièrement propice à une utilisation dans un contexte éducatif.

6.2. Les modèles de catégorisation dans le contact

Quand on parle de contacts intergroupes, on a en tête deux groupes, parfois plus, qui se trouvent en situation de tension. Si la façon dont on appréhende l'autre déterminera le changement ou non des attitudes à l'égard de son groupe, le défi est de savoir ce qu'il doit advenir des catégories en présence ? En définitive, les stratégies adoptées par les chercheur·e·s visent toujours à combler le fossé entre les membres des groupes en présence, soit en mettant en avant l'idée que les gens sont des individus uniques avant d'être des membres de groupes, soit en les rassurant sur leurs appartenances groupales, mais en mettant en exergue les complémentarités des groupes, soit encore en soulignant l'appartenance commune à une catégorie « supra-ordonnée » qui les rassemble toutes et tous.

Ainsi, on peut penser qu'un contact efficace est un contact qui promeut les interactions interpersonnelles et réduit voire élimine la saillance des catégories pour faire en sorte que les personnes ne fonctionnent plus en tant que membres de groupes, mais en tant qu'individus uniques. Au final, les gens sont censés prendre conscience que l'exogroupe est plus différencié et plus complexe qu'ils ne le pensaient à la base (Roccas & Brewer, 2002). Les stéréotypes se voient infirmés et les catégories sociales perdent de leur pertinence en tant que source d'information (Wilder, 1981). C'est ce qu'avance le modèle de la personnalisation (Brewer et Miller, 1984) ou de la décatégorisation. Des études montrent en effet que plus les personnes révèlent des informations personnelles pendant le contact intergroupe, meilleures sont les attitudes intergroupes et plus l'exogroupe sera perçu comme un ensemble hétérogène plutôt qu'homogène (Turner, Hewstone, & Voci, 2007). À première vue, on peut penser que si les groupes s'effacent au profit des seules individualités, le favoritisme de l'endogroupe et

l’hostilité intergroupe n’auront plus lieu d’être. Ce raisonnement pèche toutefois sur plusieurs points. Premièrement, les gens ont besoin, au niveau cognitif, de fonctionner en termes de catégories sous peine d’être submergés sous un trop-plein d’informations. Deuxièmement, un certain degré de saillance catégorielle reste nécessaire s’il s’agit que l’évaluation positive associée à la personne de contact se généralise. Ainsi, Ensari et Miller (2002) ont montré que la révélation d’information personnelle par un membre exogroupe n’améliore les attitudes vis-à-vis de cet exogroupe que si le membre est perçu comme étant suffisamment typique de son groupe. En troisième lieu, une décatégorisation complète, si tant est qu’elle soit envisageable, risquerait de poser problème aux membres des groupes défavorisés. En effet, les personnes les plus stigmatisées dans nos sociétés se servent de l’identification à leur groupe d’appartenance comme une espèce d’amortisseur afin de préserver leur bien-être psychologique (Schmitt & Branscombe, 2002). Et tout ceci sans compter le fait que les gens aiment faire partie de groupes et qu’abandonner toute identité groupale serait de facto perçu comme une menace.

Pour répondre à ces critiques, Hewstone et Brown (1986) ont proposé un modèle de contact dans lequel les frontières entre les groupes sont maintenues de façon claire au lieu d’être effacées. Le modèle de la différenciation mutuelle encourage dès lors un contact dans lequel les catégories d’appartenance sont saillantes, la coopération est de mise et se produit sous des conditions d’égalité, les comportements posés par les membres de l’exogroupe rencontrés sont contre-stéréotypiques et ces membres sont perçus comme prototypiques de leur groupe. Plusieurs études confirment qu’un contact perçu comme « intergroupe » est bien plus à même de produire des effets de généralisation qu’un contact vécu comme une expérience interpersonnelle (Kenworthy, Turner, Hewstone, & Voci, 2005). Par ailleurs, comme le prédit le modèle, la prototypicité de la cible du contact joue également un rôle dans le processus de généralisation (Ensari & Miller, 2002 ; Wilder, Simon, & Faith, 1996). Reste que le modèle de la différenciation mutuelle présente lui aussi certaines limites. Tout d’abord, les catégories étant saillantes, ce modèle peine à remédier au problème de l’anxiété intergroupe déjà évoqué. Ensuite, ce modèle requiert un équilibre entre deux processus qui s’opposent (Hewstone & Brown, 1986). D’un côté, il est nécessaire que le comportement contre-

stéréotypique soit émis par une personne perçue comme typique du groupe. D'un autre côté, une personne sera perçue comme d'autant plus typique que ses comportements sont perçus comme étant stéréotypiques. Un tel équilibre est sans conteste difficile à trouver et complique l'application de ce modèle dans la réalité.

S'il s'appuie aussi sur la théorie de l'identité sociale, le modèle du groupe commun (Gaertner & Dovidio, 2000) ou de la recatégorisation prédit que les relations entre deux groupes s'amélioreront à partir du moment où les (ancien·ne·s) membres des deux groupes se perçoivent comme faisant partie d'une seule et même catégorie. Rassemblés sous une seule bannière, les gens seront alors motivés à maintenir une identité sociale supra-ordonnée positive et évalueront favorablement ceux qu'ils voyaient initialement comme des membres d'un exogroupe. Pour prendre un exemple, deux Nord-Irlandais pourraient être encouragés à abandonner la catégorisation religieuse (« Catholiques » vs. « Protestants ») au profit de celle qu'ils partagent : Irlandais. De nombreuses données soulignent les effets bénéfiques d'une recatégorisation des groupes à un niveau supérieur. Mais qui dit Européen·ne·s dit, du coup, Américain·e·s. En effet, la recatégorisation ne fait somme toute que déplacer l'inimitié intergroupe à un autre niveau (Kessler & Mummendey, 2001). De plus, comme avec le modèle de la personnalisation, la recatégorisation implique l'abandon des identités catégorielles initiales ce qui n'est pas toujours accepté par les individus (Hornsey & Hogg, 2000) surtout si ceux-ci sont très identifiés à leur groupe d'appartenance (Crisp, Walsh, & Hewstone, 2006).

Psycho sociale en questions

La classe « puzzle » (jigsaw classroom)



© Health.mil

Une approche de réduction des préjugés qui semble donner des résultats prometteurs réside dans l'apprentissage coopératif. L'illustration la plus connue en est la technique de la « classe puzzle » (Aronson, Blaney, Stephan, Sikes, & Snapp, 1978) dans laquelle des petits groupes d'enfants appartenant à différents groupes sociaux sont chargés de développer leur maîtrise d'un sujet. Chacun est responsable d'effectuer une recherche sur un aspect du travail demandé et d'en instruire les autres. La réussite de l'épreuve exige de coopérer avec les membres de son groupe à tâche pour réaliser le travail, mais également, au cours du processus de résolution, avec d'autres groupes d'expert·e·s au sein de la classe (voir figure 13.17). On constate que cette technique engendre des effets très positifs sur les attitudes mutuelles des différents groupes sociaux impliqués. Dans cette approche, c'est l'interdépendance entre les membres du groupe à tâche, qui proviennent en fait de différents groupes sociaux, qui favorise l'élaboration d'attitudes positives, une perspective qui rappelle bien évidemment celle de Sherif lors de la phase de mise en commun des ressources.

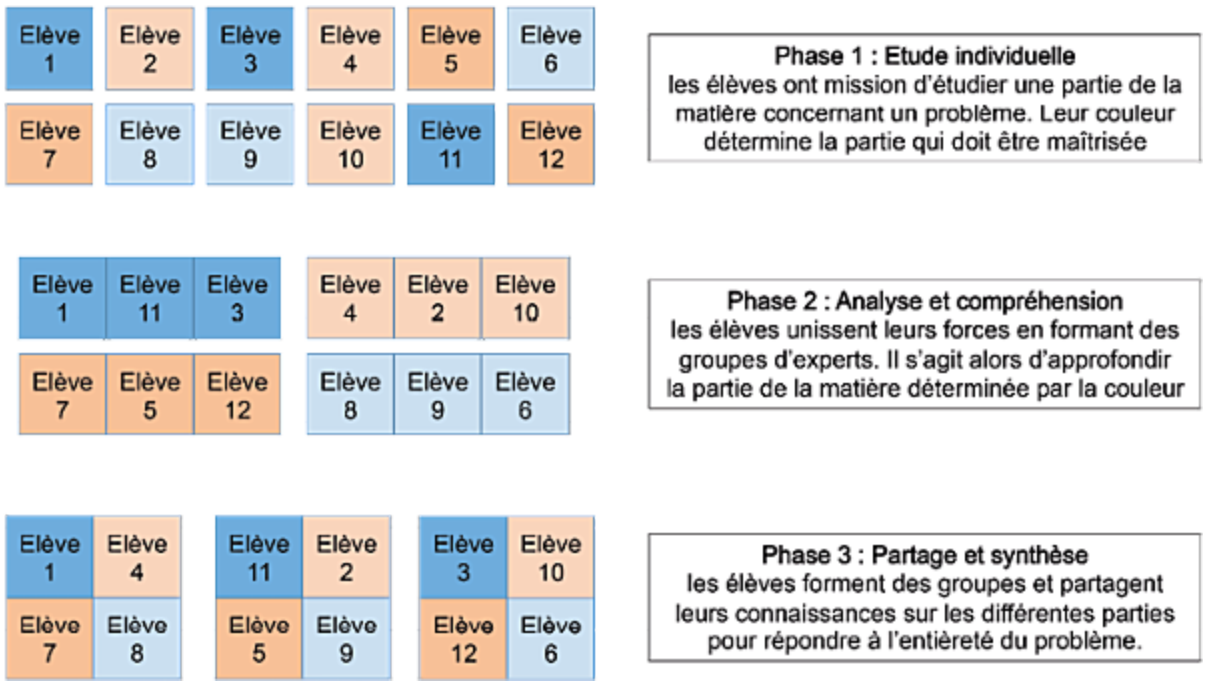


Figure 13.17 Les trois phases successives de la classe en puzzle : assignation des travaux à des élèves, groupes d'expert·e·s, et groupes à tâches

Pour répondre à la critique portant sur l'abandon des identités catégorielles initiales, les auteur·e·s ont proposé le modèle de l'identité duelle (Gaertner et al., 1996). On entend par là le fait que la conception du soi comme membre d'une catégorie supra-ordonnée à laquelle tant l'endogroupe que l'exogroupe appartiennent n'implique pas nécessairement l'abandon de la catégorie d'appartenance initiale. En réalité, comme le soulignent plusieurs auteur·e·s, les identités sociales sont complexes et les individus peuvent activer plusieurs identités différentes simultanément (Brewer, 2000). En accord avec cette proposition, les recherches ont montré qu'une identité duelle, dans laquelle l'appartenance à la catégorie supraordonnée cohabite avec une identification forte à la catégorie subordonnée, bénéficie aux attitudes et aux comportements intergroupes (voir par exemple, Gaertner et al., 1996 ; Huo, Smith, Tyler, & Lind, 1996).

Une stratégie hybride consiste à souligner d'autres catégories sociales auxquelles appartiennent les personnes en contact, créant de ce fait une multitude de « catégories croisées » (Ensari & Miller, 2002). Par exemple, deux opposants sur un plan politique pourraient se catégoriser également

selon des dimensions telles que leur amour du football, leur parcours académique, le fait d'avoir des enfants, leur passion pour la musique rock progressive des seventies, etc. De cette manière, les méfiances mutuelles peuvent s'atténuer, car la différence n'est plus axée sur une seule dimension caractéristique (et conflictuelle), mais bien sur un ensemble de dimensions, dont certaines distinguent les protagonistes et d'autres les rapprochent. L'existence de ces dimensions multiples mène généralement à percevoir l'autre comme une personne singulière plutôt que comme un représentant désincarné de son groupe. C'est toute l'essence du constat fait par Amin Maalouf (1998) dans son ouvrage Les identités meurtrières. Bien que ces approches fondées sur la catégorisation aient fourni des résultats plutôt concluants en laboratoire, elles demandent encore à être testées sur le terrain (Paluck, 2009).

À l'examen, il apparaît que toutes ces stratégies font sens et que, sans surprise, des données empiriques confortent chacune d'entre elles. C'est probablement la raison pour laquelle les chercheur·e·s impliqué·e·s dans ces développements s'accordent aujourd'hui pour suggérer une complémentarité entre toutes les approches (Gaertner & Dovidio, 2000). Mieux, Pettigrew (1998) propose de considérer ces modèles comme des étapes successives d'un processus dynamique de réduction des préjugés. Selon lui, décatégorisation, différenciation mutuelle et recatégorisation sont des jalons importants et utiles pour autant qu'ils soient appliqués au bon moment de la rencontre intergroupe. La figure 13.18 schématise le modèle intégré de Pettigrew (1998).

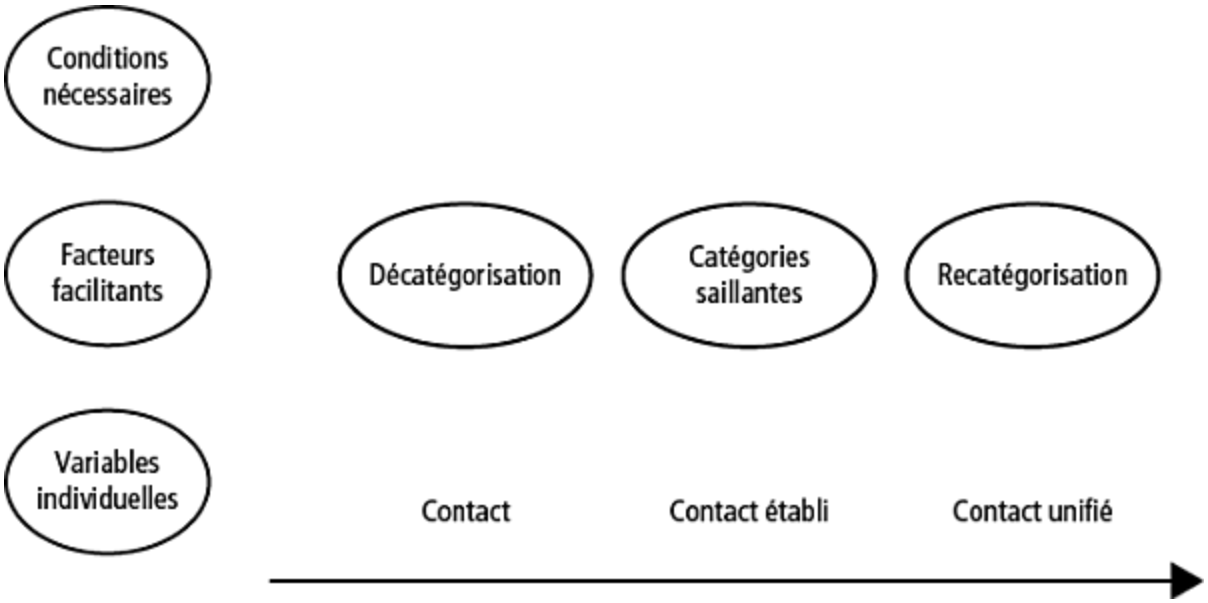


Figure 13.18 Modèle intégratif du contact de Pettigrew (1998)



Fascicule destiné aux nombreux immigrés venus notamment d'Italie pour travailler comme mineurs en Belgique (© collection Carhop).

Concrètement, les étapes devraient se succéder de la façon suivante. Les quatre conditions optimales de contact telles que définies par Allport, couplées à une série de facteurs facilitants et de variables individuelles favorables permettraient un premier contact. Ce contact personnalisé à la base aurait un effet bénéfique sur la réduction des stéréotypes, de l'anxiété intergroupe et l'augmentation de l'empathie. Parce qu'il est personnalisé, ce premier contact aurait toutefois du mal à se généraliser. Du coup, dans un deuxième temps, les contacts doivent pouvoir se multiplier avec des membres prototypiques de l'exogroupe. Ces personnes étant perçues

comme typiques, la réduction des stéréotypes est alors en mesure de s'étendre au reste des membres de l'exogroupe. Enfin, dans un troisième temps, les anciens groupes se concoctent une identité commune qui les rassemble plus encore et permet à la réduction des préjugés de produire son plein effet. Si un nombre impressionnant de travaux confère au contact un rôle positif, de multiples zones d'ombre demeurent et il convient de poursuivre le travail (Paluck, Green, & Green, 2018).

Une autre question d'importance concerne les implications politiques des recherches sur le contact intergroupe et la résolution des conflits. De fait, il importe de souligner que l'amélioration des sentiments mutuels des membres des deux groupes peut avoir des effets pervers pour les membres du groupe stigmatisé (Dixon, Tropp, Durrheim, & Tredoux, 2010). Les préjugés et stéréotypes que ceux-ci ressentent à l'égard du groupe dominant (vu par exemple comme « raciste » ou « hypocrite ») leur permettent de manifester que leur statut social n'est guère légitime. Vouloir susciter des relations cordiales entre les groupes peut s'apparenter à un jeu de dupes lorsque le conflit constitue, pour le groupe stigmatisé, la seule façon d'accéder à un statut plus enviable (Wright, 2010). L'histoire des luttes ouvrières pour l'accès à de meilleures conditions de travail en est une illustration éloquente.

On l'aura compris, les stratégies présentées ici et visant à modifier le contenu des stéréotypes ou à diminuer les préjugés et la discrimination produisent bien des effets positifs à court ou à moyen terme. Toutefois, elles risquent d'exercer un impact limité dès lors qu'elles ne s'attaquent pas à leur source : la nature des relations intergroupes, notamment en termes de structure sociale (compétition, statut). C'est ce que nous avons souligné dans la section précédente. À cet égard, il est utile de comparer les stéréotypes dévalorisants dont étaient victimes les immigré·e·s italien·ne·s et polonais·es arrivé·e·s en France et en Belgique jusqu'au milieu du XXe siècle avec l'image relativement favorable dont leurs descendant·e·s jouissent aujourd'hui (pour un aperçu historique, voir Morelli, 2004 ; Schor, 1996). À mesure que leur statut socio-économique s'améliorait, les concurrent·e·s de bas statut sont apparu·e·s petit à petit, comme des citoyen·ne·s coopérant au fonctionnement de la société dans son ensemble. On retrouve ici tout le sens d'une prise en compte des contraintes

structurelles dans l’émergence des conceptions stéréotypées à propos des groupes (Fiske, 2015 ; Yzerbyt, 2016).

7. Conclusions

Dans ce chapitre, nous nous sommes focalisés sur deux aspects qui se situent en aval des stéréotypes abordés au chapitre 3, à savoir les préjugés et la discrimination. À leur manière, la théorie des conflits réels et la théorie de l’identité sociale alimentent quasiment tous les travaux qui tentent de comprendre les relations entre les groupes sociaux. Si la tradition inspirée de Sherif souligne les conséquences du fait que l’individu soit dans le groupe, celle qui s’inscrit dans les pas de Tajfel, notamment la théorie de l’auto-catégorisation de Turner et de ses collègues, examine quant à elle les retombées du fait que le groupe est dans l’individu.

Le fait d’appartenir à des groupes conduit à décoder les événements et le monde qui nous entoure en fonction de nos intérêts, de nos aspirations, de nos craintes, etc. Les positions occupées par les un·e·s et les autres et la nature des relations entre les groupes forgent les évaluations qui engendrent nos expériences émotionnelles. Ces réactions sont souvent marquées par le sceau de l’anxiété et de la méfiance, s’enracinant dans les perceptions de menaces réalistes ou symboliques. Et si les manifestations extrêmes de préjugés ont pu s’atténuer, le ressentiment et le reproche d’une part, typiques du racisme subtil, et le malaise et l’inconfort d’autre part, caractéristiques du racisme aversif, n’en restent pas moins vivaces chez beaucoup. Ces postures nourrissent des conduites allant de l’agression, au pire, à l’évitement, au mieux. Une autre forme d’ambivalence régit les rapports entre les femmes et les hommes. Les compliments et la bienveillance quand on rentre dans le rang, alliés au dénigrement et à la menace quand on tente de s’extraire de sa condition illustrent parfaitement la forme que peuvent prendre des rapports d’exploitation et non de simple domination. Notre tour d’horizon se termine par un examen de l’autoritarisme de droite et de l’orientation à la dominance sociale, leurs enracinements dans la socialisation et surtout leurs conséquences en matière de préjugés. À chaque fois, les croyances s’insèrent dans un système idéologique aux nombreuses ramifications et qui n’hésite pas à sanctionner la dissidence.

Dès les premiers travaux sur l'identité sociale initiés par Tajfel, il s'agissait de comprendre comment on fait face à des identités perçues comme dévalorisées. Différentes voies s'offrent aux membres de groupes défavorisés ou dominés selon qu'on opte pour une stratégie individuelle (mobilité) ou collective (compétition, créativité, comparaison). Certes, la discrimination n'est pas toujours manifeste et une incertitude demeure souvent quant aux véritables mobiles d'un·e interlocuteur·rice, d'une organisation ou, plus globalement, de la société. Face aux obstacles et au rejet, une réaction fréquente consiste à se tourner vers son groupe et à renforcer les solidarités au risque que la mauvaise réputation qui frappe ce dernier conduise à donner du grain à moudre à ses détracteur·rice·s. Dans le droit fil des succès engrangés par Sherif, les recherches en psychologie sociale ont montré comment le contact entre les groupes était la voie de prédilection pour combattre stéréotypes et préjugés et discrimination. Pour autant, des relations apaisées ne doivent pas dispenser de mettre en question les rapports de pouvoir et de rester attentif aux revendications d'égalité et de dignité. Harmonie et égalité forment décidément un couple turbulent.

L’essentiel

Résumé

Dans ce dernier chapitre, nous nous somme penchés sur les conséquences du lien entre groupe et individu, notamment les positions que nous occupons en tant que membre du groupe et leur influence sur les relations avec d’autres groupes. Les préjugés et le sentiment d’être menacé conduisent à des postures conflictuelles, qui se manifestent sur un spectre allant de l’agression à l’évitement. L’autoritarisme et les discriminations ont constitué le cœur de la seconde partie de ce chapitre : nous avons ainsi étudié les facteurs à leur origine, personnels, sociaux ou idéologiques, et traité la manière dont les membres de rgoupes stigmatisés font face aux stéréotypes, préjugés et discrimination. Enfin, nous avons évoqué les recherches sur les stratégies visant à améliorer les relations intergroupes.

Questions pour s’auto-évaluer

1. Expliquez les trois phases dans les camps de vacances organisés par Sherif et ses collègues et faites le lien avec les modèles de contact intergroupes.

2. Quels sont les écueils qui, selon Stephan et ses collègues, se présentent dans les situations de contact entre les groupes ?

3. Caractérisez le racisme moderne et le racisme aversif. Laquelle de ces deux formes de préjugés s’avère, selon vous, la plus grave ? Expliquez en vous référant à des études abordées dans le texte.

4. Le sexisme hostile et le sexisme bienveillant produisent une attitude ambivalente. Comment se fait-il que ces deux postures soient corrélées positivement ? Pourquoi les femmes autant que les hommes risquent de promouvoir ces deux formes de sexisme ?

5. Décrivez quels sont les thématiques sous-jacentes à l’autoritarisme de droite et à l’orientation à la dominance sociale. Donnez les grandes lignes

du modèle de Duckitt et dites en quoi il est somme toute assez normal que les groupes qui sont la cible des autoritaires de droite et des dominants sociaux ne sont pas forcément les mêmes.

6. Selon la théorie de l'identité sociale, plusieurs stratégies sont à disposition des membres de groupes qui souffrent de la comparaison avec d'autres groupes. Détaillez celles-ci et donnez à chaque fois deux exemples concrets issus de l'actualité récente.

7. Expliquez comment Pettigrew (1998) réconcilie les différents modèles de contact intergroupes pour proposer un modèle dynamique englobant. Essayez de mettre en application cette proposition dans une situation de la vie réelle qui défraie l'actualité.

Lectures pour aller plus loin

En Français

Faniko, K., Bourguignon, D., Sarrasin, O., & Guimond, S. (2018). Psychologie de la discrimination et des préjugés: de la théorie à la pratique. Louvain-la-Neuve, Belgique : De Boeck.

Guimond, S. (2018) Les politiques de diversité: antidote à l'intolérance et à la radicalisation. Bruxelles: Mardaga.

Leyens, J-Ph. (2018). Sommes-nous tous racistes ? Bruxelles: Mardaga.

Yzerbyt, V. Y., & Demoulin, S. (2019). Les relations intergroupes. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

En Anglais

Allport, G. W. (1954). The Nature of Prejudice. New York: Perseus.

Brown, R. (2011). Prejudice: Its social psychology. John Wiley & Sons.

Brown, R., & Pehrson, S. (2019). Group processes: Dynamics within and between groups. John Wiley & Sons.

Dixon, J., & Levine, M. (Eds.). (2012). Beyond prejudice: Extending the social psychology of conflict, inequality and social change. Cambridge University Press.

Pettigrew, T. F. (1998). Intergroup contact theory. Annual Review of Psychology, 49(1), 65-85.

Paluck, E. L., Green, S. A., & Green, D. P. (2018). The contact hypothesis re-evaluated. Behavioural Public Policy, 1-30.

Pour illustrer

La fabrique du préjugé.

L’expérience de Tajfel: la discrimination est-elle naturelle ?

La leçon de discrimination.

La leçon de discrimination – 10 ans plus tard.

Bibliographie

Abele, A. E., Cuddy, A. J. C., Judd, C. M., & Yzerbyt, V. Y. (2008). Fundamental dimensions of social judgment: A view from different perspectives. *European Journal of Social Psychology, 38,* 1063-1065.

Abele, A., Ellemers, N., Fiske, S. T., Koch, A., & Yzerbyt, V. Y. (2019). *Navigating the social world: Shared vertical and horizontal dimensions for evaluating self, individuals, and groups.* Manuscript under revision.

Abele, A. E., Hauke, N., Peters, K., Louvet, E., Szymkow, A., & Duan, Y. (2016). Facets of the fundamental content dimensions: Agency with competence and assertiveness—Communion with warmth and morality. *Frontiers in psychology*, *7*, 1810.

Abele, A. E., & Wojciszke, B. (2014). Communal and agentic content in social cognition: A dual perspective model. *Advances in experimental social psychology*, *50*, 195-255. Abric, J. C. (2001). L'approche structurale des représentations sociales: développements récents. *Psychologie et société*, *4*(2), 81-104.

Abele, A. E., & Wojciszke, B. (2018). *Agency and communion in social psychology*. London : Routledge.

Abelson, R. P., & Prentice, D. A. (1989). Beliefs as possessions: A functional perspective. In A. R. Pratkanis, S. J. Breckler, & A. G. Greenwald (Eds.), *Attitude structure and function* (pp. 361-381). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Abrams, D., Wetherell, M. S., Cochrane, S., Hogg, M. A., & Turner, J. C. (1990). Knowing what to think by knowing who you are: Self-categorization and the nature of norm formation, conformity, and group polarization. *British Journal of Social Psychology*, *29*, 97-119.

Achtziger, A., Gollwitzer, P. M., & Sheeran, P. (2008). Implementation intentions and shielding goal striving from unwanted thoughts and feelings. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *34*(3), 381-393.

Adorno, T. W., Frenkel-Brunswick, E., Levinson, D. J., & Sanford, R. N. (1950). *The authoritarian personality*. New York: Harper & Row.

Aebischer, V., Hewstone, M. R., & Henderson, M. (1984). Minority influence and musical preference: Innovation by conversion not coercion. *European Journal of Social Psychology, 14*, 23–33.

Ainsworth, M. S. (1979). Infant–mother attachment. *American Psychologist*, *34*(10), 932-937.

Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action control* (pp. 11-39). Springer, Berlin, Heidelberg.

Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Milton Keynes, UK: Open University Press.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, *50*(2), 179-211.

Ajzen, I. (1996). The directive influence of attitudes and behavior. In P. M. Gollwitzer & J. A. Bargh (Eds.), *The psychology of action* (pp. 385-403). New York: Guilford.

Ajzen, I. (2012). Attitudes and persuasion. *The Oxford handbook of personality and social psychology*, 367-393.
Ajzen, I., & Cote, N. G. (2008). Attitudes and the prediction of behavior. In W. D. Crano & R. Prislin (Eds), *Attitudes and attitude change* (pp. 289-311). New York: Psychology Press.
Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin, 84*, 888-918.
Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
Allen, H., Brady, N., & Tredoux, C. (2009). Perception of 'Best Likeness' to Highly Familiar Faces of Self and Friend. *Perception*, *38*(12), 18211830
Allen, J. J., & Anderson, C. A. (2017). General aggression model. *The International Encyclopedia of Media Effects*, 1-15.
Allen, M., Emmers, T., Gebhardt, L., & Giery, M. (1995). Pornography and rape myth acceptance. *Journal of Communication, 45(1)*, 5-26.
Allport, G. W. (1935). Attitudes. In C. A. Murchison (Ed.) *A handbook of social psychology* (Vol. 2). New York: Russel & Russel.
Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Cambridge, MA: Addison-Wesley.
Allport, G. W., & Postman, L. (1947). *The psychology of rumor*. New York: Henry Holt & Company.
Altemeyer, B. (1981). *Right-wing authoritarianism.* Winnipeg, Manitoba, Canada: University of Manitoba Press.
Altemeyer, B. (1988). *Enemies of freedom: Understanding right-wing authoritarianism.* San Francisco: Jossey-Bass.
Altemeyer, B. (1998). The other "authoritarian personality." *Advances in Experimental Social Psychology, 30*, 47-92.
Altemeyer, B., & Hunsberger, B. (1992). Authoritarianism, religious fundamentalism, and prejudice. *International Journal for the Psychology of Religion, 2*, 113-133.
Alvaro, E. M., & Crano, W. D. (1997). Indirect minority influence: Evidence for leniency in source evaluation and counterargumentation. *Journal of Personality and Social Psychology*, *72*(5), 949-964.
Alvaro, E. M., & Crano, W. D. (2017). Reflections on Gabriel Mugny's Contributions to Attitude-Centric Theory and Research on Minority Influence. *International Review of Social Psychology*, *30*(1).
Alves, H., Koch, A., & Unkelbach, C. (2018). A cognitive-ecological explanation of intergroup biases. *Psychological Science*, *29*(7), 1126-1133.
Alwin, D. F., Cohen, R. L., & Newcomb, T. M. (1991). *Political attitudes over the life span: The Bennington women after fifty years*. Univ. of Wisconsin Press.
Ambady, N., & Rosenthal, R. (1993). Half a minute: Predicting teacher evaluations from thin slices of nonverbal behavior and physical attractiveness. J*ournal of Personality and Social Psychology, 64*, 431-41.
Amin, A., & Vinet, É. (2014). Auto-catégorisation ethnique, attitudes d'acculturation et représentations sociales chez les jeunes Français issus de l'immigration. *Canadian Journal of Behavioural Science/Revue Canadienne Des Sciences Du Comportement*, *46*(2), 226-237.
Anders, S., de Jong, R., Beck, C., Haynes, J.-D., & Ethofer, T. (2016). A neural link between affective understanding and interpersonal attraction. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *113*(16), E2248–E2257.
Anderson, C. A. (1987). Temperature and aggression: Effects on quarterly, yearly, and city rates of violent and nonviolent crime. *Journal of Personality and Social Psychology*, *52*(6), 1161-1173.

Anderson, C. A. (1989). Temperature and aggression: The ubiquitous effects of heat on the occurence of human violence. *Psychological Bulletin*, *106*, 74-96.

Anderson, C. A., Berkowitz, L., Donnerstein, E., Huesmann, L. R., Johnson, J. D., Linz, D., ... & Wartella, E. (2003). The influence of media violence on youth. *Psychological Science in the Public Interest*, *4*(3), 81-110.

Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2001). Effects of violent video games on aggressive behavior, aggressive cognition, aggressive affect, physiological arousal, and prosocial behavior: A meta-analytic review of the scientific literature. *Psychological Science, 12(5)*, 353-359.

Anderson, C. A., Bushman, B. J., & Groom, R. W. (1997). Hot years and serious and deadly assault: empirical tests of the heat hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychyology*, *73*(6), 1213-1223.

Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2002). Human aggression. *Annual Review of Psychology, 53*, 27-51.

Anderson, C. A., & Godfrey, S. S. (1987). Thoughts about actions: The effects of specificity and availability of imagined behavioral scripts on expectations about oneself and others. *Social Cognition*, *5*(3), 238-258.

Andrighetto, L., Baldissarri, C., & Volpato, C. (2017). (Still) modern times: Objectification at work. *European Journal of Social Psychology*, *47*, 25-35.

Archer, D., Iritani, B., Kimes, D. D., & Barrios, M. (1983). Face-ism: Five studies of sex differences in facial prominence. *Journal of Personality and Social Psychology*, *45*, 725.

Archer, J. (1991). The influence of testosterone on human aggression. *British Journal of Psychology*, *82*(1), 1-28.

Arendt, H. (1991). *Eichmann à Jérusalem: rapport sur la banalité du mal.* Paris: Point.

Armitage, C. J., & Conner, M. (1999). Distinguishing perceptions of control from self-efficacy: Predicting consumption of a low-fat diet using the theory of planned behavior 1. *Journal of Applied Social Psychology*, *29*(1), 72-90.

Aron, A., McLaughlin-Volpe, T., Mashek, D., Lewandowski, G., Wright, S.C. & Aron, E.N. (2004). Including others in the self, *European Review of Social Psychology, 15*, 101-132.

Aron, A., Melinat, E., Aron, E. N., Vallone, R. D., & Bator, R. J. (1997). The experimental generation of interpersonal closeness: A procedure and some preliminary findings. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *23*(4), 363–377.

Aronson, E. (1969). The theory of cognitive dissonance: A current perspective. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 4, pp. 1-34). Academic Press.

Aronson, E. (1999). Dissonance, hypocrisy, and the self concept. In E. Harmon-Jones & J. Mills (Eds.), *Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology* (pp. 103–126). Washington, DC: American Psychological Association.

Aronson, E., & Carlsmith, J. M. (1963). Effect of the severity of threat on the devaluation of forbidden behavior. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, *66*, 584-588.

Aronson, E., Fried, C. B., & Stone, J. (1991). Overcoming denial and increasing the intention to use condoms through the induction of hypocrisy. *American Journal of Public Health, 81*, 1636-1638.

Aronson, E., & Mills, J. (1959). The effect of severity of initiation on liking for a group. *The Journal of Abnormal and Social Psychology, 59*, 177-181.

Aronson, E., Stephan, W., Sikes, J., Blaney, N., & Snapp, M. (1978). Cooperation in the classroom. *The Jigsaw-Method, Pinter & Martin Ltd, 22009*.

Asch, S. E. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgments. In H. Guetzkow (Ed.), *Groups, leadership and men; research in human relations* (pp. 177-190).

Pittsburgh: Carnegie Press.
Asch, S. E. (1952), *Social Psychology*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
Augoustinova, M., & Oberlé, D. (2013). *Psychologie sociale du groupe au travail, réfléchir, travailler et décider en groupe*. Louvain-la-Neuve, Belgique: De Boeck.
Augustine, A. A., Mehl, M. R., & Larsen, R. J. (2011). A positivity bias in written and spoken English and its moderation by personality and gender. *Social Psychological and Personality Science*, *2*, 508-515.
Avenanti, A., Bueti, D., Galati, G., & Aglioti, S. M. (2005). Transcranial magnetic stimulation highlights the sensorimotor side of empathy for pain. *Nature Neuroscience*, *8*(7), 955-960.
Avenanti, A., Sirigu, A., & Aglioti, S. M. (2010). Racial bias reduces empathic sensorimotor resonance with other-race pain. *Current Biology*, *20*(11), 1018-1022.
Axelrod, R. (1984). *The evolution of cooperation*. New York: Basic Books.
Back, M. D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S. C., Egloff, B., & Gosling, S. D. (2010). Facebook profiles reflect actual personality, not self-idealization. *Psychological Science*, *21*, 372-374.
Bailenson, J. N., & Yee, N. (2005). Digital chameleons: Automatic assimilation of nonverbal gestures in immersive virtual environments. *Psychological Science*, *16*(10), 814-819.
Bakan, D. (1966). *The duality of human existence: an essay on psychology and religion.* Chicago: Rand McNally.
Banaji, M. R., Hardin, C. D. (1996). Automatic stereotyping. *Psychological Science* 7, 136-141.
Bandura, A. (1965). Influence of models' reinforcement contingencies on the acquisition of imitative responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, *1*, 589-595.
Bandura, A. (1971). *Social Learning Theory*. New York: General Learning Press.
Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review, 84*, 191-215.
Bandura, A., Grusec, J. E., & Menlove, F. L. (1967). Vicarious extinction of avoidance behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, *5*, 16-23.
Bangerter, A. (2000). Transformation between scientific and social representations of conception: The method of serial reproduction. *British Journal of Social Psychology*, *39*(4), 521–535.
Bangerter, A., & Heath, C. (2004). The Mozart effect: Tracking the evolution of a scientific legend. *British Journal of Social Psychology*, *43*(4), 605–623.
Bargh, J. A. (1984). Automatic and conscious processing of social information. In R. S. Wyer, & T. K. Srull (Eds.), *Handbook of social cognition.* Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
Baron, R. S., Moore, D., & Sanders, G. S. (1978). Distraction as a source of drive in social facilitation research. *Journal of Personality and Social Psychology*, *36*(8), 816-824.
Barrett, L. F. (2017). *How emotions are made: The secret life of the brain.* Boston: Houghton Mifflin Harcourt.
Bartholow, B. D., & Anderson, C. A. (2002). Effects of violent video games on aggressive behavior: Potential sex differences. *Journal of Experimental Social Psychology*, *38*(3), 283-290.
Bartholow, B. D., & Heinz, A. (2006). Alcohol and aggression without consumption: Alcohol cues, aggressive thoughts, and hostile perception bias. *Psychological Science*, *17*, 30-37.
Batson, C. D. (1987). Prosocial motivation: Is it ever truly altruistic? In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 20, pp. 65-122). Orlando, FL: Academic Press.
Batson, C. D. (1991). *The altruism question: Toward a social-psychological answer*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Batson, C. D. (1995). Prosocial motivation: Why do we help others? In A. Tesser (Ed.), *Advanced social psychology*. New York: McGraw-Hill.
Batson, C. D., & Shaw, L. L. (1991). Evidence for altruism: Toward a pluralism of prosocial motives. *Psychological Inquiry*, *2*(2), 107-122.
Baumeister, R. F. (1996). *Evil: Inside human cruelty and violence.* WH Freeman/Times Books/Henry Holt & Co.
Baumeister, R. F., & Hastings, S. (1997). Distortions of collective memory: How groups flatter and deceive themselves. In *Collective memory of political events: Social psychological perspectives* (pp. 277–293). Hillsdale, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C., & Vohs, K. D. (2001). Bad is stronger than good. *Review of General Psychology, 5*, 323-370.
Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Muraven, M., & Tice, D. M. (1998). Self-control depletion: Is the active self a limited resource? *Journal of Personality and Social Psychology, 74*, 1252–1265.
Baumeister, R. F., & Heatherton, T. F. (1996). Self-regulation failure: An overview. *Psychological Inquiry, 7*(1), 1-15.
Baumeister, R. F., & Ilko, S. A. (1995). Shallow gratitude: Public and private acknowledgement of external help in accounts of success. *Basic and Applied Social Psychology*, *16*, 191-209.
Baumeister, R. F., Schmeichel, B. J., & Vohs, K. D. (2007). Self-regulation and the executive function: The self as controlling agent. *Social psychology: Handbook of basic principles*, *2*, 516-539.
Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2016). Misguided effort with elusive implications. *Perspectives on Psychological Science*, *11*(4), 574-575.
Baumrind, D. (1964). Some thoughts on ethics of research: After reading Milgram's" Behavioral study of obedience.". *American Psychologist*, *19*(6), 421-423.
Beaman, A. L., Klentz, B., Diener, E., & Svanum, S. (1979). Self-awareness and transgression in children: two field studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, *37*(10), 1835.
Beasley, R. K., & Joslyn, M. R. (2001). Cognitive dissonance and post-decision attitude change in six presidential elections. *Political Psychology*, *22*(3), 521-540.
Beauvois, J.-L. (1984). *La psychologie quotidienne*. Paris: P. U. F.
Beauvois, J.-L. (1995). La connaissance des utilités sociales, *Psychologie française, 40,* 370-388.
Beauvois, J.-L. (1995). *Traité de la servitude libérale: Analyse de la soumission*. Paris: Dunod.
Beauvois, J.-L., Courbet, D., Oberlé, D. (2012). The prescriptive power of the television host. A transposition of Milgram's obedience paradigm to the context of TV game show. *European Review of Applied Psychology / Revue Européenne de Psychologie Appliquée*, 62 (3), pp.111-119.
Beauvois, J.-L., & Dubois, N. (1988). The norm of internality in the explanation of social events. *European Journal of Social Psychology*, *18*, 299-316.
Beauvois, J.-L., & Dubois, N. (2000). Affordances in social judgment: Experimental proof of target behaves. *Swiss Journal of Psychology/Schweizerische Zeitschrift für Psychologie/Revue Suisse de Psychologie*, *59*, 16-33.
Beauvois, J.-L., & Dubois, N. (2016). *Psychologie de la personnalité et évaluation: les traits de personnalité ne sont pas ce que les psychologues disent qu'ils sont*. PUG.
Beauvois, J.-L., & Joule, R. V. (1996). *A radical dissonance theory*. Londres: Taylor & Francis.
Becker, A. E., Burwell, R. A., Herzog, D. B., Hamburg, P., & Gilman, S. E. (2002). Eating behaviours and attitudes following prolonged exposure to television among ethnic Fijian adolescent girls. *The British Journal of Psychiatry*, *180*(6), 509-514.
Becker, J. C., & Tausch, N. (2015). A dynamic model of engagement in normative and non-normative collective action: Psychological antecedents, consequences, and barriers. *European*

Review of Social Psychology, *26*(1), 43-92.
Bègue, L. (2010). *L'agression humaine.* Paris: Dunod.
Bègue, L., Beauvois, J. L., Courbet, D., Oberlé, D., Lepage, J., & Duke, A. A. (2015). Personality Predicts Obedience in a M ilgram Paradigm. *Journal of Personality*, *83*(3), 299-306.
Bègue, L., & Subra, B. (2008). Alcohol and aggression: Perspectives on controlled and uncontrolled social information processing. *Social and Personality Psychology Compass, 2(1),* 511-538.
Bell, B., Fasani, F., & Machin, S. (2013). Crime and immigration: Evidence from large immigrant waves. *Review of Economics and statistics*, *21*(3), 1278-1290.
Bem, D. J. (1967). Self-perception: An alternative interpretation of cognitive dissonance phenomena. *Psychological Review*, *74*, 183-200.
Bem, D. J. (1972). Self-perception theory. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 6, pp. 1-62). New York: Academic Press.
Bennassar, B. (2015). Les noms des renégats. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos. Nouveaux mondes mondes nouveaux - Novo Mundo Mundos Novos - New world New worlds*.
Bergsieker, H. B., Leslie, L. M., Constantine, V. S., & Fiske, S. T. (2012). Stereotyping by omission: Eliminate the negative, accentuate the positive. *Journal of Personality and Social Psychology*, *102*, 1214.
Berkowitz, L. (1982). Aversive conditions as stimuli to aggression. In *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 15, pp. 249-288). Academic Press.
Berkowitz, L. (1990). On the formation and regulation of anger and aggression: A cognitive-neoassociationistic analysis. *American Psychologist*, *45*(4), 494-503.
Berkowitz, L., & LePage, A. (1967). Weapons as aggression-eliciting stimuli. *Journal of Personality and Social Psychology, 7*, 202-207.
Berman, M. E., McCloskey, M. S., Fanning, J. R., Schumacher, J. A., & Coccaro, E. F. (2009). Serotonin augmentation reduces response to attack in aggressive individuals. *Psychological Science*, *20*(6), 714-720.
Bernard, M. M., Maio, G. R., & Olson, J. M. (2003). The vulnerability of values to attack: Inoculation of values and value-relevant attitudes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *29*(1), 63-75.
Bernard, P., Gervais, S. J., Allen, J., Campomizzi, S., & Klein, O. (2012). Integrating sexual objectification with object versus person recognition: The sexualized-body-inversion hypothesis. *Psychological Science*, *23*(5), 469-471.
Bernard, P., Legrand, S., & Klein, O. (2018). From bodies to blame: Exposure to sexually objectifying media increases tolerance toward sexual harassment. *Psychology of Popular Media Culture*, *7*(2), 99.
Bernard, P., Loughnan, S., Marchal, C., Godart, A., & Klein, O. (2015). The exonerating effect of sexual objectification: Sexual objectification decreases rapist blame in a stranger rape context. *Sex roles*, *72*(11-12), 499-508.
Berndsen, M., McGarty, C., van der Pligt, J., & Spears, R. (2001). Meaning-seeking in the illusory correlation paradigm: The active role of participants in the categorization process. *British Journal of Social Psychology*, *40*, 209-233.
Berry, J. W. (1997). Immigration, acculturation, and adaptation. *Applied Psychology*, *46*(1), 5–34.
Bettencourt, B., Charlton, K., Dorr, N., & Hume, D. L. (2001). Status differences and in-group bias: a meta-analytic examination of the effects of status stability, status legitimacy, and group permeability. *Psychological Bulletin*, *127*(4), 520.

Billig, M. (1996). *Arguing and thinking: A rhetorical approach to social psychology*. Cambridge University Press.

Blair, I. V. (2001). Implicit stereotypes and prejudice. In *Cognitive social psychology: The Princeton symposium on the legacy and future of social cognition* (pp. 359-374).

Bloom, P. (2016). *Against empathy: the case for rational compassion.* New York: Harper Collins.

Bodenhausen, G. V. (1990). Stereotypes as judgmental heuristics: Evidence of circadian variations in discrimination. *Psychological Science*, *1*, 319-322.

Bohner, G., Eyssel, F., Pina, A., Siebler, F., & Viki, G. T. (2009). Rape myth acceptance: cognitive, affective and behavioural effects of beliefs that blame the victim and exonerate the perpetrator. *Rape: Challenging Contemporary Thinking*, 17-45.

Bond, C. F. (1982). Social facilitation: A self-presentational view. *Journal of Personality and Social Psychology*, *42*(6), 1042-1050.

Bond, R., & Smith, P. B. (1996). Culture and conformity: A meta-analysis of studies using Asch's (1952b, 1956) line judgment task. *Psychological bulletin*, *119*(1), 111-137.

Bornstein, R. F. (1989). Exposure and affect: Overview and meta-analysis of research, 1968-1987. *Psychological Bulletin*, *106*, 265-289.

Bornstein, R. F., & D'agostino, P. R. (1992). Stimulus recognition and the mere exposure effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, *63*(4), 545.

Bornstein, R. F., Leone, D. R., & Galley, D. J. (1987). The generalizability of subliminal mere exposure effects: Influence of stimuli perceived without awareness on social behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, *53*, 1070-1079.

Bossard, J. H. S. (1932). Residential propinquity as a factor in marriage selection. *American Journal of Sociology*, 38, 219–224.

Boudon, R. (1990). *L'art de se persuader des idées douteuses, fragiles ou fausses*. Paris: Seuil.

Bourdieu, P., & Passeron, J. C. (1990, 2018). *La reproduction: éléments pour une théorie du système d'enseignement*. Minuit.

Bourguignon, D., Seron, E., Yzerbyt, V., & Herman, G. (2006). Perceived group and personal discrimination: Differential effects on self-esteem. *European Journal of Social Psychology, 36*, 1-24.

Bourhis, R. Y., Gagnon, A., & Sachdev, I (1997). Les matrices de Tajfel : un guide méthodologique pour la recherche intergroupe. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, *34*, 11-28.

Bourhis, R. Y., Moise, L. C., Perreault, S., & Senecal, S. (1997). Towards an interactive acculturation model: A social psychological approach. *International Journal of Psychology*, *32*(6), 369-386.

Bourhis, R. Y., Montaruli, E., El-Geledi, S., Harvey, S.-P., & Barrette, G. (2010). Acculturation in Multiple Host Community Settings. *Journal of Social Issues*, *66*(4), 780–802.

Bovet, J. (2019). Evolutionary Theories and Men's Preferences for Women's Waist-to-Hip Ratio: Which Hypotheses Remain? A Systematic Review. *Frontiers in Psychology*, *10*.

Bowlby, J. (2002). *Attachement et perte. : Volume 1, L'attachement*. Paris: Presses Universitaires de France - PUF.

Breckler, S. J. (1984). Empirical validation of affect, behavior, and cognition as distinct components of attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, *47*, 1191-1205.

Breckler, S. J., & Wiggins, E. C. (1989). Affect versus evaluation in the structure of attitudes. *Journal of Experimental Social Psychology*, *25*, 253-271.

Brehm, J. W. (1956). Posdecision changes in the desirability of alternatives. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, *52*, 384-389.

Brewer, M. B. (1999). The psychology of prejudice: Ingroup love or outgroup hate? *Journal of Social Issues*, *55*, 429-444.

Brewer, M. B. (2000). Reducing prejudice through self-categorization: Effects of multiple social identities. *Reducing prejudice and discrimination*, 165-185.

Brewer, M. B., & Miller, N. E. (1984). Beyond the contact hypothesis: Theoretical perspectives on desegregation. In N. Miller & M. B. Brewer (Eds.), *Groups in contact: The psychology of desegregation* (pp. 281-302). New York: Academic Press.

Bridge, J. A., Greenhouse, J. B., Ruch, D., Stevens, J., Ackerman, J., Sheftall, A. H., ... & Campo, J. V. (2019). Association between the release of Netflix's 13 Reasons Why and suicide rates in the United States: An interrupted times series analysis. *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry*.

Brigham, J. C. (1971). Ethnic stereotypes. *Psychological Bulletin, 76*, 15-38.

Bronner, G. (2013). *La démocratie des crédules*. Paris: P.U.F.

Brown, R. (1986). *Social psychology: The second edition*. New York: Free Press.

Brown, R. (2011). *Prejudice: Its social psychology.* John Wiley & Sons.

Brown, R., & Kulik, J. (1977). Flashbulb memories. *Cognition*, *5*(1), 73–99.

Brown, R., & Pehrson, S. (2019). *Group processes: Dynamics within and between groups.* John Wiley & Sons.

Brown, S. L., Nesse, R. M., Vinokur, A. D., & Smith, D. M. (2003). Providing social support may be more beneficial than receiving it: Results from a prospective study of mortality. *Psychological Science*, *14*(4), 320-327.

Brownstein, A. L., Read, S. J., & Simon, D. (2004). Bias at the racetrack: Effects of individual expertise and task importance on predecision reevaluation of alternatives. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *30*(7), 891-904.

Bruner, J. (1990/2015). *Car la culture donne forme à l'esprit*. Paris: Retz

Burger, J. M. (1999). The foot-in-the-door compliance procedure: A multiple-process analysis and review. *Personality and Social Psychology Review*, *3*(4), 303-325.

Burger, J. M., & Caldwell, D. F. (2003). The effects of monetary incentives and labeling on the foot-in-the-door effect: Evidence for a self-perception process. *Basic and Applied Social Psychology*, *25*(3), 235-241.

Burns, J. M. (1978). *Leadership*. New York: Harper Collins.

Burnstein, E., Crandall, C., & Kitayama, S. (1994). Some neo-Darwinian decision rules for altruism: Weighing cues for inclusive fitness as a function of the biological importance of the decision. *Journal of Personality and Social Psychology*, *67*(5), 773-789.

Burnstein, E., & Vinokur, A. D. (1977). Persuasive argumentation and social comparison as determinants of attitude polarization. *Journal of Experimental Social Psychology 13(4):* 315-332.

Burstein, E., & Worchel, P. (1962). Arbitrariness of frustration and its consequences for aggression in a social situation. *Journal of Personality*, *30*, 528-540.

Buschini, F., & Lorenzi-Cioldi, F. (2013). Représentations sociales. In L. Bègue & O. Desrichard (Eds.), *Traité de psychologie sociale* (pp. 395-415). Bruxelles: De Boeck.

Bushman, B. J. (2005). Violence and sex in television programs do not sell products in advertisements. *Psychological Science*, *16*(9), 702-708.

Bushman, B. J., & Baumeister, R. F. (1998). Threatened egotism, narcissism, self-esteem, and direct and displaced aggression: Does self-love or self-hate lead to violence? *Journal of Personality and Social Psychology*, *75*(1), 219-229.

Bushman, B. J., Baumeister, R. F., & Phillips, C. M. (2001). Do people aggress to improve their mood? Catharsis beliefs, affect regulation opportunity, and aggressive responding. *Journal of Personality and Social Psychology*, *81*(1), 17-32.

Buss, D. M., Abbott, M., Angleitner, A., Asherian, A., Biaggio, A., Blanco-Villasenor, A., ... & Ekehammar, B. (1990). International preferences in selecting mates: A study of 37 cultures. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, *21*(1), 5-47.

Buss, D. M., & Schmitt, D. P. (1993). Sexual strategies theory: an evolutionary perspective on human mating. *Psychological Review*, *100*(2), 204-232.

Butera, F., Buchs, C., & Darnon, C. (2011). *L'évaluation, une menace?* Presses Universitaires de France.

Butera, F., Darnon, C., Buchs, C., & Muller, D. (2006). Les méfaits de la compétition: comparaison sociale et focalisation dans l'apprentissage. *Bilans et perspectives en psychologie sociale*, 15-44.

Cacioppo, J. T. (1979). Efects of exogeneous changes in heart rate on the facilitation of thought and resistance to persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, *37*, 489-498.

Cacioppo, J. T., Berntson, G. G., & Crites, S. L. (1996). Social neuroscience: Principles of psychophysiological arousal and response. In E. T. Higgins & A. W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (pp. 72-101). New York, NY, US: Guilford Press.

Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. (1979). Effects of message repetition on cognitive response, recall, and persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, *37*, 97-109.

Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. (1982). The need for cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*, *42*, 116131.

Cadinu, M. R., Maass, A., Rosabianca, A. & Kiesner, J. (2005). Why do women underperform under stereotype threat? Evidence for the role of negative thinking. *Psychological Science, 16,* 572-578.

Cambon, L. (2006). Désirabilité sociale et utilité sociale, deux dimensions de la valeur communiquée par les adjectifs de personnalité. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, *19*, 125-151.

Cambon, L., & Yzerbyt, V. Y. (2017). Compensation is for real: Evidence from existing groups in the context of actual relations. *Group Processes & Intergroup Relations*, *20*(6), 745-756.

Cambon, L., & Yzerbyt, V. Y. (2018). Two routes toward compensation: An investigation into the mechanisms of compensation for high-and low-status groups. *Journal of Experimental Social Psychology*, *77*, 24-35.

Cambon, L., Yzerbyt, V. Y., & Yakimova, S. (2015). Compensation in intergroup relations: An investigation of its structural and strategic foundations. *British Journal of Social Psychology, 54*, 140-158.

Campbell, W. K., & Sedikides, C. (1999). Self-threat magnifies the self-serving bias: A meta-analytic integration. *Review of General Psychology*, *3*(1), 23-43.

Camus, A. (1951). *L'Homme Révolté*. Paris: Gallimard.

Cann, A., Sherman, S. J., & Elkes, R. (1975). Effects of initial request size and timing of a second request on compliance: the foot in the door and the door in the face. *Journal of Personality and Social Psychology*, *32*(5), 774-782.

Carli, L. L. (2001). Gender and social influence. *Journal of Social Issues, 57(4)*, 725-741.

Carnahan, T., & McFarland, S. (2007). Revisiting the Stanford Prison Experiment: Could participant self-selection have led to the cruelty? *Personality and Social Psychology Bulletin*, *33*(5), 603-614.

Carpenter, W. (1874). *Principles of Mental Physiology, with their applications to the training and discipline of the mind, and the study of its morbid conditions*. Londres: H.S. King & Co.

Carrier, A., Louvet, E., & Rohmer, O. (2014). Compétence et agentisme dans le jugement social. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, *27*, 95-125.

Carrier, A., Louvet, E., Chauvin, B., & Rohmer, O. (2014). The primacy of agency over Competence in status perception. *Social Psychology, 45*(5), 347-356.

Carrier, A., Mierop, A, Corneille, O., & Yzerbyt, V (2019). *The Pragmatics of Social Perception: How Morality and Sociability Dimensions Address Relational Threats and Opportunities*. Unpublished manuscript. Catholic University of Louvain

Caspi, A., McClay, J., Moffitt, T. E., Mill, J., Martin, J., Craig, I. W., ... & Poulton, R. (2002). Role of genotype in the cycle of violence in maltreated children. *Science*, *297*(5582), 851-854.

Cesarini, D. (2013). *Adolf Eichmann*. Tallandier.

Chaiken, S. (1979). Communicator physical attractiveness and persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, *37*(8), 1387.

Chaiken, S. (1980). Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, *39*, 752-766.

Chaiken, S. (1987). The heuristic model of persuasion. In M. P. Zanna, J. M. Olson, & C. P. Herman (Eds.), *Social influence: The Ontario Symposium* (Vol. 5, pp. 3-39). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Chapman, L. J., & Chapman, J. P. (1967). Genesis of popular but erroneous diagnostic observations. *Journal of Abnormal Psychology*, *72*, 193-204.

Chartrand, T. L., & Bargh, J. A. (1999). The chameleon effect: The perception-behavior link and social interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, *76*, 893-910.

Chartrand, T. L., & van Baaren, R. (2009). Human mimicry. *Advances in Experimental Social Psychology*, *41*, 219-274.

Chiu, C., Hong, Y., & Dweck, C. S. (1997). Lay dispositionism and implicit theories of personality. *Journal of Personality and Social Psychology*, *73*, 19-30.

Choi, I., Nisbett, R. E., & Norenzayan, A. (1999). Causal attribution across cultures: Variation and universality. *Psychological Bulletin*, *125*(1), 47–63.

Cialdini, R. B. (1988). *Influence: Science and practice* (2nd edition). Glenview, IL: Scott, Foresman and Co.

Cialdini, R. B. (1991). Altruism or egoism? That is (still) the question. *Psychological Inquiry*, *2*(2), 124-126.

Cialdini, R. B. (2014). *Influence et manipulation : L'art de la persuasion*. Paris: Poche.

Cialdini, R. B., Borden, R. J., Thorne, A., Walker, M. R., Freeman, S., & Sloan, R. L. (1976). 'Basking in reflected glory: Three (football) field studies', *Journal of Personality and Social Psychology, 34*, 366-375.

Cialdini, R. B., Brown, S. L., Lewis, B. P., Luce, C., Neuberg, S. L. (1997). Reinterpreting the empathy-altruism relationship: When one into one equals oneness. *Journal of Personality and Social Psychology*, *73*, 481-494.

Cialdini, R. B., & Kenrick, D. T. (1976). Altruism as hedonism: A social development perspective on the relationship of negative mood state and helping. *Journal of Personality and Social Psychology*, *34*, 907-914.

Cialdini, R. B., Vincent, J. E., Lewis, S. K., Catalan, J., Wheeler, D., & Darby, B. L. (1975). Reciprocal concessions procedure for inducing compliance: The door-in-the-face technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, *31*, 206-215.

Cikara, M., Farnsworth, R. A., Harris, L. T., & Fiske, S. T. (2010). On the wrong side of the trolley track: Neural correlates of relative social valuation. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, *5*, 404-413.

Clark, D. J. (2018). *Beyond the curve* [Documentaire]. *Netflix.*

Clark, M. S., & Mills, J. (1993). The difference between communal and exchange relationships: What it is and is not. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *19*(6), 684-691.

Cohen, D., & Nisbett, R. E. (1997). Field experiments examining the culture of honor: The role of institutions in perpetuating norms about violence. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *23*(11), 1188-119.

Cohen, G. L. (2003). Party over policy: The dominating impact of group influence on political beliefs. *Journal of Personality and Social Psychology*, *85*(5), 808-822.

Coman, A., Manier, D., & Hirst, W. (2009). Forgetting the unforgettable through conversation: Socially shared retrieval-induced forgetting of September 11 memories. *Psychological Science*, *20*(5), 627–633.

Conner, M., & Higgins, A. R. (2010). Long-term effects of implementation intentions on prevention of smoking uptake among adolescents: a cluster randomized controlled trial. *Health Psychology*, *29*(5), 529-538.

Conway, M., Pizzamiglio, M. T., & Mount, L. (1996). Status, communality, and agency: Implications for stereotypes of gender and other groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, *71*, 25.

Cooley, C. H. (1902). Looking-glass self. *The production of reality: Essays and readings on social interaction*, *6*.

Cooley, S. C., & Smith, L. R. (2013). Presenting me! An examination of self-presentation in US and Russian online social networks. *Russian Journal of Communication*, *5*(2), 176-190.

Cooper, J. (2019) Cognitive dissonance: Where we've been and where we're going. *International Review of Social Psychology, 32,* 1-11.

Cooper, J., Blackman, S. F., & Keller, K. T. (2016). *The Science of Attitudes*. New York: Routledge.

Cooper, J., & Fazio, R. H. (1984). A new look at dissonance theory. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 17, pp. 229-266). San Diego, CA: Academic Press.

Cooper, J., & Worchel, S. (1970). Role of undesired consequences in arousing cognitive dissonance. *Journal of Personality and Social Psychology*, *16*, 199-206.

Cooper, J., Zanna, M. P., & Taves, P. A. (1978). Arousal as a necessary condition for attitude change following induced compliance. *Journal of Personality and Social Psychology*, *36*(10), 1101-1106.

Corneille, O. (2010). *Nos préférences sous influences*. Bruxelles: Mardaga.

Corneille, O., Klein, O, Lambert, S., & Judd, C. M. (2002). On the role of familiarity with units of measurement in categorical accentuation: Tajfel and Wilkes (1963) revisited and replicated. *Psychological Science*, *4*, 380-383.

Corneille, O., & Stahl, C. (2019). Associative attitude learning: A closer look at evidence and how it relates to attitude models. *Personality and Social Psychology Review*, *23*(2), 161-189.

Cortéséro, R., & Marlière, É. (2015). L'émeute est-elle une forme d'expression politique? *Agora débats/jeunesses*, (2), 57-77.

Cottrell, C. A., & Neuberg, S. L. (2005). Different emotional reactions to different groups: a sociofunctional threat-based approach to" prejudice". *Journal of Personality and Social Psychology,*, *88*(5), 770-789.

Cottrell, N. B., Wack, D. L., Sekerak, G. J., & Rittle, R. H. (1968). Social facilitation of dominant responses by the presence of an audience and the mere presence of others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 245-250.

Coull, A., Yzerbyt, V. Y., Castano, E., Paladino, M. P., Leemans, V. (2001). Protecting the ingroup: Motivated allocation of cognitive resources in the presence of threatening ingroup members. *Group Processes and Intergroup Relations*, *4*, 327-339.

Crandall, C. S., & Eshleman, A. (2003). A justification-suppression model of the expression and experience of prejudice. *Psychological Bulletin*, *129*, 414-446.

Crandall, C. S., Eshleman, A., & O'brien, L. (2002). Social norms and the expression and suppression of prejudice: the struggle for internalization. *Journal of Personality and Social Psychology, 82(3),* 359-378.

Crisp, R. J., & Turner, R. N. (2009). Can imagined interactions produce positive perceptions?: Reducing prejudice through simulated social contact. *American Psychologist*, *64*(4), 231-240.

Crisp, R. J., Walsh, J., & Hewstone, M. (2006). Crossed categorization in common ingroup contexts. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *32*(9), 1204-1218.

Crocker, J., & Major, B. (1989), Social stigma and self-esteem: The self-protective properties of stigma. *Psychological Review*, *96*, 608-630.

Crocker, J., Voekl, K., Testa, M., & Major, B. (1991). Social stigma: The affective consequences of attributional ambiguity. *Journal of Personality and Social Psychology, 60*, 218-228.

Croizet, J. -C., & Claire, T. (1998). Extending the concept of stereotype threat to social class: The intellectual underperformance of students from low socioeconomic backgrounds. *Personality and Social Psychology Bulletin, 24*, 588-594.

Croizet, J. -C. & Leyens, J. Ph. (2003). *Mauvaises réputations: réalités et enjeux de la stigmatisation sociale*. Paris: Albin.

Crosby, F. (1976). A model of egoistic relative deprivation. *Psychological Review*, *83*, 85-113.

Cross, S. E., & Madson, L. (1997). Models of the self: Self-construals and gender. *Psychological Bulletin, 122*(1), 5-37.

Croyle, R., & Cooper, J. (1983). Dissonance arousal: Physiological evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, *45*, 782-791.

Cuddy, A. J. C., Fiske, S. T., & Glick, P. (2007). The BIAS Map: Behaviors from intergroup affect and stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology, 92*, 631-648.

Cuddy, A. J. C., Fiske, S. T., & Glick, P. (2008). Warmth and competence as universal dimensions of social perception: The stereotype content model and the BIAS Map. *Advances in Experimental Social Psychology, 40*, 61-149.

Curci, A., IV, O. L., Finkenauer, C., & Gisle, L. (2001). Flashbulb memories in social groups: A comparative test–retest study of the memory of French President Mitterrand's death in a French and a Belgian group. *Memory*, *9*(2), 81–101. https://doi.org/10.1080/09658210042000120

Cusn (2007). https://www.csun.edu/science/health/docs/tv&health.html

Dahl, J., Vescio, T., & Weaver, K. (2015). How threats to masculinity sequentially cause public discomfort, anger, and ideological dominance over women. *Social Psychology*, 46, 242-254.

Danziger, S., Levav, J., & Avnaim-Pesso, L. (2011). Extraneous factors in judicial decisions. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *108*(17), 6889-6892.

Dardenne, B., Delacollette, N., Grégoire, C., & Lecocq, D. (2006). Latent structure of the French validation of the Ambivalent Sexism Inventory: Echelle de Sexisme Ambivalent. *Année Psychologique*, *106*, 235-263.

Dardenne, B., Dumont, M. & Bollier, T. (2007). Insidious Dangers of Benevolent Sexism: Consequences for Women's Performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, *93*, 764-779.

Dardenne, B., Leyens, J.-Ph., & Yzerbyt, V. Y. (1997). Recherche d'information II: Utilité sociale de la confirmation d'hypothèse. *Année Psychologique*, *97*, 315-337.

Darley, J. M. & Batson, C. D. (1973). "From Jerusalem to Jericho": A study of situational and dispositional variables in helping behavior. *Journal of Personality and Social Psychology, 27*, 100-108.

Darley, J. M., & Latané, B. (1968). Bystander intervention in emergencies: Diffusion of responsibility. *Journal of Personality and Social Psychology, 8*, 377-383.
Darnon, C., Wiederkehr, V., Dompnier, B., & Martinot, D. (2018). 'Where there is a will, there is a way': Belief in school meritocracy and the social-class achievement gap. *British Journal of Social Psychology*, *57*(1), 250–262.
Darwin, C. (1877). *L'expression des émotions chez l'homme et les animaux.* Paris: Reinwald.
Daudet, A. (1869). *Les lettres de mon moulin.*
Davidson, A. R., & Jaccard, J. J. (1979). Variables that moderate the attitude-behavior relation: Results of a longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, *37*, 1364-1376.
Davies, P. G., Spencer, S. J., Quinn, D. M., & Gerhardstein, R. (2002). Consuming images: How television commercials that elicit stereotype threat can restrain women academically and professionally. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *28*(12), 1615-1628.
Dawes, R. M. (1980). Social dilemmas. *Annual Review of Psychology, 31*, 169-193.
de Dreu, C. K., & West, M. A. (2001). Minority dissent and team innovation: The importance of participation in decision making. *Journal of Applied Psychology, 86(6)*, 1191-1201.
de Dreu, C. K. W., Yzerbyt, V. Y., & Leyens, J. -Ph. (1995). Dilution of stereotype-based cooperation in mixed-motive interdependence. *Journal of Experimental Social Psychology*, *31*, 575-593.
De Guissmé, L., & Licata, L. (2017). Competition over collective victimhood recognition: When perceived lack of recognition for past victimization is associated with negative attitudes towards another victimized group. *European Journal of Social Psychology*, *47*(2), 148–166.
De Houwer, J., Thomas, S., & Baeyens, F. (2001). Association learning of likes and dislikes: A review of 25 years of research on human evaluative conditioning. *Psychological Bulletin*, *127*(6), 853-869.
DeBono, K. G., & Snyder, M. (1995). Acting on one's attitudes: The role of a history of choosing situations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *21*(6), 629-636.
Dedonder, J., Corneille, O., Bertinchamps, D., & Yzerbyt, V. (2014). Overcoming correlational pitfalls: Experimental evidence suggests that evaluative conditioning occurs for explicit but not implicit encoding of CS–US pairings. *Social Psychological and Personality Science, 5(2)*, 250-257.
Dehaene, S. (2010). Impact de l'apprentissage de la lecture sur le cerveau. *La lettre du Collège de France*, (30), 6-7.
Delhomme, P., & Meyer, Th. (2002). *La recherche en psychologie sociale : Projets, methodes et techniques.* Paris : Armand Colin.
Delroisse, S., Herman, G., & Yzerbyt, V. (2012). La justification au cœur de la discrimination: vers une articulation des processus motivationnels et cognitifs. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, *25*(2), 73-96.
Demoulin, S., Torres, R. R., Perez, A. R., Vaes, J., Paladino, M. P., Gaunt, R., ... & Leyens, J. P. (2004). Emotional prejudice can lead to infra-humanisation. *European Review of Social Psychology*, *15*(1), 259-296.
Denrell, J. (2005). Why most people disapprove of me: experience sampling in impression formation. *Psychological Review, 112*(4), 951-978.
Derks, B., Van Laar, C., & Ellemers, N. (2016). The queen bee phenomenon: Why women leaders distance themselves from junior women. *The Leadership Quarterly*, *27*(3), 456-469.
Deschamps, J. -C. (1983). Social attribution. In J. Jaspars, F. Fincham, & M. Hewstone (Eds), *Attribution theory and research: Conceptual, developmental and social dimensions* (pp. 223-240). London: Academic Press

Deutsch, M., & Gerard, H. B. (1955). A study of normative and informational social influences upon individual judgment. *The Journal of Abnormal and Social Psychology, 51(*3), 629-636.
Devine, P. G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology, 56*, 5-18.
Devine, P. G., & Elliot, A. J. (1995). Are racial stereotypes *really* fading? The Princeton trilogy revisited. *Personality and Social Psychology Bulletin, 11*, 1139-1150.
DeWall, C. N., Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2011). The general aggression model: Theoretical extensions to violence. *Psychology of Violence*, *1*(3), 245-258.
Diener, E., & Wallbom, M. (1976). Effects of self-awareness on antinormative behavior. *Journal of Research in Personality*, *10*(1), 107-111.
Dienes, Z. (2008). *Understanding psychology as a science : An introduction to scientific and statistical inference*. Londres : McMillan.
Ditto, P. H., & Lopez, D. F. (1992). Motivated skepticism: Use of differential decision criteria for preferred and nonpreferred conclusions. *Journal of Personality and Social Psychology*, *63*, 568-584.
Dixon, J., & Levine, M. (Eds.). (2012). *Beyond prejudice: Extending the social psychology of conflict, inequality and social change*. Cambridge University Press.
Dixon, J., Tropp, L. R., Durrheim, K., & Tredoux, C. (2010). “Let them eat harmony” prejudice-reduction strategies and attitudes of historically disadvantaged groups. *Current Directions in Psychological Science*, *19*(2), 76-80.
Dixon, N. M. (2017). *The organizational learning cycle: How we can learn collectively*. Routledge.
Doise, W. (1982). L’explication en psychologie sociale. Paris: PUF.
Doise, W., Deschamps, J. C., & Meyer, G. (1978). The accentuation of intra-category similarities. *Differentiation between social groups. Studies in the social psychology of intergroup relations*, 159-168.
Dollard, J., Doob, L. W., Miller, N. E., Mowrer, O. H., & Sears, R. R. (1939). *Frustration and aggression*. New Haven, CT: Yale University Press.
Donnerstein, E., Linz, D., & Penrod, S. (1987). *The question of pornography: Research findings and policy implications*. Free Press.
Doob, A. N., & Gross, A. E. (1968). Status of a frustrator as an inhibitor of horn-honking response. *Journal of Social Psychology*, *76*, 213-218.
Doosje, B., Haslam, S. A., Spears, R., Oakes, P. J., & Koomen, W. (1998). The effect of comparative context on central tendency and variability judgments and the evaluation of group characteristics. *European Journal of Social Psychology*, *28*, 173-184.
Dotsch, R., & Todorov, A. (2012). Reverse correlating social face perception. *Social Psychological and Personality Science*, *3*(5), 562-571.
Dotsch, R., Wigboldus, D. H., Langner, O., & van Knippenberg, A. (2008). Ethnic out-group faces are biased in the prejudiced mind. *Psychological Science*, *19*(10), 978-980.
Douglas, K. M., Sutton, R. M., & Cichocka, A. (2017). The psychology of conspiracy theories. *Current Directions in Psychological Science*, *26*(6), 538–542.
Dovidio, J. F. (1984). Helping behavior and altruism: An empirical and conceptual overview. In *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 17, pp. 361-427). Academic Press.
Dovidio, J. F., Evans, N. E., & Tyler, R. B. (1986). Racial stereotypes: The contents of their cognitive representations. *Journal of Experimental Social Psychology*, *22*, 22-37.
Dovidio, J. F., & Gaertner, S. L. (1998). On the nature of contemporary prejudice: The causes, consequences, and challenges of aversive racism. In J. L. Eberhardt & S. T. Fiske (Eds.), *Confronting racism: The problem and the response* (pp. 3-32). London: Sage.

Dovidio, J. F., & Gaertner, S. L. (2000). Aversive racism and selection decisions: 1989 and 1999. *Psychological Science, 11*, 315-319.
Dovidio, J. F., & Gaertner, S. L. (2004). Aversive racism. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 36, pp. 1-52). Thousand Oaks, CA: Sage.
Dovidio, J. F., Kawakami, K., & Beach, K. R. (2001). Implicit and explicit attitudes: Examination of the relationship between measures of intergroup bias. *Blackwell handbook of social psychology: Intergroup processes*, *4*, 175-197.
Dovidio, J. F., Kawakami, K., & Gaertner, S. L. (2002). Implicit and explicit prejudice and interracial interaction. *Journal of Personality and Social Psychology, 82*, 62-68.
Drury, J., Novelli, D., & Stott, C. (2013). Psychological disaster myths in the perception and management of mass emergencies. *Journal of Applied Social Psychology*, *43*(11), 2259–2270.
Dubois, N. (2009). *La norme d'internalité et le libéralisme*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
Dubois, N., & Beauvois, J. L. (2001). Désirabilité et utilité: Deux composantes de la valeur des personnes dans l'évaluation sociale. *L'orientation scolaire et professionnelle*, (30/3).
Duckitt, J. (1991). The development and validation of a subtle racism scale in South Africa. *South African Journal of Psychology*, *21*(4), 233-239.
Duckitt, J. (2001). A dual-process cognitive-motivational theory of ideology and prejudice. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 33, pp. 41–112). San Diego, CA: Academic Press.
Dumont, M., Sarlet, M., & Dardenne, B. (2010). Be too kind to a woman, she'll feel incompetent: Benevolent sexism shifts self-construal and autobiographical memories toward incompetence. *Sex Roles*, *62*(7-8), 545-553.
Dumont, M., Yzerbyt, V. Y., Wigboldus, D., & Gordijn, E. H. (2003). Social Categorization and Fear Reactions to the September 11th Terrorist Attacks. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *29*, 1509-1520.
Dunbar, R. I. (1998). The social brain hypothesis. *Evolutionary Anthropology: Issues, News, and Reviews: Issues, News, and Reviews*, *6*(5), 178-190.
Durkheim, E. (1912/2013). *Les formes élémentaires de la vie religieuse* (7e édition). Paris: PUF.
Duval, S., & Wicklund, R. A. (1972). A theory of objective self-awareness. Oxford, England: Academic Press.
Eagly, A. H. (1974). Comprehensibility of persuasive arguments as a determinant of opinion change. *Journal of Personality and Social Psychology*, *29*, 758-773.
Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation.* Hillsdale, NJ: Erlbaum.
Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Fort Worth, FL: Harcourt Brace Jovanovich.
Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1998). Attitude structure and function. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (pp. 269-322). New York, NY, US: McGraw-Hill.
Eagly, A. H., & Steffen, V. J. (1984). Gender stereotypes stem from the distribution of men and women into social roles. *Journal of Personality and Social Psychology*, *46*, 735-754.
Eagly, A. H., & Wood, W. (1999). The origins of sex differences in human behavior: Evolved dispositions versus social roles. *American Psychologist*, *54*(6), 408-423.
Eagly, A. H., Wood, W., & Chaiken, S. (1978). Causal inferences about communicators and their effects on opinion change. *Journal of Personality and Social Psychology*, *36*, 424-435.

Eastwick, P. W., & Finkel, E. J. (2008). Sex differences in mate preferences revisited: Do people know what they initially desire in a romantic partner? *Journal of Personality and Social Psychology, 94*(2), 245-264.
Eberhardt, J. L., Goff, P. A., Purdie, V. J., & Davies, P. G. (2004). Seeing black: Race, crime, and visual processing. *Journal of Personality and Social Psychology, 87*, 876-963.
Ebstein, R. P. (2006). The molecular genetic architecture of human personality: beyond self-report questionnaires. *Molecular Psychiatry*, *11*(5), 427-445.
Echterhoff, G., Higgins, E. T., & Levine, J. M. (2009). Shared reality: Experiencing commonality with others' inner states about the world. *Perspectives on Psychological Science*, *4*(5), 496-521.
Edwards, K., & Smith, E. E. (1996). A disconfirmation bias in the evaluation of arguments. *Journal of Personality and Social Psychology*, *71*(1), 5-24.
Eibach, R. P., & Mock, S. E. (2011). Idealizing parenthood to rationalize parental investments. *Psychological Science*, *22*(2), 203-208.
Einolf, C. J. (2010). Does extensivity form part of the altruistic personality? An empirical test of Oliner and Oliner's theory. *Social Science Research*, *39*(1), 142-151.
Eisenberg, N., Fabes, R. A., Miller, P. A., Fultz, J., Shell, R., Mathy, R. M., & Reno, R. R. (1989). Relation of sympathy and personal distress to prosocial behavior: a multimethod study. *Journal of Personality and Social Psychology*, *57*(1), 55-66.
Eisenberg, N., & Miller, P. A. (1987). The relation of empathy to prosocial and related behaviors. *Psychological Bulletin*, *101*(1), 91-119.
Eiser, J. R. (1990). *Social judgment*. Milton Keynes, UK: Open University Press.
Ekman, P., & Friesen, W. V. (1971). Constants across cultures in the face and emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, *17*(2), 124.
Ellemers, N. (2017). *Morality and the regulation of social behavior: Groups as moral anchors*. Routledge.
Ellemers, N. (2018). Gender stereotypes. *Annual Review of Psychology, 69*, 275-298.
Ellemers, N., Van den Heuvel, H., De Gilder, D., Maass, A., & Bonvini, A. (2004). The underrepresentation of women in science: Differential commitment or the queen bee syndrome? *British Journal of Social Psychology*, *43*(3), 315–338.
Elliot, A. J., & Devine, P. G. (1994). On the motivational nature of cognitive dissonance: Dissonance as psychological discomfort. *Journal of Personality and Social Psychology*, *67*(3), 382-394.
Engelhardt, C. R., Bartholow, B. D., Kerr, G. T., & Bushman, B. J. (2011). This is your brain on violent video games: Neural desensitization to violence predicts increased aggression following violent video game exposure. *Journal of Experimental Social Psychology*, *47*(5), 1033-1036.
Ensari, N., & Miller, N. (2002). The out-group must not be so bad after all: the effects of disclosure, typicality, and salience on intergroup bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, *83*(2), 313-329.
Epley, N., Converse, B. A., Delbosc, A., Monteleone, G. A., & Cacioppo, J. T. (2009). Believers' estimates of God's beliefs are more egocentric than estimates of other people's beliefs. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 106(51)*, 21533–21538.
Eron, L. D. (1963). Relationship of TV viewing habits and aggressive behavior in children. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, *67*(2), 193-196.
Eron, L. D., & Huesmann, L. R. (1986). The role of television in the development of prosocial and antisocial behavior. *Development of antisocial and prosocial behavior. Research, theories and issues*, 285-314.

Esses, V. M., Medianu, S., & Lawson, A. S. (2013). Uncertainty, threat, and the role of the media in promoting the dehumanization of immigrants and refugees. *Journal of Social Issues*, *69*(3), 518-536.

Faniko, K., Bourguignon, D., Sarasin, O., & Guimond, S. (2018). *Psychologie de la discrimination et des préjugés: De la théorie à la pratique.* Louvain-La-Neuve: De Boeck

Faniko, K., Chipeaux, M., & Lorenzi-Cioldi, F. (2018). Le phénomène de la reine des abeilles: comment et pourquoi les femmes renforcent les inégalités de genre. In *Psychologie de la discrimination et des préjugés: De la théorie à la pratique*. Louvain-La-Neuve, Belgique: De Boeck.

Farrington, D. (1989). Early predictors of adolescent aggression and adult violence. *Violence and Victims*, *4*, 79-100.

Fazio, R. H. (1986). How do attitudes guide behavior. *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior*, *1*, 204-243.

Fazio, R. H. (1989). On the power and functionality of attitudes: The role of attitude accessibility. In A. R. Pratkanis, S. J. Breckler & A. G. Greenwald (Eds.), *Attitude structure and function.* (pp. 153-179). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Fazio, R. H., Blascovich, J., & Driscoll, D. M. (1992). On the functional value of attitudes: The influence of accessible attitudes on the ease and quality of decision making. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *18*(4), 388-401.

Fazio, R. H., Jackson, J. R., Dunton, B. C., & Williams, C. J. (1995). Variability in automatic activation as an unobtrusive measure of racial attitudes: A bona fide pipeline? *Journal of Personality and Social Psychology*, *69*, 1013-1027.

Fazio, R. H., & Petty, R. E. (Eds.) (2008). *Attitudes: Structure, Function, & Consequences.* New York: Psychology Press.

Fazio, R. H., & Powell, M. C. (1997). On the value of knowing one's likes and dislikes: Attitude accessibility, stress, and health in college. *Psychological Science*, *8*(6), 430-436.

Fazio, R. H., & Zanna, M. P. (1978). Attitudinal qualities relating to the strength of the attitude-behavior relationship. *Journal of Experimental Social Psychology*, *14*(4), 398-408.

Fazio, R. H., & Zanna, M. P. (1981). Direct experience and attitude-behavior consistency. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 14, pp. 161-202). San Diego, CA: Academic Press.

Fazio, R. H., Zanna, M. P., & Cooper, J. (1977). Dissonance and self-perception: An integrative view of each theory's proper domain of application. *Journal of Experimental Social Psychology*, *13*, 464-479.

Festinger, L. (1950). Informal social communication. *Psychological Review, 57*, 271-282.

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations, 7,* 117-140.

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Festinger, L., & Carlsmith, J. (1959). Cognitive consequences of forced compliance. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, *58*, 203-210.

Festinger, L., & Maccoby, N. (1964). On resistance to persuasive communications. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, *68*, 359-366.

Festinger, L., Schachter, S., & Back, K. (1950). *Social pressures in informal groups: A study of human factors in housing*. New York: Harper & Bros.

Fiedler, F. E. (1967). *Theory of Leadership Effectiveness*. New York: McGraw-Hill Inc.,US.

Fiedler, K. (1991). The tricky nature of skewed frequency tables: An information loss account of distinctiveness-based illusory correlations. *Journal of Personality and Social Psychology*, *60,* 24-36.

Fiedler, K. (2004). Illusory correlations. In R. Pohl (Ed.), *Cognitive illusions* (pp. 98-116). Hove: Psychology Press.

Fiedler, K., & Bluemke, M. (2005). Faking the IAT: Aided and unaided response control on the Implicit Association Tests. *Basic and Applied Social Psychology*, *27*(4), 307-316.
Fiedler, K., & Walther, E. (2004). *Stereotyping as inductive hypothesis testing*. Psychology Press.
Fine, C. (2017). *Testosterone rex: Myths of sex, science, and society*. Norton & Company.
Finkel, E. J. (2018). *The all-or-nothing marriage: How the best marriages work.* New York: Dutton.
Finkel, E. J., & Eastwick, P. W. (2015). Interpersonal attraction: In search of a theoretical Rosetta stone. In J. A. Simpson & J. F. Dovidio (Eds.), *Handbook of personality and social psychology: Interpersonal relations and group processes*. Washington, DC: American Psychological Association.
Finkel, E. J., Hui, C. M., Carswell, K. L., & Larson, G. M. (2014). The suffocation of marriage: Climbing mount Maslow without enough oxygen. *Psychological Inquiry*, *25*(1), 141.
Fischer, P., Krueger, J. I., Greitemeyer, T., Vogrincic, C., Kastenmüller, A., Frey, D., . . . Kainbacher, M. (2011). The bystander-effect: a meta-analytic review on bystander intervention in dangerous and non-dangerous emergencies. *Psychological bulletin*, *137*(4), 517-537.
Fischhoff, B. (1975). Hindsight: Thinking Backwards. *Psychology Today*, *8*, 71-76.
Fischhoff, B., & Beyth-Marom, R. (1976). Failure has many fathers. *Policy Sciences*, *7*(3), 388–393.
Fishbein, M., & Ajzen, I. (1974). Attitudes toward objects as predictors of single and multiple behavioral criteria. *Psychological Review*, *81*, 59-74.
Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research.* Reading, MA: Addison-Wesley.
Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. New York: Psychology press.
Fiske, A. P. (1991). *Structures of social life: The four elementary forms of human relations: Communal sharing, authority ranking, equality matching, market pricing.* New York: Free Press.
Fiske, A. P. (1992). The four elementary forms of sociality: framework for a unified theory of social relations. *Psychological Review*, *99*(4), 689-723.
Fiske, A. P., & Haslam, N. (1996). Social Cognition Is Thinking about Relationships. *Current Directions in Psychological Science*, *5*(5), 143-148.
Fiske, S. T. (1980). Attention and weight in person perception: The impact of negative and extreme behaviour. *Journal of Personality and Social Psychology*, *38*, 889-906.
Fiske, S. T. (1998). Stereotyping, prejudice, and discrimination. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The Handbook of Social Psychology* (4th ed., Vol. 2, pp. 357-411). New York: McGraw-Hill.
Fiske, S. T. (2015). Intergroup biases: a focus on stereotype content. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, *3*, 45-50.
Fiske, S. T. (2018). Warmth and competence are parallels to communion and agency: Stereotype content model. In A. Abele & B. Wojciszke (Eds.), *The Agency-Communion framework* (pp. 39-51). London, UK: Routledge.
Fiske, S. T., Cuddy, A. J., & Glick, P. (2007). Universal dimensions of social cognition: Warmth and competence. *Trends in cognitive sciences*, *11*(2), 77-83.
Fiske, S. T., Cuddy, A. J., Glick, P. & Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology, 82,* 878-902.
Fiske, S. T., & Neuberg, S. L. (1990). A continuum of impression formation from category based to individuating processes: Influences of information and motivation on attention and interpretation. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 23, pp. 1-74). New York: Academic Press.

Fiske, S. T., Xu, J., Cuddy, A. C., & Glick, P. (1999). (Dis)respecting versus (dis)liking: Status and interdependence predict ambivalent stereotypes of competence and warmth. *Journal of Social Issues*, *55*, 473-489.

Fitzsimons, G. M., & Fishbach, A. (2010). Shifting closeness: Interpersonal effects of personal goal progress. *Journal of Personality and Social Psychology*, *98*(4), 535.

Fointiat, V., Girandola, F., & Gosling, P. (2013). *La dissonance cognitive: Quand les actes changent les idées*. Armand Colin.

Fointiat, V., & Grosbras, J. M. (2007). «Dire une chose et en faire une autre»: de la déclaration de liberté dans le paradigme de l'hypocrisie induite. *Psychologie Française*, *52*(4), 445-458.

Forgiarini, M., Gallucci, M., & Maravita, A. (2011). Racism and the empathy for pain on our skin. *Frontiers in Psychology*, *2*, 108.

Försterling, F., & Rudolph, U. (1988). Situations, attributions, and the evaluation of reactions. *Journal of Personality and Social Psychology*, *54*(2), 225-232.

Fraley, R. C., & Shaver, P. R. (1998). Airport separations: A naturalistic study of adult attachment dynamics in separating couples. *Journal of Personality and Social Psychology*, *75*(5), 1198-2012.

Frank, M. G., & Gilovich, T. (1988). The dark side of self-and social perception: Black uniforms and aggression in professional sports. *Journal of Personality and Social Psychology*, *54*(1), 74-85.

Fransen, K., & Boen, F. (2014). L'importance des figures de leader pour qu'une équipe fonctionne de manière optimale. *Neurone*, *1*(19), 1–5.

Fransen, K., Haslam, S. A., Steffens, N. K., Vanbeselaere, N., De Cuyper, B., & Boen, F. (2015). Believing in "us": Exploring leaders' capacity to enhance team confidence and performance by building a sense of shared social identity. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, *21*(1), 89-100.

Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, *21*(2), 173-206.

Fredrickson, B. L., Roberts, T. -A., Noll, S. M., Quinn, D. M., & Twenge, J. M. (1998). That swimsuit becomes you: Sex differences in self-objectification, restrained eating, and math performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, *75*, 269-284.

Freedman, J. L. (1965). Long-term behavioral effects of cognitive dissonance. *Journal of Experimental Social Psychology*, *1*, 103-120.

Freedman, J. L., & Sears, D. O. (1965). Selective exposure. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 2, pp. 57-97). New York: Academic Press.

Friedman, D. (1983). Normative and rational explanations of a classic case: Religious specialization in academia. In M. Hechter (Ed.), *The microfoundations of macrosociology* (pp. 90-114). Philadelpia: Temple University Press.

Frijda, N. H. (1986). *The emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.

Frith, C., & Frith, U. (2005). Theory of mind. *Current biology*, *15*(17), R644-R645.

Fuglestad, P. T., Rothman, A. J., & Jeffery, R. W. (2008). Getting there and hanging on: The effect of regulatory focus on performance in smoking and weight loss interventions. *Health Psychology*, *27*, S260-S270.

Gaertner, S. L., & Dovidio, J. F. (2000). *Reducing intergroup bias: The common Ingroup Identity Model*. Philadelphia, PA: Psychology Press.

Gaertner, S. L., Dovidio, J. F., & Bachman, B. A. (1996). Revisiting the contact hypothesis: The induction of a common ingroup identity. *International Journal of Intercultural Relations*, *20*(3-4), 271-290.

Gaertner, S. L., & McLaughlin, J. P. (1983). The aversive form of racism. In S. L. Gaertner & J. F. Dovidio (Eds.), *Prejudice, discrimination, and racism*. (pp. 1-34). Orlando, FL: Academic Press.

Gailliot, M. T., Baumeister, R. F., DeWall, C. N., Maner, J. K., Plant, E. A., Tice, D. M., ... & Schmeichel, B. J. (2007). Self-control relies on glucose as a limited energy source: willpower is more than a metaphor. *Journal of Personality and Social Psychology*, *92*(2), 325-336.

Gauvrit, N., & Delouvée, S. (2019). *Des têtes bien faites: Défense de l'esprit critique*. Paris: PUF.

Gawronski, B. (2012). Back to the future of dissonance theory: Cognitive consistency as a core motive. *Social Cognition*, *30*(6), 652-668.

Gawronski, B., & Bodenhausen, G. V. (2011). The associative–propositional evaluation model: Theory, evidence, and open questions. In *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 44, pp. 59-127). New York: Academic Press.

Geen, R. (1998). Aggression and antisocial behavior. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The Handbook of Social Psychology* (4th ed., Vol. 2, pp. 317-356). New York: McGraw-Hill.

Gelfand, M. J., Raver, J. L., Nishii, L., Leslie, L. M., Lun, J., Lim, B. C., … Arnadottir, J. (2011). Differences between tight and loose cultures: A 33-nation study. *Science*, *332*(6033), 1100–1104.

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. *Perspectives on Media Effects*, *1986*, 17-40.

Gervais, S. J. (2013). *Objectification and (de)humanization.* Nebraska Symposium on motivation (Vol. 60). New York:: Springer.

Gibbons, F. X., Eggleston, T. J., & Benthin, A. C. (1997). Cognitive reactions to smoking relapse: The reciprocal relation between dissonance and self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, *72*(1), 184-195.

Gilbert, D. T. (1998). Ordinary personology. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The Handbook of Social Psychology* (4th ed., Vol. 2, pp. 89-150). New York: McGraw-Hill.

Gilbert, D. T., & Hixon, J. G. (1991). The trouble of thinking: Activation and application of stereotypic beliefs. *Journal of Personality and Social Psychology, 60*, 509-517.

Gilbert, D. T., Krull, D. S., & Malone, P. S. (1990). Unbelieving the unbelievable: Some problems in the rejection of false information. *Journal of Personality and Social Psychology*, *59*, 601-613.

Gilbert, D. T., Pelham, B. W., & Krull, D. S. (1988). On cognitive busyness: When person perceivers meet persons perceived. *Journal of Personality and Social Psychology*, *54*, 733-740.

Gilbert, D. T., Tafarodi, R. W., & Malone, P. S. (1993). You can't not believe everything you read. *Journal of Personality and Social Psychology*, *65*, 221-233.

Gilbert, G. M. (1951). Stereotype persistence and change among college students. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 46*, 245-254.

Gilovich, T., Medvec, V. H., & Kahneman, D. (1998). Varieties of regret: A debate and partial resolution. *Psychological Review*, *105*(3), 602.

Girandola, F. (2002). Persuasion et santé publique. *Psychologie sociale appliquée: environnement, sante, qualité de vie*, 121-140.

Girandola, F., & Fointiat, V. (2016). *Attitudes et comportements: Comprendre et changer*. Grenoble : PUG.

Girandola, F., & Joule, R. V. (2013). Attitude, changement d'attitude et comportement. *Traité de psychologie sociale. La science des interactions humaines*, 221-248.

Gladwell, M. (2005). *Blink: The Power of Thinking Without Thinking*. New York: Little, Brown and Company.

Glick, P., & Fiske, S. T. (1996). The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology, 70*, 491-512.

Glick, P., & Fiske, S. T. (2001). Ambivalent sexism. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol 33, pp. 115-188). Thousand Oaks, CA: Academic Press.

Glick, P., Fiske, S. T., Mladinic, A., Saiz, J. L., Abrams, D., Masser, B., ... & Annetje, B. (2000). Beyond prejudice as simple antipathy: hostile and benevolent sexism across cultures. *Journal of Personality and Social Psychology*, *79*(5), 763.

Goertzel, T. (1994). Belief in conspiracy theories. *Political Psychology*, 731-742.

Goffman, E. (1973). La mise en scène de la vie quotidienne. Tome 1. La présentation de soi. *Paris: Editions de minuit*.

Goldschmied, N., & Lucena, J. (2018). Sweating the uniform colors and success in sport connection: Time to put the effect to rest? *Current Psychology*, 1-4.

Gollwitzer, M., & Denzler, M. (2009). What makes revenge sweet: Seeing the offender suffer or delivering a message? *Journal of Experimental Social Psychology*, *45*(4), 840-844.

Gollwitzer, M., & van Prooijen, J.-W. (2016). Psychology of justice. In *Handbook of social justice theory and research* (pp. 61–82). Springer.

Gollwitzer, P. M., & Sheeran, P. (2006). Implementation intentions and goal achievement: A meta-analysis of effects and processes. *Advances in Experimental Social Psychology*, *38*, 69-119.

Goodwin, S. A., Gubin, A., Fiske, S. T., & Yzerbyt, V. Y. (2000). Power can bias impression processes: Stereotyping subordinates by default and by design. *Group Processes & Intergroup Relations*, *3*(3), 227–256.

Gordijn, E. H., Yzerbyt, V. Y., Wigboldus, D., & Dumont, M. (2006). Emotional reactions to harmful intergroup behavior. *European Journal of Social Psychology*, *36*, 15-30.

Gosling, P., Denizeau, M., & Oberlé, D. (2006). Denial of responsibility: a new mode of dissonance reduction. *Journal of Personality and Social Psychology*, *90*(5), 722-733.

Gosling, S. D. (2008). *Snoop: What your stuff says about you*. New York: Basic books.

Gosling, S. D., Ko, S. J., Mannarelli, T., & Morris, M. E. (2002). A room with a cue: personality judgments based on offices and bedrooms. *Journal of Personality and Social Psychology, 82(3)*, 379-398.

Gottfredson, L. S. (1981). Circumscription and compromise: A developmental theory of occupational aspirations. *Journal of Counseling Psychology*, *28*(6), 545.

Gottman, J. M., & Levenson, R. W. (1999). What predicts change in marital interaction over time? A study of alternative models. *Family Process*, *38*(2), 143-158.

Goudeau, S., Autin, F., & Croizet, J. C. (2017). Etudier, mesurer et manipuler la classe sociale en psychologie sociale: Approches économiques, symboliques et culturelles [Studying, measuring and manipulating social class in social psychology: Economic, symbolic and cultural approaches]. *International Review of Social Psychology*, *30*(1).

Goudeau, S., & Croizet, J. C. (2017). Hidden advantages and disadvantages of social class: How classroom settings reproduce social inequality by staging unfair comparison. *Psychological Science*, *28*(2), 162-170.

Goudeau, S., Autin, F., & Croizet, J. C. (2017). Etudier, mesurer et manipuler la classe sociale en psychologie sociale: Approches économiques, symboliques et culturelles. *International Review of Social Psychology, 30(1)*, 1-19.

Gourevitch, P. (1998). We wish to inform you that tomorrow we will be killed with our families: Stories from Rwanda. *New York: Picador*.

Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: a meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, *134*(3), 460-476.

Greenfield, P. M. (2013). The changing psychology of culture from 1800 through 2000. *Psychological Science*, *24*(9), 1722–1731.
Greenwald, A. G. (1968). Cognitive learning, cognitive response to persuasion, and attitude change. In Greenwald, A. G., Brock, T. C., & Ostrom, T. M. (Eds.), *Psychological fundation of attitudes* (pp. 147-170). New York: Academic Press.
Greenwald, A. G., Banaji, M. R., Rudman, L. A., Farnham, S. D., Nosek, B. A., & Mellott, D. S. (2002). A unified theory of implicit attitudes, stereotypes, self-esteem, and self-concept. *Psychological Review*, *109*(1), 3.
Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. L. K. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The implicit association test. *Journal of Personality and Social Psychology*, *74*, 1464-1480.
Grice, H. P. (1975/1991). Logic and conversation. In S. Davis (Ed.), *Pragmatics: A reader* (Vol. 3, pp. 305-315). New York: Oxford University Press.
Gruenfeld, D. H., Inesi, M. E., Magee, J. C., & Galinsky, A. D. (2008). Power and the objectification of social targets. *Journal of Personality and Social Psychology*, *95*(1), 111.
Guimond, S. (2006). *Social comparison and social psychology: Understanding cognition, intergroup relations, and culture*. Cambridge University Press.
Guimond, S. (2010). *Psychologie sociale: Perspective multiculturelle*. Bruxelles: Mardaga.
Guimond, S. (2019). *Les politiques de diversité: Antidote à l'intolérance et à la radicalisation*. Bruxelles: Mardaga.
Guimond, S., Chatard, A., Martinot, D., Crisp, R. J., & Redersdorff, S. (2006). Social comparison, self-stereotyping, and gender differences in self-construals. *Journal of Personality and Social Psychology*, *90*(2), 221.
Guimond, S., Dambrun, M., Michinov, N., & Duarte, S. (2003). Does social dominance generate prejudice? Integrating individual and contextual determinants of intergroup cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*, *84*, 697-721.
Guimond, S., Streith, M., & Roebroeck, E. (2015). Les représentations du multiculturalisme en France: Décalage singulier entre l'individuel et le collectif. *Social Science Information*, *54*(1), 52-77.
Guinote, A., & Phillips, A. (2010). Power can increase stereotyping. *Social Psychology*, 3–9.
Gundersen, A. B., & Kunst, J. R. (2019). Feminist≠ feminine? Feminist women are visually masculinized whereas feminist men are feminized. *Sex Roles*, *80*(5-6), 291-309.
Gwinn, J. D., Judd, C. M., & Park, B. (2013a). Less power= less human? Effects of power differentials on dehumanization. *Journal of Experimental Social Psychology*, *49*(3), 464–470.
Haandrikman, K., Harmsen, C., Van Wissen, L. J., & Hutter, I. (2008). Geography matters: Patterns of spatial homogamy in the Netherlands. *Population, Space and Place*, *14*(5), 387–405.
Hafer, C. L., & Begue, L. (2005). Experimental research on just-world theory: problems, developments, and future challenges. *Psychological Bulletin*, *131(1)*, 128–167.
Hafer, C. L., Reynolds, K. L., & Obertynski, M. A. (1996). Message comprehensibility and persuasion: Effects of complex language in counterattitudinal appeals to laypeople. *Social Cognition*, *14*(4), 317-337.
Hagger, M. S., Chatzisarantis, N. L., Alberts, H., Anggono, C. O., Batailler, C., Birt, A. R., ... & Calvillo, D. P. (2016). A multilab preregistered replication of the ego-depletion effect. *Perspectives on Psychological Science*, *11*(4), 546-573.
Haidt, J., & Keltner, D. (1999). Culture and facial expression: Open-ended methods find more expressions and a gradient of recognition. *Cognition & Emotion*, *13*(3), 225-266

Hales, A. H., & Williams, K. D. (2018). Marginalized individuals and extremism: The role of ostracism in openness to extreme groups. *Journal of Social Issues*, *74*(1), 75–92.
Hamilton, D. L., & Gifford, R. K. (1976). Illusory correlation in interpersonal perception: A cognitive basis of stereotype judgments. *Journal of Experimental Social Psychology*, *12*, 392-407.
Hamilton, D. L., & Sherman, S. J. (1996). Perceiving persons and groups. *Psychological Review*, *103*, 336-355.
Hamilton, D. L., & Zanna, M. P. (1974). Context effects in impression formation: changes in connotative meaning. *Journal of Personality and Social Psychology*, *29*, 649-654.
Haney, C., Banks, C., & Zimbardo, P. (1972). Interpersonal dynamics in a simulated prison. *Interpersonal Journal of Criminology and Penology*, *1*, 69-97.
Hansen, J., & Wänke, M. (2009). Liking what's familiar: The importance of unconscious familiarity in the mere-exposure effect. *Social cognition*, *27*(2), 161-182.
Harari, H., Harari, O., & White, R. V. (1985). The reaction to rape by American male bystanders. *The Journal of Social Psychology*, 125(5), 653-658.
Harber, K. D., & Cohen, D. J. (2005). The emotional broadcaster theory of social sharing. *Journal of Language and Social Psychology*, *24*, 382–400.
Hardy, C. L., & Van Vugt, M. (2006). Nice guys finish first: The competitive altruism hypothesis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *32*(10), 1402-1413.
Harlow, H. F. (1959). Love in infant monkeys. *Scientific American*, *200*(6), 68-75.
Harmon-Jones, E., Amodio, D. M., & Harmon-Jones, C. (2009). Action-based model of dissonance: A review, integration, and expansion of conceptions of cognitive conflict. *Advances in Experimental Social Psychology*, *41*, 119-166.
Harris, J. R. (1995). Where is the child's environment? A group socialization theory of development. *Psychological Review*, *102*(3), 458–489.
Harris, L. T., & Fiske, S. T. (2007). Social groups that elicit disgust are differentially processed in mPFC. *Scan, 2*, 45-51.
Harris, M. B. (1974). Mediators between frustration and aggression in a field experiment. *Journal of Experimental Social Psychology*, *10*(6), 561-571.
Haslam, N. (2006). Dehumanization: An integrative review. *Personality and Social Psychology Review*, *10*(3), 252-264.
Haslam, N., & Loughnan, S. (2014). Dehumanization and infrahumanization. *Annual Review of Psychology*, *65*, 399-423.
Haslam, S. A., & Reicher, S. D. (2007). Beyond the banality of evil: Three dynamics of an interactionist social psychology of tyranny. *Personality and Social Psychology bulletin*, *33*(5), 615-622.
Haslam, S. A., & Reicher, S. D. (2012). Contesting the "nature" of conformity: What Milgram and Zimbardo's studies really show. *PLoS biology*, *10*(11), e1001426.
Haslam, S. A., & Reicher, S. D. (2018). A truth that does not always speak its name: How Hollander and Turowetz's findings confirm and extend the engaged followership analysis of harm-doing in the Milgram paradigm. *British Journal of Social Psychology*.
Haslam, N., Rothschild, L., & Ernst, D. (2000). Essentialist beliefs about social categories. *British Journal of Social Psychology*, *39*, 113-127.
Haslam, S. A., & Ryan, M. K. (2008). The road to the glass cliff: Differences in the perceived suitability of men and women for leadership positions in succeeding and failing organizations. *The Leadership Quarterly*, *19*(5), 530–546.

Haslam, S. A., McGarty, C., & Turner, J. C. (1996). Salient group memberships and persuasion: The role of social identity in the validation of beliefs. In J. L. Nye & A. M. Brower (Eds.), *What's social about social cognition? Research on socially shared cognition in small groups* (pp. 29-56). Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.

Haslam, S. A., Oakes, P. J., McGarty, C., Turner, J. C., Reynolds, K. J., & Eggins, R. A. (1996). Stereotyping and social influence: The mediation of stereotype applicability and sharedness by the views of in-group and out-group members. *British Journal of Social Psychology, 35*(3), 369-397.

Haslam, S. A., Reicher, S. D., & Birney, M. E. (2016). Questioning authority: new perspectives on Milgram's obedience'research and its implications for intergroup relations. *Current Opinion in Psychology, 11*, 6-9.

Haslam, S. A., Reicher, S. D., Millard, K., & McDonald, R. (2015). 'Happy to have been of service': The Yale archive as a window into the engaged followership of participants in Milgram's 'obedience'experiments. *British Journal of Social Psychology*, *54*(1), 55-83.

Haslam, S. A., Reicher, S. D., & Platow, M. J. (2010). *The new psychology of leadership: Identity, influence and power*. Psychology Press.

Hausmann, L. R., Levine, J. M., & Tory Higgins, E. (2008). Communication and Group Perception: Extending theSaying is Believing'Effect. *Group Processes & Intergroup Relations*, *11*(4), 539-554.

Hawkins, S. A., & Hastie, R. (1990). Hindsight: Biased judgments of past events after the outcomes are known. *Psychological Bulletin*, *107*(3), 311-327.

Hazan, C., & Shaver, P. (1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of Personality and Social Psychology*, *52*(3), 511.

Heath, C. (2007). *Made to stick: Why some ideas stick and others die.* New York: Random House.

Heath, C., Bell, C., & Sternberg, E. (2001). Emotional selection in memes: the case of urban legends. *Journal of personality and social psychology*, *81*(6), 1028-1041.

Heatherton, T. F. (2011). Neuroscience of self and self-regulation. *Annual Review of Psychology, 62*, 363-390.

Heider, F. (1958). The psychology of interpersonal relations. New York: Wiley.

Heider, F. & Simmel, M. (1944). An experimental study of apparent behavior. American Journal of Psychology, 57, 243-259.

Heine, S. J., & Hamamura, T. (2007). In search of East Asian self-enhancement. *Personality and Social Psychology Review*, *11*(1), 4–27.

Heine, S. J., & Lehman, D. R. (1997). Culture, dissonance, and self-affirmation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *23*(4), 389-400.

Henrich, J., Heine, S. J., & Norenzayan, A. (2010). The weirdest people in the world? *Behavioral and Brain Sciences, 33(2-3)*, 61-83.

Hess, U., & Fischer, A. (2014). Emotional mimicry: Why and when we mimic emotions. *Social and Personality Psychology Compass*, *8*(2), 45-57.

Hewstone, M. (1994). Revision and change of stereotypic beliefs: In search of the elusive subtyping model. *European Review of Social Psychology*, *5*, 69-109.

Hewstone, M., & Brown, R. J. (1986). Contact is not enough: An intergroup perspective on the contact hypothesis. In M. Hewstone & R. J. Brown (Eds.), *Contact and conflict in intergroup discrimination* (pp. 1-44). Oxford, England: Blackwell.

Hewstone, M., & Ward, C. (1985). Ethnocentrism and causal attribution in Southeast Asia. *Journal of Personality and Social Psychology*, *48*, 614-623.

Higgins, E. T. (1996). Knowledge activation: Accessibility, applicability, and salience. In E. T. Higgins & A. W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (pp. 133–168).

New York: Guilford Press.
Higgins, E. T. (1997). Beyond pleasure and pain. *American Psychologist*, *52*, 1280-1300.
Higgins, E. T. (1998). From expectancies to worldviews: Regulatory focus in socialization and cognition. In J. M. Darley & J. Cooper (Eds.), *Attribution and social interaction: The legacy of Edward E. Jones* (pp. 243-309). Washington, DC: American Psychological Association.
Higgins, E. T., & Rholes, W. S. (1978). "Saying is believing": Effects of message modification on memory and liking for the person described. *Journal of Experimental Social Psychology*, *14*, 363-378.
Himmelfarb, S. (1993). The measurement of attitudes. In A. H. Eagly & S. Chaiken. *The Psychology of attitudes* (pp. 23-87). Fort Worth: Harcourt Brace.
Hinsz, V. B. (1989). Facial resemblance in engaged and married couples. *Journal of Social and Personal Relationships*, *6*(2), 223–229.
Hirst, W., Phelps, E. A., Meksin, R., Vaidya, C. J., Johnson, M. K., Mitchell, K. J., … Lustig, C. (2015). A ten-year follow-up of a study of memory for the attack of September 11, 2001: Flashbulb memories and memories for flashbulb events. *Journal of Experimental Psychology: General*, *144*(3), 604-623.
Hirst, W., Yamashiro, J. K., & Coman, A. (2018). Collective memory from a psychological perspective. *Trends in cognitive sciences*, *22(5),* 438-451.
Hoffman, C., & Hurst, N. (1990). Gender stereotypes: Perception or rationalization? J*ournal of Personality and Social Psychology*, *58*, 197-208.
Hofmann, W., De Houwer, J., Perugini, M., Baeyens, F., & Crombez, G. (2010). Evaluative conditioning in humans: a meta-analysis. *Psychological Bulletin*, *136*(3), 390.
Hofmann, W., & Friese, M. (2008). Impulses got the better of me: alcohol moderates the influence of implicit attitudes toward food cues on eating behavior. *Journal of abnormal psychology*, *117*(2), 420.
Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context**.** *Online Readings in Psychology and Culture*, *2*(1). https://scholarworks.gvsu.edu/orpc/vol2/iss1/8/
Hokanson, J. E. (1974). An escape-avoidance view of catharsis. *Correctional Psychologist*, *1*(3), 195-223.
Holland, R. W., Verplanken, B., & Van Knippenberg, A. (2002). On the nature of attitude–behavior relations: The strong guide, the weak follow. *European Journal of Social Psychology*, *32*(6), 869-876.
Hollander, M. M., & Turowetz, J. (2017). Normalizing trust: Participants' immediately post-hoc explanations of behaviour in Milgram's 'obedience'experiments. *British Journal of Social Psychology*, *56*(4), 655-674.
Holt-Lunstad, J., Smith, T. B., Baker, M., Harris, T., & Stephenson, D. (2015). Loneliness and social isolation as risk factors for mortality: a meta-analytic review. *Perspectives on Psychological Science*, *10*(2), 227-237.
Hong, Y., Morris, M. W., Chiu, C., & Benet-Martínez, V. (2000). Multicultural minds: A dynamic constructivist approach to culture and cognition. American Psychologist, 55(7), 709–720
Hopkins, N., & Greenwood, R. M. (2013). Hijab, visibility and the performance of identity. *European Journal of Social Psychology*, *43*(5), 438-447.
Hornsey, M. J., & Hogg, M. A. (2000). Assimilation and diversity: An integrative model of subgroup relations. *Personality and Social Psychology Review, 4*, 143-156.
Hornstein, H. A. (1976). *Cruelty and kindness: A new look at aggression and altruism.* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Hornstein, H. A., Fisch, E., & Holmes, M. (1968). Influence of a model's feeling about his behavior and his relevance as a comparison other on observers' helping behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, *10*(3), 222-226.
Hoshino-Browne, E. (2012). Cultural Variations in Motivation for Cognitive Consistency: Influences of Self-Systems on Cognitive Dissonance. *Social and Personality Psychology Compass*, *6*(2), 126-141.
Houben, K., Havermans, R. C., & Wiers, R. W. (2010). Learning to dislike alcohol: Conditioning negative implicit attitudes toward alcohol and its effect on drinking behavior. *Psychopharmacology*, *211*(1), 79-86.
Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). Communication and persuasion. New Haven, CT, US: Yale University Press. Howard, 1997).
Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, *15*, 635-650.
Hsiang, S. M., Meng, K. C., & Cane, M. A. (2011). Civil conflicts are associated with the global climate. *Nature*, *476*(7361), 438.
Huesmann, L. R. (1986). Psychological processes promoting the relation between exposure to media violence and aggressive behavior by the viewer. *Journal of Social Issues*, *42*(3), 125-139.
Huesmann, L. R., Moise-Titus, J., Podolski, C. L., & Eron, L. D. (2003). Longitudinal relations between children's exposure to TV violence and their aggressive and violent behavior in young adulthood: 1977-1992. *Developmental Psychology*, *39*(2), 201-221.
Huguet, P., Dumas, F., Marsh, H., Régner, I., Wheeler, L., Suls, J., ... & Nezlek, J. (2009). Clarifying the role of social comparison in the big-fish–little-pond effect (BFLPE): An integrative study. *Journal of Personality and Social Psychology*, *97*(1), 156.
Huguet, P., Dumas, F., Monteil, J. M., & Genestoux, N. (2001). Social comparison choices in the classroom: Further evidence for students' upward comparison tendency and its beneficial impact on performance. *European Journal of Social Psychology*, *31*(5), 557-578.
Huguet, P., Galvaing, M. P., Monteil, J. M., & Dumas, F. (1999). Social presence effects in the Stroop task: further evidence for an attentional view of social facilitation. *Journal of Personality and Social Psychology*, *77*(5), 1011-1025.
Huguet, P., & Regner, I. (2007). Stereotype threat among schoolgirls in quasi-ordinary classroom circumstances. *Journal of Educational Psychology*, *99*(3), 545-560.
Huo, Y. J., Smith, H. J., Tyler, T. R., & Lind, E. A. (1996). Superordinate identification, subgroup identification, and justice concerns: Is separatism the problem; is assimilation the answer? *Psychological Science*, *7*(1), 40-45.
Iecovich, E., Jacobs, J. M., & Stessman, J. (2011). Loneliness, social networks, and mortality: 18 years of follow-up. *The International Journal of Aging and Human Development*, 72(3), 243–263.
Imhoff, R., & Bruder, M. (2014). Speaking (un-) truth to power: Conspiracy mentality as a generalised political attitude. *European Journal of Personality*, *28*(1), 25–43.
Innes, J. M., & Zeitz, H. (1988). The public's view of the impact of the mass media: A test of the 'third person'effect. *European Journal of Social Psychology*, *18*(5), 457-463.
Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). News that matters: Television and American opinion. *Chicago: University of Chicago*.
Izuma, K., Matsumoto, M., Murayama, K., Samejima, K., Sadato, N., & Matsumoto, K. (2010). Neural correlates of cognitive dissonance and choice-induced preference change. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *107*(51), 22014-22019.
Jackman, M. (1994). *The Velvet Glove: Paternalism and Conflict in gender, Class and Race Relations.* Berkeley: University of California Press.

Jackson, L. M., & Esses, V. M. (1997). Of scripture and ascription: The relation between religious fundamentalism and intergroup helping. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *23*(8), 893-906.
Jacobs, R. C., & Campbell, D. T. (1961). The perpetuation of an arbitrary tradition through several generations of a laboratory microculture. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, *62*(3), 649-658.
Jacoby, J., Nelson, M. C., & Hoyer, W. D. (1982). Corrective advertising and affirmative disclosure statements: their potential for confusing and misleading the consumer. *Journal of Marketing*, *46*(1), 61-72.
Janis, I. L. (1982). *Groupthink: Psychological studies of policy decisions and fiascoes*. Houghton Mifflin Boston.
Jellison, J. M., & Green, J. (1981). A self-presentation approach to the fundamental attribution error: The norm of internality. *Journal of Personality and Social Psychology*, *40*, 643-649.
Jepson, C., & Chaiken, S. (1990). Chronic issue-specific fear inhibits systematic processing of persuasive communications. *Journal of Social Behavior and Personality*, *5*(2), 61-84.
Jetten, J., Postmes, T., & McAuliffe, B. J. (2002). 'We're all individuals': Group norms of individualism and collectivism, levels of identification and identity threat. *European Journal of Social Psychology*, *32*(2), 189–207.
Johnson, H. M., & Seifert, C. M. (1994). Sources of the continued influence effect: When misinformation in memory affects later inferences. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, *20*(6), 1420-1436.
Johnson, R. D., & Downing, L. L. (1979). Deindividuation and valence of cues: Effects on prosocial and antisocial behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, *37*(9), 1532–1538.
Jones, E. E., & Berglas, S. (1978). Control of attributions about the self through self-handicapping strategies: The appeal of alcohol and the role of underachievement. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *4*(2), 200-206.
Jones, E. E., & Davis, K. E. (1965). From acts to dispositions: The attribution process in person perception. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 2, pp. 219-266). New York: Academic Press.
Jones, E. E., Davis, K. E., & Gergen, K. (1961). Role playing variations and their informational value for person perception. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 63*, 302-310.
Jones, E. E., & Harris, V. A. (1967). The attribution af attitudes. *Journal of Experimental Social Psychology, 3*, 1-24.
Jones, E. E., & Nisbett, R. (1972). The actor and the observer: Divergent perceptions of the causes of behavior. In E. E. Jones, D. E. Kanouse, H. H. Kelley, R. E. Nisbett, S. Valins, & B. Weiner (Eds.), *Attribution: Perceiving the causes of behavior* (pp. 79-94). Morristown, NJ: General Learning.
Jones, E. E., & Pittman, T. S. (1982). Toward a general theory of strategic self-presentation. *Psychological Perspectives on the Self, 1*(1), 231-262.
Jones, E. E., & Sigall, H. (1971). The bogus pipeline: A new paradigm for measuring affect and attitude. *Psychological Bulletin*, *76*, 349-364.
Jost, J. T. (2019). A quarter century of system justification theory: Questions, answers, criticisms, and societal applications. *British Journal of Social Psychology*, *58*(2), 263-314.
Jost, J. T., & Banaji, M. R. (1994). The role of stereotyping in system justification and the production of false consciousness. *British Journal of Social Psychology*, *33*, 1-27.
Jost, J. T., & Thompson, E. P. (2000). Group-based dominance and opposition to equality as independent predictors of self-esteem, ethnocentrism, and social policy attitudes among African Americans and European Americans. *Journal of Experimental Social Psychology, 36*, 209–232.

Joule, R. V. (1987). Tobacco deprivation: The foot-in-the-door technique versus the low-ball technique. *European Journal of Social Psychology*, *17*, 361-365.
Joule, R. V., & Beauvois, J.-L. (1987). Internalité, comportement et explication du comportement. In J. -L. Beauvois, R. V. Joule, & J. -M. Monteil (Eds.). *Perspectives cognitives et conduites sociales* (vol. 1). Cousset: Delval.
Joule, R. V., & Beauvois, J.-L. (1998). De la dissonance à l'engagement dans la soumission. In J. –L. Beauvois, R. V. Joule, & J. -M. Monteil (Eds.), *20 ans de psychologie sociale expérimentale francophone* (Vol. 6, pp. 273-310). Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
Joule, R. V., & Beauvois, J.-L. (2014). *Petit traité de manipulation à l'usage des gens honnêtes*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
Judd, C. M., James-Hawkins, L. Yzerbyt, V. Y., & Kashima, Y. (2005). Fundamental dimensions of social judgment: Understanding the relations between judgments of competence and warmth. *Journal of Personality and Social Psychology, 89*, 899-913.
Jussim, L. (2005). Accuracy in social perception: Criticisms, controversies, criteria, components, and cognitive processes. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 37, pp. 1-193). San Diego, CA: Academic Press.
Jussim, L. (2012). *Social perception and social reality: Why accuracy dominates bias and self-fulfilling prophecy*. Oxford: Oxford University Press.
Jussim, L., & Eccles, J. S. (1992). Teacher expectations: II. Construction and reflection of student achievement. *Journal of Personality and Social Psychology*, *63*(6), 947-961.
Kahneman, D. (2012). *Système 1/système 2: Les deux vitesses de la pensée*. Flammarion.
Kanazayire, C., Licata, L., Mélotte, P., Dusingizemungu, J. P., & Azzi, A. E. (2014). Does Identification With Rwanda Increase Reconciliation Sentiments Between Genocide Survivors and Non-Victims? The Mediating Roles of Perceived Intergroup Similarity and Self-Esteem During Commemorations. *Journal of Social and Political Psychology, 2(1),* 489–504
Kanyangara, P., Rimé, B., Philippot, P., & Yzerbyt, V. (2007). Collective rituals, emotional climate and intergroup perception: Participation in "Gacaca" tribunals and assimilation of the Rwandan genocide. *Journal of Social Issues*, *63*(2), 387-403.
Karau, S. J., & Williams, K. D. (1993). Social loafing: A meta-analytic review and theoretical integration. *Journal of Personality and Social Psychology*, *65*(4), 681-706.
Karlins, M., Coffman, T. L., & Walters, G. (1969). On the fading of social stereotypes: Studies in three generations of college students. *Journal of Personality and Social Psychology*, *13*, 1-16.
Karniol, R. (2003). Egocentrism versus protocentrism: The status of self in social prediction. *Psychological Review*, *110*, 564-580
Katz, D. (1960). The functional approach to the study of attitudes. *Public Opinion Quarterly, 24*, 163-204.
Katz, D., & Braly, K. W. (1933). Racial stereotypes in one hundred college students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, *28*, 280-290.
Kelley, H. H. (1967). Attribution theory in social psychology. In D. Levine (Ed.), *Nebraska symposium on motivation* (Vol. 15, pp. 192-238). Lincoln: University of Nebraska Press.
Kelley, H. H. (1972). Causal schemata and the attribution process. In E. E. Jones, D. E. Kanouse, H. H. Kelley, R. E. Nisbett, S. Valins, & B. Weiner (Eds.), *Attribution: Perceiving the causes of behavior* (pp. 151-174). Morristown, NJ: General Learning Press.
Keltner, D., Gruenfeld, D. H., & Anderson, C. (2003). Power, approach, and inhibition. *Psychological Review*, *110*(2), 265–284.

Kenworthy, J. B., Miller, N., Collins, B. E., Read, S. J., & Earleywine, M. (2011). A trans-paradigm theoretical synthesis of cognitive dissonance theory: Illuminating the nature of discomfort. *European Review of Social Psychology*, *22*(1), 36-113.

Kenworthy, J. B., Turner, R. N., Hewstone, M., & Voci, A. (2005). Intergroup contact: When does it work, and why. *On the nature of prejudice: Fifty years after Allport*, 278-292.

Kershaw, I (1983). *Popular Opinion and Political Dissent in the Third Reich: Bavaria 1933-45*. Oxford: Oxford University Press.

Kervyn, N., Bergsieker, H. B., & Fiske, S. T. (2012). The innuendo effect: Hearing the positive but inferring the negative. *Journal of Experimental Social Psychology*, *48*(1), 77-85.

Kervyn, N., Fiske, S., & Yzerbyt, V. (2015). Forecasting the primary dimension of social perception. *Social Psychology, 46*, 36-45.

Kervyn, N., Yzerbyt, V., & Judd, C. (2010). Compensation between warmth and competence: Antecedents and consequences of a negative relation between the two fundamental dimensions of social perception. *European Review of Social Psychology, 21,* 155-187.

Kessler, T., & Mummendey, A. (2001). Is there any scapegoat around? Determinants of intergroup conflicts at different categorization levels. *Journal of Personality and Social Psychology*, *81*(6), 1090-1102.

Kiesler, C. A. (1971). *The psychology of commitments: Experiments linking behavior to belief*. New York: Academic Press.

Kiesler, C. A., & Kiesler, S. (1964). Role of forewarning in persuasive communications. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, *68*, 547-549.

Kim, H. S. (2002). We talk, therefore we think? A cultural analysis of the effect of talking on thinking. *Journal of Personality and Social Psychology*, *83*(4), 828-842.

Kim, H. S., & Markus, H. R. (1999). Deviance or uniqueness, harmony or conformity? A cultural analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, *77*(4), 785–800.

Kirkpatrick, L. A., Waugh, C. E., Valencia, A., & Webster, G. D. (2002). The functional domain specificity of self-esteem and the differential prediction of aggression. *Journal of Personality and Social Psychology*, *82*(5), 756-767.

Kitayama, S., Snibbe, A. C., Markus, H. R., & Suzuki, T. (2004). Is there any “free” choice? Self and dissonance in two cultures. *Psychological Science*, *15*(8), 527-533.

Klein, J. G. (1991). Negativity effects in impression formation: A test in the political arena. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17(4), 412-418.

Klein, O. (2009). From Utopia to Dystopia: Levels of explanation and the politics of social psychology. *Psychologica Belgica*, *49*(2-3), 85-100.

Klein, O., & Doyen, S. (2008). Tirer ou ne pas tirer? Passage à l’acte à la lumière du tireur. *La Revue nouvelle*, (12).

Klein, O., & Licata, L. (2003). When group representations serve social change: The speeches of Patrice Lumumba during the Congolese decolonization. *British Journal of Social Psychology*, *42*(4), 571–593.

Klein, O., Licata, L., & Pierucci, S. (2011). Does group identification facilitate or prevent collective guilt about past misdeeds? Resolving the paradox. *British Journal of Social Psychology*, *50*(3), 563-572.

Klein, O., Licata, L., Van der Linden, N., Mercy, A., & Luminet, O. (2012). A waffle-shaped model for how realistic dimensions of the Belgian conflict structure collective memories and stereotypes. *Memory Studies, 5*(1), 16-31.

Klein, O., Snyder, M., & Livingston, R. W. (2004). Prejudice on the stage: Self-monitoring and the public expression of group attitudes. *British Journal of Social Psychology*, *43*(2), 299-314.
Klein, O., Spears, R., & Reicher, S. D. (2007). Social identity performance: Extending the strategic side of SIDE. *Personality and Social Psychology Review*, *11*(1), 28-45.
Klein, O., & Snyder, M. (2003). Stereotypes and behavioral confirmation: From interpersonal to intergroup perspectives. *Advances in Experimental Social Psychology, 35*, 153-234.
Klein, O., Tindale, S., & Brauer, M. (2007). The consensualization of social stereotypes in small groups In Y. Kashima & P. Freytag (Eds.), *Stereotype dynamics: Language-based approaches to the formation, maintenance and transformation of stereotypes* (pp. 263-292). Lawrence Erlbaum Associates.
Klein, O., Wollast, R., & Eberlen, J. (2018). Cognitions, Attitudes et comportements intergroupes. In K. Faniko, D. Bourguignon, O. Sarrasin, & S. Guimond (2018). *La psychologie des préjugés et de la discrimination: Point de vue des discriminants et de leurs cibles: Etat des lieux dans le monde professionnel et dans nos sociétés*. Louvain-la-Neuve : De Boeck.
Knowles, E. D., Morris, M. W., Chiu, C., & Hong, Y. (2001). Culture and the process of person perception: Evidence for automaticity among East Asians in correcting for situational influences on behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *27*, 1344-1356.
Koenig, A. M., & Eagly, A. H. (2014). Evidence for the social role theory of stereotype content: Observations of groups' roles shape stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, *107*(3), 371.
Kothandapani, V. (1971). Validation of feeling, belief, and intention to act as three components of attitude and their contribution to prediction of contraceptive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, *19*, 321-333.
Koudenburg, N., Postmes, T., Gordijn, E. H., & van Mourik Broekman, A. (2015). Uniform and complementary social interaction: Distinct pathways to solidarity. *PloS One*, *10*(6), e0129061.
Kraus, M. W., Piff, P. K., Mendoza-Denton, R., Rheinschmidt, M. L. and Keltner, D.(2012). Social class, solipsism, and contextualism: How the rich are different from the poor. *Psychological Review*, 119: 546–572.
Kraus, S. J. (1995). Attitudes and the prediction of behavior: A meta-analysis of the empirical literature. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *21*, 58-75.
Krosnick, J. A., Betz, A. L, Jussim, L. J., & Lynn, A. R. (1992). Subliminal conditioning of attitudes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *18*, 152-162.
Krosnick, J. A., & Smith, W. A. (1994). Attitude strength. *Encyclopedia of Human Behavior, 1*(1), 279-289.
Krueger, J. I., Heck, P. R., & Athenstaedt, U. (2017). The self. In T. Nelson (Ed.), *Getting grounded in social psychology: The essential literature for beginning researchers* (pp. 15–36). New York, NY: Routledge.
Krueger, J., & Clement, R. W. (1994). Memory-based judgments about multiple categories: A revision and extension of Tajfel's accentuation theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, *67*, 35-47.
Krueger, J., & Zeiger, J. S. (1993). Social categorization and the truly false consensus effect. *Journal of Personality and Social Psychology, 65*, 670-680.
Krull, D. S. (1993). Does the grist change the mill? The effect of the perceiver's inferential goal on the process of social inference. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *19*, 340-348.
Kunda, Z. (1990). The case for motivated reasoning. *Psychological Bulletin*, 108, 480-498.
Kunda, Z., & Oleson, K. C. (1995). Maintaining stereotypes in the face of disconfirmation: Constructing grounds for subtyping deviants. *Journal of Personality and Social Psychology, 68*, 565-

79.
Kunich, J. C. (2000). Natural born copycat killers and the law of shock torts. *Wash. ULQ*, *78*, 1157.
Kuppens, T., Yzerbyt, V. Y., Dandache, S., Fischer, A. H., & van der Schalk, J. (2013). Social identity salience shapes group-based emotions through group-based appraisals. *Cognition & Emotion*, *27*(8), 1359-1377.
Kurdi, B., Seitchik, A. E., Axt, J. R., Carroll, T. J., Karapetyan, A., Kaushik, N., & Banaji, M. R. (2018). Relationship between the Implicit Association Test and intergroup behavior: A meta-analysis. *American Psychologist*.
Lagerspetz, K. M., & Lagerspetz, K. Y. H. (1971). Changes in the aggressiveness of mice resulting from selective breeding, learning and social isolation. *Scandinavian Journal of Psychology*, *12*(1), 241-248.
Lakin, J. L., & Chartrand, T. L. (2003). Using nonconscious behavioral mimicry to create affiliation and rapport. *Psychological Science*, *14*(4), 334-339.
Lakoff, G., & Johnson, M. (1999). *Philosophy in the Flesh* (Vol. 4). New York: Basic books.
Lammers, J., Stoker, J. I., Jordan, J., Pollmann, M., & Stapel, D. A. (2011). Power increases infidelity among men and women. *Psychological Science*, *22*(9), 1191–1197.
Langer, E., Blank, A., & Chanowitz, B. (1978). The mindlessness of ostensibly thoughtful action: The role of placebic information in interpersonal interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, *36*, 635-642.
Langlois, J. H., Kalakanis, L., Rubenstein, A. J., Larson, A., Hallam, M., & Smoot, M. (2000). Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychological Bulletin*, *126*(3), 390.
Langlois, J. H., Ritter, J. M., Casey, R. J., & Sawin, D. B. (1995). Infant attractiveness predicts maternal behaviors and attitudes. *Developmental Psychology*, *31*(3), 464.
Lantian, A. (2018). *Croyez-vous aux théories du complot?* Grenoble: PUG.
LaPiere, R. T. (1934). Attitudes versus actions. *Social forces*, *13*, 230-237.
Larson Jr, J. R., Christensen, C., Franz, T. M., & Abbott, A. S. (1998). Diagnosing groups: The pooling, management, and impact of shared and unshared case information in team-based medical decision making. *Journal of Personality and Social Psychology*, *75*(1), 93.
Latane, B., & Darley, J. M. (1968). Group inhibition of bystander intervention in emergencies. *Journal of Personality and Social Psychology*, *10*(3), 215-221.
Latané, B., & Darley, J. M. (1970). *The unresponsive bystander: Why doesn't he help?* New York: Appleton-Century-Crofts.
Latané, B., & Nida, S. (1981). Ten years of research on group size and helping. *Psychological Bulletin*, *89*(2), 308-324.
Latané, B., & Rodin, J. (1969). A lady in distress: Inhibiting effects of friends and strangers on bystander intervention. *Journal of Experimental Social Psychology*, *5*(2), 189-202.
Latané, B Williams, K. Harkins, S. G. (1979). Many hands make light the world: The causes and consequences of social loafing. *Journal of Personality and Social Psychology*, *37*, 822-832.
Lavallée, M., Garnier, C., Quesnel, M., Marchildon, A., & Bouchard, L. (2004). Les représentations sociales de l'alimentation: Convergences et divergences entre enfants, parents et enseignants. *Revue de l'Université de Moncton*, *35*(2), 101–129.
Lavine, H., & Snyder, M. (1996). Cognitive processing and the functional matching effect in persuasion: The mediating role of subjective perceptions of message quality. *Journal of Experimental Social Psychology*, *32*(6), 580-604.
Lazarus, R. S. (1991). *Emotion and adaptation*. New York: Oxford University Press.

Le Bon, G. (2002). *Psychologie des foules* (1895), rééd. PUF,«Quadrige», *Paris*.
Le Texier, T. (2018). *Histoire d'un mensonge: Enquête sur l'expérience de Stanford.* Paris: La Découverte.
Leach, C. W., Ellemers, N. & Barreto, M. (2007). Group virtue: The importance of morality (vs. competence and sociability) in the positive evaluation of in-groups. *Journal of Personality and Social Psycholog, 93*, 234-249.
Leary, M. R., Kowalski, R. M., Smith, L., & Phillips, S. (2003). Teasing, rejection, and violence: Case studies of the school shootings. *Aggressive Behavior, 29*(3), 202–214.
Lecomte, J. (2012). *La bonté humaine: altruisme, empathie, générosité.* Odile Jacob.
Lecovich, E., Jacobs, J. M., Stessman, J. (2011). Loneliness, social networks, and mortality: 18 years of follow-up. *The International Journal of Aging and Human Development*, 72, 243-263.
Légal, J.-B. & Delouvée, S. (2015) *Stéréotypes, préjugés et discrimination.* Paris: Dunod.
Lemoine, J., Darriet, E., Kmiec, R., & Roland-Lévy, C. (2016). Financial threat during the economic crisis: Connections with the social representation of the economic crisis and the willingness to act. *International Review of Social Psychology*, *29*(1).
Lenton, A. P., Bryan, A., Hastie, R., & Fischer, O. (2007). We want the same thing: Projection in judgments of sexual intent. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *33(7*), 975-988.
Lepore, L., & Brown, R. (1997). Category and stereotype activation: Is prejudice inevitable? *Journal of Personality and Social Psychology, 72*, 275-287.
Lepper, M. R., Greene, D., Nisbett, R. E. (1973). Undermining children's intrinsic interest with extrinsic reward: A test of the "overjustification" hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, *28*, 129-137.
Lerner, M. J. (1965). Evaluation of performance as a function of performer's reward and attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1(4), 355–360.
Lerner, M. J. (1980). *The Belief in a just World: A fundamental delusion*. New York: Plenum.
Lerner, M. J. (2003). The justice motive: Where social psychologists found it, how they lost it, and why they may not find it again. P*ersonality and Social Psychology Review*, 7(4), 388–399.
Lerner, M. J., & Simmons, C. H. (1966). Observer's reaction to the" innocent victim": Compassion or rejection? *Journal of Personality and Social Psychology*, *4*(2), 203.
Leventhal, H., Singer, R., & Jones, S. (1965). Effects of fear and specificity of recommendation upon attitudes and behavior. *Journal of personality and social psychology*, *2*(1), 20-29.
Levine, M., Cassidy, C., Brazier, G., & Reicher, S. (2002). Self-Categorization and Bystander Non-intervention: Two Experimental Studies 1. *Journal of Applied Social Psychology*, *32*(7), 1452-1463.
Levine, M., & Crowther, S. (2008). The responsive bystander: How social group membership and group size can encourage as well as inhibit bystander intervention. *Journal of Personality and Social Psychology*, *95*(6), 1429-1439.
Levine, M., & Manning, R. (2013). Social identity, group processes, and helping in emergencies. *European Review of Social Psychology*, *24*(1), 225-251.
Levine, M., & Manning, R. (2013). Social identity, group processes, and helping in emergencies. *European Review of Social Psychology*, *24*(1), 225-251.
Levine, M., Prosser, A., Evans, D., & Reicher, S. (2005). Identity and emergency intervention: How social group membership and inclusiveness of group boundaries shape helping behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *31*(4), 443-453.
Lewin, K. (1943). Forces behind food habits and methods of change. *Bulletin of the National Research Council*, *108*, 35-65.

Lewin, K., Lippitt, R., & White, R. K. (1939). Patterns of Aggressive Behavior in Experimentally Created “Social Climates.” *The Journal of Social Psychology*, *10*(2), 269–299.
Leyens, J. -Ph. (1979). *Psychologie Sociale.* Liège: Mardaga.
Leyens, J. -Ph. (1983). *Sommes-nous tous des psychologues? Approche psychosociale des théories implicites de personnalité* [Are we all psychologists? A psychosocial approach of implicit theories of personality]. Bruxelles: Mardaga.
Leyens, J. -Ph. (2018). *Sommes-nous tous racistes?* Bruxelles: Mardaga.
Leyens, J. -Ph., Camino, L., Parke, R. D., & Berkowitz, L. (1975). Effects of movie violence on aggression in a field setting as a function of group dominance and cohesion. *Journal of Personality and Social Psychology*, *32*, 346-360.
Leyens, J. -Ph., Cisneros, T., & Hossay, J. F. (1976). Decentration as a means for reducing aggression after exposure to violent stimuli. *European Journal of Social Psychology*, *6*(4), 459-473.
Leyens, J. -Ph., Cortes, B., Demoulin, S., Dovidio, J. F., Fiske, S. T., Gaunt, R., ... & Vaes, J. (2003). Emotional prejudice, essentialism, and nationalism The 2002 Tajfel Lecture. *European Journal of Social Psychology*, *33*(6), 703-717.
Leyens, J. -Ph., Demoulin, S., Vaes, J., Gaunt, R., & Paladino, M. P. (2007). Infra-humanization: The wall of group differences. *Social Issues and Policy Review*, *1*(1), 139-172.
Leyens, J. -Ph., Désert, M., Croizet, J. C., & Darcis, C. (2000). Stereotype threat: Are lower status and history of stigmatization preconditions of stereotype threat? *Personality and Social Psychology Bulletin*, *26*(10), 1189-1199.
Leyens, J. -Ph., & Parke, R. D. (1975). Aggressive slides can induce a weapons effect. *European Journal of Social Psychology*, *5*, 229-236.
Leyens, J. -Ph., Rodriguez, A. P., Rodriguez, R. T., Gaunt, R., Paladino, M. P., Vaes, J., & Demoulin, S. (2001). Psychological essentialism and the differential attribution of uniquely human emotions to ingroups and outgroups. *European Journal of Social Psychology*, *31*, 395-411.
Leyens, J. -Ph., & Scaillet, N. (2012). *Sommes-nous tous des psychologues?* Bruxelles: Mardaga.
Leyens, J. -Ph., & Yzerbyt, V. Y. (1997). *Psychologie sociale*. Bruxelles: Mardaga.
Leyens, J. -Ph., Yzerbyt, V. Y., & Schadron, G. (1996). *Stéréotypes et cognition sociale.* Bruxelles: Mardaga.
Licata, L., & Heine, A. (2012). *Introduction à la psychologie interculturelle*. Louvain-la-Neuve: De Boeck.
Licata, L., & Klein, O. (2000). Situation de crise, explications profanes et citoyenneté: L’affaire Dutroux., *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, *47-48*, 155-174.
Licata, L., & Klein, O. (2010). Holocaust or benevolent paternalism? Intergenerational comparisons on collective memories and emotions about Belgium’s colonial past. *International Journal of Conflict and Violence (IJCV)*, *4*(1), 45-57.
Licata, L., & Sanchez-Mazas, M. *L’autre: regards psychosociaux*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
Lickel, B., Hamilton, D. L., & Sherman, S. J. (2001). Elements of a lay theory of groups: Types of groups, relational styles, and the perception of group entitativity. *Personality and Social Psychology Review*, *5*(2), 129-140.
Lickel, B., Hamilton, D. L., Wieczorkowska, G., Lewis, A., Sherman, S. J., & Uhles, A. N. (2000). Varieties of groups and the perception of group entitativity. *Journal of Personality and Social Psychology*, *78*(2), 223-246
Lieberman, M. D. (2015). Introduction to Social Cognitive Neuroscience. Academic Press

Lieberman, M. D., & Eisenberger, N. I. (2006). A pain by any other name (rejection, exclusion, ostracism) still hurts the same: The role of dorsal anterior cingulate cortex in social and physical pain. *Social Neuroscience: People Thinking about Thinking People*, 167–187.

Lieberman, M. D., Gaunt, R., Gilbert, D. T., & Trope, Y. (2002). Reflexion and reflection: A social cognitive neuroscience approach to attributional inference. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 34, pp. 199-249). New York: Academic Press.

Liégeois, A., Codou, O., Rubens, L., & Priolo, D. (2017). «Faites ce que je dis, pas ce que je fais»: synthèse et perspectives du paradigme de l'hypocrisie induite. *Psychologie Française*, *62*(2), 177-194.

Lind, E. A., & Tyler, T. R. (1988). *The social psychology of procedural justice*. Springer Science & Business Media.

Linder, D. E., Cooper, J., & Jones, E. E. (1967). Decision freedom as a determinant of the role of incentive magnitude in attitude change. *Journal of Personality and Social Psychology*, *6*(3), 245-254.

Lippitt, R., & White, R. K. (1943). The social climate of children's groups. In *The social climate of children's groups* (pp. 458–508). New York, NY: McGraw-Hill.

Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. New York: Harcourt & Brace.

Lodge, D. (1984-1991). *Un tout petit monde*. Rivages.

LoMonaco, G., Delouvée, S. & Rateau, P. (2016). *Les représentations sociales: théories, méthodes, applications*. Louvain-la-Neuve: De Boeck.

Lord, C. G., Ross, L., & Lepper, M. R. (1979). Biased assimilation and attitude polarization: The effects of prior theories on subsequently considered evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, *37*, 2098-2109.

Lorenz, K. (1966). *On aggression*. New York: Harcourt, Brace, and World.

Lorenzi-Cioldi, F. (1997). Questions de méthodologie en sciences sociales. *Actualités en sciences sociales*. Delachaux et Niestlé.

Lorenzi-Cioldi, F. (2002). *Représentation des groupes dominants et des groupes dominés*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

Losch, M. E., & Cacioppo, J. T. (1990). Cognitive dissonance may enhance sympathetic tonus, but attitudes are changed to reduce negative affect rather than arousal. *Journal of Experimental Social Psychology*, *26*, 289-304.

Lott, B. (2002). Cognitive and behavioral distancing from the poor. American Psychologist, 57(2), 100–110.

Loughnan, S., Haslam, N., Murnane, T., Vaes, J., Reynolds, C., & Suitner, C. (2010). Objectification leads to depersonalization: The denial of mind and moral concern to objectified others. *European Journal of Social Psychology*, *40*(5), 709-717.

Luminet, O. (2008). *Psychologie des émotions*. Louvain-la-Neuve, Belgique: De Boeck.

Lumsden, K. and Morgan, H. M. (2017) 'Cyber-Trolling as Symbolic Violence: Deconstructing Gendered Abuse Online'. In N. Lombard (Ed). *The Routledge Handbook of Gender and Violence*. London: Routledge, Chapter 9.

Maalouf, A. (1998). *Les identités meurtrières*. Grasset.

Maass, A., Cadinu, M., Guarnieri, G., & Grasselli, A. (2003). Sexual harassment under social identity threat: The computer harassment paradigm. *Journal of Personality and Social Psychology*, *85*(5), 853-870.

Maass, A., Salvi, D., Arcuri, L., & Semin, G. (1989). Language use in intergroup contexts: The linguistic intergroup bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 981-993.

MacDonald, G., & Leary, M. R. (2005). Why does social exclusion hurt? The relationship between social and physical pain. *Psychological Bulletin*, *131*(2), 202-223.
Mackie, D. M., Devos, T., & Smith, E. R. (2000). Intergroup emotions: explaining offensive action tendencies in an intergroup context. *Journal of Personality and Social Psychology*, *79*(4), 602-616.
Mackie, D. M., Gastardo-Conaco, M. C., & Skelly, J. J. (1992). Knowledge of the advocated position and the processing of in-group and out-group persuasive messages. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *18*(2), 145-151.
Mackie, D. M., & Hamilton, D. L. (1993). *Affect, cognition, and stereotyping: Interactive processes in group perception*. San Diego, CA: Academic Press.
Macrae, C. N., Bodenhausen, G. V., & Milne, A. B. (1995). The dissection of selection in person perception: Inhibitory processes in social stereotyping. *Journal of Personality and Social Psychology*, *69*, 397-407.
Macrae, C. N., Bodenhausen, G. V., Milne, A. B., & Jetten, J. (1994). Out of mind but back in sight: Stereotypes on the rebound. *Journal of Personality and Social Psychology, 67*, 808-817.
Macrae, C. N., Bodenhausen, G. V., Milne, A. B., Thorn, T. M. J., & Castelli, L. (1997). On the activation of social stereotypes: The moderating role of processing objectives. *Journal of Experimental Social Psychology*, *33*, 471-489.
Madon, S., Guyll, M., Aboufadel, K., Montiel, E. Smith, A., Palumbo, P., & Jussim, L. (2001). Ethnic and national stereotypes: The Princeton Trilogy revisited and revised. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *27*, 996-1010.
Maes, J. (1998). Eight stages in the development of research on the construct of belief in a just world? In *Responses to victimizations and belief in a just world* (pp. 163–185). Springer.
Maio, G. R., & Olson, J. M. (2000). Emergent themes and potential approaches to attitude function: The function-structure model of attitudes. *Why we evaluate: Functions of attitudes*, 417-442.
Major, B., McCoy, S., Kaiser, C., & Quinton, W. (2003). Prejudice and self-esteem: A transactional model. *European Review of Social Psychology*, *14*(1), 77-104.
Malle, B. F. (2006). The actor-observer asymmetry in attribution: a (surprising) meta-analysis. *Psychological Bulletin*, *132*(6), 895.
Malle, B. F., & Knobe, J. (1997). The folk concept of intentionality. *Journal of Experimental Social Psychology, 33*, 101-121.
Malson, L. (1964). *Les enfants sauvages.* Paris: Plon.
Mann, T. C., & Ferguson, M. J. (2015). Can we undo our first impressions? The role of reinterpretation in reversing implicit evaluations. *Journal of Personality and Social Psychology, 108(6)*, 823-849.
Mannan, A., Ghani, S., Clarke, A., & Butler, P. E. (2007). Cases of chemical assault worldwide: a literature review. *Burns*, *33*(2), 149-154.
Manne, K. (2017). *Down Girl: the Logic of Misogyny.* Oxford: Oxford University Press.
Manning, R., Levine, M., & Collins, A. (2007). The Kitty Genovese murder and the social psychology of helping: The parable of the 38 witnesses. *American Psychologist*, *62*(6), 555-562.
Maoz, I., Ward, A., Katz, M., & Ross, L. (2002). Reactive devaluation of an “Israeli” vs.“Palestinian” peace proposal. *Journal of Conflict Resolution*, *46*(4), 515-546.
Marchal, C., Leys, C., Bernard, P., & Klein, O. (2013). If it were to happen to me, would I see it coming? How identifying with the victim influences the foreseeability of a sexual aggression. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, *26*(2), 5–28.
Mari, S., Volpato, C., Papastamou, S., Chryssochoou, X., Prodromitis, G., & Pavlopoulos, V. (2017). How political orientation and vulnerability shape representations of the economic crisis in Greece

and Italy. *International Review of social Psychology*, *30*(1).
Markova, I., & Wilkie, P. (1987). Representations, concepts and social change: The phenomenon of AIDS. *Journal for the Theory of Social Behaviour, 17; 389-409*.
Markus, H. R. (1977). Self-schemata and processing information about the self. *Journal of Personality and Social Psychology, 35*, 63-78
Markus, H. R., Crane, M., Bernstein, S., & Siladi, M. (1982). Self-schemas and gender. *Journal of Personality and Social Psychology*, *42*(1), 38.
Markus, H. R., & Kitayama, S. (1991). *Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. Psychological Review*, *98*(2), 224-253.
Markus, H. R., Kitayama, S., & Heiman, R. J. (1996). Culture and" basic" psychological principles. In E. T. Higgins & A. W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (pp. 857-913). New York, NY, US: Guilford Press.
Marques, J. M., Yzerbyt, V. Y., & Leyens, J.-P. (1988). The "Black Sheep Effect": Extremity of judgments towards ingroup members as a function of group identification. *European Journal of Social Psychology*, *18*(1), 1–16.
Martin, C. L., & Parker, S. (1995). Folk theories about sex and race differences. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *21*, 45-57.
Martinot, D. (2008). *Le Soi, les autres, la société*. Presses Universitaires de Grenoble.
Marx & Engels (1848/2012). Manuscrits de 1844. http://classiques.uqac.ca/classiques/Marx_karl/manuscrits_1844/manuscrits_1844.html
Mashek, D. J., Aron, A., & Boncimino, M. (2003). Confusions of self with close others. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *29*(3), 382–392.
Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological review*, *50*(4), 370.
Mathur, V. A., Harada, T., Lipke, T., & Chiao, J. Y. (2010). Neural basis of extraordinary empathy and altruistic motivation. *Neuroimage*, *51*(4), 1468-1475.
Mazzocchetti, J., & Yzerbyt, V. (2019). Crise migratoire : Le discours médiatique alimente-t-il la peur des migrants ? *Sociétés en Changement*, *7*, 1-8.
McArthur, L. Z. (1972). The how and what of why: Some determinants and consequences of causal attribution. *Journal of Personality and Social Psychology*, *22*, 171-193.
McCauley, C., & Stitt, C. L. (1978). An individual and quantitative measure of stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, *39*, 929-940.
McConahay, J. B. (1986). Modern racism, ambivalence, and the Modern Racism Scale. In J. F. Dovidio & S. L. Gaertner (Eds), *Prejudice, discrimination, and racism.* (pp. 91-125). Orlando, USA: Academic Press.
McConnell, A. R., & Leibold, J. M. (2001). Relations among the Implicit Association Test, discriminatory behavior, and explicit measures of racial attitudes. *Journal of Experimental Social Psychology*, *37*(5), 435-442.
McGarty, C., Haslam, S. A., Turner, J. C., & Oakes, P. J. (1993). Illusory correlation as accentuation of actual intercategory difference: Evidence for the effect with minimal stimulus information. *European Journal of Social Psychology*, *23*, 391-410.
McGuire, W. J. (1964). Inducing resistance to persuasion: Some contemporary approaches. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 1, pp. 192-229). New York: Academic Press.
McGuire, W. J. (1968). Personality and susceptibility to social influence. In E. F. Borgatta & W. W. Lambert (Eds.), *Handbook of personality theory and research* (pp. 1130-1187). Chicago: Rand McNally.

McGuire, W. J. (1972). Attitude change: The information-processing paradigm. In C. G. McClintock (Ed.), *Experimental social psychology* (pp. 108-141). New York: Holt, Rinehart & Winston.

McGuire, W. J. (1985). Attitudes and attitude change. In Lindzey, G., & Aronson, E. (Eds.), *Handbook of social psychology* (3rd ed., Vol. 2, pp. 233-346). New York: Random House.

McGuire, W. J. (1986). The myth of massive media impact: Savagings and salvagings. *Public Communication and Behavior*, *1*, 173-257.

McGuire, W. J., & Papageorgis, D. (1961). The relative efficacy of various types of prior belief-defense in producing immunity against persuasion. *The Journal of Abnormal and Social Psychology, 62*(2), 327-337.

Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society*. Chicago: University of Chicago Press.

Mealey, L., Bridgstock, R., & Townsend, G. C. (1999). Symmetry and perceived facial attractiveness: A monozygotic co-twin comparison. *Journal of Personality and Social Psychology*, *76*(1), 151158.

Meehl, P. E. (1956). Wanted—a good cook-book. *American Psychologist*, *11*(6), 263.

Meertens, R. W., & Pettigrew, T. F. (1997). Is subtle prejudice really prejudice? *Public Opinion Quarterly, 61*, 54-71.

Mehl, M. R., Vazire, S., Holleran, S. E., & Clark, C. S. (2010). Eavesdropping on happiness: Well-being is related to having less small talk and more substantive conversations. *Psychological Science*, *21*(4), 539-541.

Mesoudi, A., Chang, L., Murray, K., & Lu, H. J. (2015). Higher frequency of social learning in China than in the West shows cultural variation in the dynamics of cultural evolution. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, *282*(1798), 20142209.

Michinov, E., & Blanchet, C. (2015). When self-construal priming influences the relationship between transactive memory and group performance. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, *28*(3), 97–119.

Mignon, A., & Mollaret, P. (2002). Applying the affordance conception of traits: A person perception study. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *28*(10), 1327-1334.

Miles, E., & Crisp, R. J. (2014). A meta-analytic test of the imagined contact hypothesis. *Group Processes & Intergroup Relations*, *17*(1), 3-26.

Milgram, S. (1970). The experience of living in cities. *Science*, *167*, 1461-1468.

Milgram, S. (1974). *Soumission à l'autorité*. Paris: Calmann-Lévy.

Mill, J. S. (1859/1979). *On liberty.* New York: Penguin Press.

Miller, A. G., Schmidt, D., Meyer, C., & Colella, A. (1984). The perceived value of constrained behavior: Pressures toward biased inference in the attitude attribution paradigm. *Social Psychology Quarterly*, *47*, 160-171.

Miller, D. T., & Ross, M. (1975). Self-serving bias in the attribution of causality: Fact or fiction. *Psychology Bulletin*, *82*, 213-225.

Miller, J. G. (1984). Culture and the development of everyday social explanation. *Journal of Personality and Social Psychology*, *46*, 961-978.

Miller, N. E. (1941). I. The frustration-aggression hypothesis. *Psychological review*, *48*(4), 337-342.

Miller, N. E., & Dollard, J. (1941). *Social Learning and Imitation*. New Haven: Yale University Press.

Miller, R. S. (1996). *Embarrassment: Poise and peril in everyday life*. Guilford Press.

Minard, R. (1952). Race relation in Pocahontas coal field. *Journal of Social Issues*, *8*, 29-44.

Mischel, W. (1974). Processes in delay of gratification. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 7, pp. 249-292). Academic Press.

Moliner, P. *et* Guimelli, C. (2015). *Les représentations sociales: fondements historiques et développements récents.* Paris: Presses Universitaires de Grenoble.
Mollaret, P., & Mignon, A. (2006). Vers une approche psychosociale du jugement de «personnalité». *Psychologie Française*, *51*(3), 307-325.
Monin, B., Sawyer, O. J., Marquez, M. J. (2008). The rejection of moral rebels: Resenting those who do the right thing. *Journal of Personality and Social Psychology*, *95*, 76-93.
Monin, B., Sawyer, P. J., & Marquez, M. J. (2008). The rejection of moral rebels: Resenting those who do the right thing. *Journal of Personality and Social Psychology*, *95*(1), 76–93.
Monteil, J-M & Huguet, P. *Réussir ou échouer à l'école: une question de contexte?* Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
Moons, W. G., Mackie, D. M., & Garcia-Marques, T. (2009). The impact of repetition-induced familiarity on agreement with weak and strong arguments. *Journal of Personality and Social Psychology*, *96*(1), 32-44.
Morelli, A. (2004). *L'histoire des étrangers en Belgique*. Bruxelles : EPO.
Morris, M. W., & Peng, K. (1994). Culture and cause: American and Chinese attributions for social and physical events. *Journal of Personality and Social Psychology*, *67*(6), 949–971.
Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse: son image, son public.* Paris: Presses Universitaires de France.
Moscovici, S. (1979). *Psychologie des minorités actives*. Paris: Presses universitaires de France.
Moscovici, S. (1987). The conspiracy mentality. In C.F. Graumann & S. Moscovici (Dir.). *Changing conceptions of conspiracy* (pp. 151–169). Springer.
Moscovici, S. (1994). Les formes élémentaires de l'altruisme. *Psychologie sociale des relations à autrui*, 71-85.
Moscovici, S., Lage, E., & Naffrechoux, M. (1969). Influence in a consistent minority on the responses of a majority in a color perception task. *Sociometry*, *32*, 365-379.
Moscovici, S., & Markova, I. (2006). *The making of modern social psychology: The hidden story of how and international social science was created*. Londres: Polity Press.
Moscovici, S., & Zavalloni, M. (1969). The group as a polarizer of attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, *12*(2), 125.
Myers, D. G., & Kaplan, M. F. (1976). Group-induced polarization in simulated juries. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *2*(1), 63–66.
Nemeth, C. J., & Kwan, J. L. (1987). Minority influence, divergent thinking and detection of correct solutions. *Journal of Applied Social Psychology*, *17*(9), 788-799.
Neuberg, S. L. (1988). Behavioral implications of information presented outside of conscious awareness: The effect of subliminal presentation of trait information on behavior in the prisoner's dilemma game. *Social Cognition*, *6*, 207-230.
Newcomb, T. M. (1943). *Personality and Social Change*. New York: Dryden Press.
Newcomb, T. M. (1943). *Personality and social change; attitude formation in a student community.* Fort Worth, USA: Dryden Press.
Newman, L. S. (1991). Why are traits inferred spontaneously? A developmental approach. *Social Cognition*, *9*, 221-253.
Niedenthal, P. M. (1990). Implicit perception of affective information. *Journal of Experimental Social Psychology*, *26*(6), 505-527.
Niedenthal, P. M., & Cantor, N. (1986). Affective responses as guides to category-based inferences. *Motivation and Emotion*, *10*, 217-232.

Niedenthal, P. M., Krauth-Gruber, S., & Ric, F. (2009). *Comprendre les émotions: perspectives cognitives et psycho-sociales*. Bruxelles: Mardaga.
Nisbett, R. (1993). Violence and US regional culture. *American Psychologist*, *48*, 441-449.
Nisbett, R. (2004). *The geography of thought: How Asians and Westerners think differently... and why*. New York: Simon and Schuster.
Nisbett, R. E., & Cohen, D. (1996). *Culture of honor: The psychology of violence in the South.* Boulder, CO, US: Westview Press.
Nisbett, R. E., & Masuda, T. (2003). Culture and point of view. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *100*(19), 11163–11170.
Nisbett, R. E., & Wilson, T. D. (1977). Telling more than we can know: Verbal reports on mental processes. *Psychological Review*, *84*(3), 231259.
Noel, J. G., Wann, D. L., & Branscombe, N. R. (1995). Peripheral ingroup membership status and public negativity toward outgroups. *Journal of Personality and Social Psychology*, *68*(1), 127–137.
Norenzayan, A., & Shariff, A. F. (2008). The origin and evolution of religious prosociality. *Science*, *322*(5898), 58-62.
Norris, P., & Inglehart, R. (2011). *Sacred and secular: Religion and politics worldwide*. Cambridge University Press.
Nosek, B. A., Banaji, M. R., & Greenwald, A. G. (2002). Math= male, me= female, therefore math≠ me. *Journal of Personality and Social Psychology*, *83*(1), 44-59.
Nugier, A., & Chekroun, P. (2011). *Les influences sociales.* Paris: Dunod.
Oakes, P. J., Haslam, S. A., & Turner, J. C. (1994). *Stereotyping and social reality*. Oxford, England: Basil Blackwell.
Oldmeadow, J. A., & Fiske, S. T. (2010). Social status and the pursuit of positive social identity: Systematic domains of intergroup differentiation and discrimination for high-and low-status groups. *Group Processes & Intergroup Relations*, *13*(4), 425-444.
Oliner, S. P., & Oliner, P. M. (1988). *The Altruistic personality. Rescuers of Jews in Nazi Europe.* New York: Free Press.
Olson, J. M., Herman, C. P., & Zanna, M. P. (Eds.). (2014). *Relative deprivation and social comparison: The Ontario symposium* (Vol. 4). Psychology Press.
Olson, M. (1965/2018). *Logique de l'action collective*. Bruxelles: Editions de l'Université libre de Bruxelles.
Olson, M. (1968). *The logic of collective action: Public goods and the theory of groups*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
Olweus, D. (1979). Stability of aggressive reaction patterns in males: a review. *Psychological Bulletin*, *86*(4), 852-875.
Omoto, A. M., Malsch, A. M., & Barraza, J. A. (2009). Compassionate acts: Motivations for and correlates of volunteerism among older adults. In B. Fehr, S., Sprecher, & L. G., Underwood (Eds.), *The science of compassionate love: Research, theory, and practice* (pp. 257-282.). Malden, MA: Blackwell Publishing.
Omoto, A. M., & Snyder, M. (1995). Sustained helping without obligation: motivation, longevity of service, and perceived attitude change among AIDS volunteers. *Journal of Personality and Social Psychology*, *68*(4), 671-686.
Oosterhof, N. N., & Todorov, A. (2008). The functional basis of face evaluation. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *105*(32), 11087-11092.
Osgood, C. E., Suci, G. J., & Tannenbaum, P. H. (1957). *The measurement of meaning.* Urbana: University of Illinois Press.

Osterhouse, R. A., & Brock, T. C. (1970). Distraction increases yielding to propaganda by inhibiting counterarguing. *Journal of Personality and Social Psychology*, *15*, 344-358.
Ostlund, R. (2014). *Snow Therapy*.
Ostrom, T. M. (1969). The relationship between the affective, behavioral and cognitive components of attitude. *Journal of Experimental Social Psychology*, *5*, 12-30.
Pacilli, M. G., Pagliaro, S., Loughnan, S., Gramazio, S., Spaccatini, F., & Baldry, A. C. (2017). Sexualization reduces helping intentions towards female victims of intimate partner violence through mediation of moral patiency. *British Journal of Social Psychology*, 56(2), 293-313.
Páez, D., Rimé, B., Basabe, N., Wlodarczyk, A., & Zumeta, L. (2015). Psychosocial effects of perceived emotional synchrony in collective gatherings. *Journal of Personality and Social Psychology*, *108*(5), 711-729.
Paladino, M. P., Leyens, J. Ph., Rodriguez, R. T., Rodriguez, A. P., Gaunt, R. & Demoulin, S. (2002). Differential association of uniquely and non uniquely human emotions with the ingroup and the outgroup. *Group Processes and Intergroup Relations, 5*, 105-117
Pallak, M. S., Cook, D. A., & Sullivan, J. J. (1980). Commitment and energy conservation. *Applied Social Psychology Annual*, *1*, 235-253.
Paluck, E. L. (2009). Reducing intergroup prejudice and conflict using the media: a field experiment in Rwanda. *Journal of Personality and Social Psychology*, *96*(3), 574-587.
Paluck, E. L., Green, S. A., & Green, D. P. (2018). The contact hypothesis re-evaluated. *Behavioural Public Policy*, 1-30
Paluck, E. L., Shepherd, H., & Aronow, P. M. (2016). Changing climates of conflict: A social network experiment in 56 schools. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *113*(3), 566-571.
Pantazi, M., Kissine, M., & Klein, O. (2018). The power of the truth bias: False information affects memory and judgment even in the absence of distraction. *Social cognition*, *36*(2), 167-198.
Park, B., & Judd, C. M. (1990). Measures and model of perceived group variability. *Journal of Personality and Social Psychology*, *59*, 173-191.
Pattino, B. (2019). *La civilisation du poisson rouge.* Paris: Grasset.
Payne, D. L., Lonsway, K. A., & Fitzgerald, L. F. (1999). Rape myth acceptance: Exploration of its structure and its measurement using theIllinois rape myth acceptance scale. *Journal of Research in Personality*, *33*(1), 27-68.
Payne, K. (2001). Prejudice and perception: The role of automatic and controlled processes in misperceiving a weapon. *Journal of Personality and Social Psychology*, *81*(2), 181.
Payne, K. (2017). *The broken ladder: How inequality affects the way we think, live, and die*. Penguin.
Payne, K., Cheng, C. M., Govorun, O., & Stewart, B. D. (2005). An inkblot for attitudes: affect misattribution as implicit measurement. *Journal of Personality and Social Psychology*, *89*(3), 277-293.
Payne, K., & Lundberg, K. (2014). The affect misattribution procedure: Ten years of evidence on reliability, validity, and mechanisms. *Social and Personality Psychology Compass*, *8*(12), 672-686.
Peabody, D. (1967). Trait inferences: Evaluative and descriptive aspects. *Journal of Personality and Social Psychology* Monograph, 7, (whole number 644).
Peeters, G. (1992). Evaluative meanings of adjectives in vitro and in context: Some theoretical implications and practical consequences of positive-negative asymmetry and behavioral-adaptive concepts of evaluation. *Psychologica Belgica, 32*, 211-231.
Peeters, G. (2002). From good and bad to can and must: subjective necessity of acts associated with positively and negatively valued stimuli. *European Journal of Social Psychology*, *32*, 125-136.

Perdue, C. W., Dovidio, J. F., Gurtman, M. B., & Tyler, R. B. (1990). Us and them: Social categorization and the process of intergroup bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, *59*, 475-486.

Pérez, J. A., & Mugny, G. (1987). Paradoxical effects of categorization in minority influence: When being an out-group is an advantage. *European Journal of Social Psychology*, *17*, 157-169.

Pérez, J. A., & Mugny, G. (1993*). Influences sociales: la théorie de l'élaboration du conflit*. Neuchâtel, Paris : Delachaux et Niestlé.

Perry, G. (2018). *The Lost Boys: inside Muzafer Sherif's Robbers Cave experiment*. Scribe Publications.

Peters, K., Kashima, Y., & Clark, A. (2009). Talking about others: Emotionality and the dissemination of social information. *European Journal of Social Psychology*, *39*(2), 207–222.

Pettigrew, T. F. (1958). Personality and socio-cultural factors in intergroup attitudes: a cross-national comparison. *Journal of Conflict Resolution*, *2*, 29-42.

Pettigrew, T. F. (1979). The ultimate attribution error: Extending Allport's cognitive analysis of prejudice. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *5*, 461-476.

Pettigrew, T. F. (1998). Intergroup contact theory. *Annual Review of Psychology*, *49*(1), 65-85.

Pettigrew, T. F., & Meertens, R. W. (1995). Subtle and blatant prejudice in Western Europe. *European Journal of Social Psychology*, *25*, 57-75.

Pettigrew, T. F., & Tropp, L. R. (2006). A meta-analytic test of intergroup contact theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, *90*, 751-783.

Pettigrew, T. F., & Tropp, L. R. (2008). How does intergroup contact reduce prejudice? Meta-analytic tests of three mediators. *European Journal of Social Psychology*, *38*(6), 922-934.

Petty, R. E., & Briñol, P. (2012). The elaboration likelihood model: Three decades of research. P.A. M. Van Lange, A. Kruglanski, & E.T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology*, (pp 224-245). London: Sage.

Petty, R. E., Briñol, P., Loersch, C., & McCaslin, M. J. (2009). The need for cognition. *Handbook of individual differences in social behavior*, 318-329.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1979). Effects of forewarning of persuasive intent and involvement on cognitive responses and persuasion. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *5*, 173-176.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. New York: Springer-Verlag.

Petty, R. E., Fazio, R. H., & Briñol, P. (Eds.). (2012). *Attitudes: Insights from the new implicit measures*. Psychology Press.

Petty, R. E., Harkins, S. G., Williams, K. D. (1980). The effects of group diffusion of cognitive effort on attitudes: An information-processing view. *Journal of Personality and Social Psychology*, *38*, 81-92.

Petty, R. E., Ostrom, T. M., & Brock, T. (1981). *Cognitive responses in persuasion*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Petty, R. E., Wells, G. C., & Brock T. C. (1976). Distraction can enhance or reduce yielding to propaganda: Thought disruption versus effort justification. *Journal of Personality and Social Psycholgy*, *37*, 874-884.

Pezzo, M. V., & Pezzo, S. P. (2007). Making sense of failure: A motivated model of hindsight bias. *Social cognition*, *25*(1), 147-164.

Phillips, D. P. (1974). The influence of suggestion on suicide: Substantive and theoretical implications of the Werther effect. *American Sociological Review*, *39*, 340.354.

Phillips, D. P. (1979). Suicide, motor vehicle fatalities, and the mass media: Evidence toward a theory of suggestion. *American Journal of Sociology*, *84*, 1150-1174.
Phillips, D. P. (1980). Airplane accidents, murder, and the mass-media: Towards a theory of imitation and suggestion. *Social Forces*, *58*, 1001-1024.
Philpot, R., Liebst, L. S., Levine, M., Bernasco, W., & Lindegaard, M. R. (2019). Would I be helped? Cross-national CCTV footage shows that intervention is the norm in public conflicts. *American Psychologist*. Advance online publication.
Pickert, K. (2008). Do consumers understand drug ads? *Time*. www.time.com
Piff, P. K., Kraus, M. W., Côté, S., Cheng, B. H., & Keltner, D. (2010). Having less, giving more: the influence of social class on prosocial behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, *99*(5), 771-784.
Piff, P. K., Stancato, D. M., Côté, S., Mendoza-Denton, R., & Keltner, D. (2012). Higher social class predicts increased unethical behavior. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *109*(11), 4086–4091.
Piketty, Th (2013). *Le capital au XXI^{ème} siècle*. Paris: Seuil.
Pleyers, G., Corneille, O., Yzerbyt, V., & Luminet, O. (2009). Evaluative conditioning may incur attentional costs. *Journal of Experimental Psychology: Animal Behavior Processes*, *35*(2), 279.
Pollet, T., & Peperkoorn, L. S. (2013). Fading red? No evidence that color of trunks influences outcomes in the ultimate fighting championship (UFC). *Frontiers in psychology*, 4, 643.
Popper, K. (1959/1973). *La logique de la découverte scientifique*. Paris: Payot
Pratto, F., Sidanius, J., Stallworth, L. M., & Malle, B. F. (1994). Social dominance orientation: A personality variable predicting social and political attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, *67*(4), 741-763.
Pratto, F., & Walker, A. (2001). Dominance in disguise: Power, beneficence and exploitation in personal relationships. In A. Y. Lee-Chai & J. A. Bargh (Eds.), *The use and abuse of power: Multiple perspectives on the causes of corruption* (pp. 93–112). Washington, DC: Psychology Press.
Prentice, D. A., & Carranza, E. (2002). What women and men should be, shouldn't be, are allowed to be, and don't have to be: The contents of prescriptive gender stereotypes. *Psychology of Women Quarterly*, *26*(4), 269-281.
Prentice, D. A., & Miller, D. T. (1993). Pluralistic ignorance and alcohol use on campus: Some consequences of misperceiving the social norm. *Journal of Personality and Social Psychology*, *64*, 243-256.
Prentice, D. A., & Miller, D. T. (2007). Psychological essentialism of human categories. *Current Directions in Psychological Science*, *16*, 202-206.
Priolo, D., Milhabet, I., Codou, O., Fointiat, V., Lebarbenchon, E., & Gabarrot, F. (2016). Encouraging ecological behaviour through induced hypocrisy and inconsistency. *Journal of Environmental Psychology*, *47*, 166-180.
Priolo, D., Pelt, A., Bauzel, R. S., Rubens, L., Voisin, D., & Fointiat, V. (2019). Three decades of research on induced hypocrisy: a meta-analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, doi.org/10.1177/0146167219841621
Prior, H., Schwarz, A., & Güntürkün, O. (2008). Mirror-induced behavior in the magpie (Pica pica): evidence of self-recognition. *PLoS biology*, *6*(8), e202.
Pronin, E., Lin, D. Y., & Ross, L. (2002). The bias blind spot: Perceptions of bias in self versus others. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *28*(3), 369-381.
Provost, V., Yzerbyt, V., Corneille, O., Desert, M., & Francard, M. (2003). Stigmatisation sociale et comportements linguistiques: le lexique menacé. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, *16*,

177-200.
Prum, R. O. (2017). *The Evolution of Beauty: How Darwin's Forgotten Theory of Mate Choice Shapes the Animal World - and Us* (1st Edition edition). New York: Doubleday.
Quattrone, G. A. (1982). Overattribution and unit formation: When behavior engulfs the person. *Journal of Personality and Social Psychology, 42*, 593-607.
Quiamzade, A., Mugny, G., & Butera, F. (2013). *Psychologie de la connaissance.* Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
Rabbie, J. M. (1963). Differential preference for companionship under threat. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, *67*(6), 643-648.
Rateau, P., & Lo Monaco, G. (2013). L'étude du sens commun. In L. Bègue & O. Desrichard (Eds.), *Traité de psychologie sociale* (pp. 413-422). Bruxelles: De Boeck.
Reber, R., Schwarz, N., & Winkielman, P. (2004). Processing fluency and aesthetic pleasure: Is beauty in the perceiver's processing experience? *Personality and Social Psychology Review*, *8*(4), 364-382.
Redelmeier, D. A., & Kahneman, D. (1996). Patients' memories of painful medical treatments: Real-time and retrospective evaluations of two minimally invasive procedures. *Pain*, *66*(1), 3-8.
Redelmeier, D. A., Katz, J., & Kahneman, D. (2003). Memories of colonoscopy: a randomized trial. *Pain*, *104*(1), 187-194.
Reeder, G. D., & Brewer, M. B. (1979). A schematic model of dispositional attribution in interpersonal perception. *Psychological Review, 86(1)*, 61-79.
Reicher, S. D., & Haslam, S. A. (2011). After shock? Towards a social identity explanation of the Milgram 'obedience'studies. *British Journal of Social Psychology*, *50*(1), 163-169.
Reicher, S. D., Haslam, S. A., & Platow, M. J. (2007). The new psychology of leadership. *Scientific American Mind*, *18*(4), 22–29.
Reicher, S. D., Haslam, S. A., & Smith, J. R. (2012). Working toward the experimenter: Reconceptualizing obedience within the Milgram paradigm as identification-based followership. *Perspectives on Psychological Science*, *7*(4), 315-324
Reicher, S. D., Spears, R., & Postmes, T. (1995). A Social Identity model of deindividuation phenomena. *European Review of Social Psychology*, *6*(1), 161–198.
Reisenzein, R. (1983). The Schachter theory of emotion: two decades later. *Psychological Bulletin*, *94*(2), 239.
Ric, F. & Muller, D. (2017) *La cognition sociale*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
Richeson, J. A., & Shelton, J. N. (2007). Negotiating interracial interactions: Costs, consequences, and possibilities. *Current Directions in Psychological Science*, *16*, 316-320.
Rimé, B. (2009) *Le partage social des émotions*. Paris: Presses Universitaires de France.
Rimé, B., Finkenauer, C., Luminet, O., Zech, E., & Philippot, P. (1998). Social sharing of emotion: New evidence and new questions. *European Review of Social Psychology*, *9*(1), 145-189.
Rimé, B., Kanyangara, P. Paez, D., & Yzerbyt, V. (2012). Social rituals and collective expression of emotion after a collective trauma: Participation in Gacaca and assimilation of the Rwandan Genocide. In K. J. Jonas & T. Morton (Eds.), *Restoring civil societies: The psychology of intervention and engagement following crisis* (pp. 177-191).
Rimé, B., Paez, D., Kanyangara, P., & Yzerbyt, V. (2009). The Social Sharing of Emotions in Interpersonal and in Collective Situations: Common Psychosocial Consequences. In I. Nyklíček, A. Vingerhoets, & M. Zeelenberg (Eds.). *Emotion Regulation and Well-Being* (pp. 147-164). New-York : Springer.

Riva, P., Williams, K. D., Torstrick, A. M., & Montali, L. (2014). Orders to shoot (a camera): Effects of ostracism on obedience. *The Journal of Social Psychology, 154*(3), 208–216.
Robins, R. W., & Beer, J. S. (2001). Positive illusions about the self: Short-term benefits and long-term costs. *Journal of Personality and Social Psychology*, *80*(2), 340.
Roccas, S., & Brewer, M. B. (2002). Social identity complexity. *Personality and Social Psychology Review*, *6*(2), 88-106.
Rochat, F., & Modigliani, A. (1995). The ordinary quality of resistance: From Milgram's laboratory to the village of Le Chambon. *Journal of Social Issues*, *51*(3), 195-210.
Roese, N. J., & Jamieson, D. W. (1993). Twenty years of bogus pipeline research: A critical review and meta-analysis. *Psychological Bulletin*, *114*, 353-375.
Rohmer, O., & Louvet, E. (2012). Implicit measures of the stereotype content associated with disability. *British Journal of Social Psychology*, *51*, 732-740.
Rohmer, O., & Louvet, E. (2018). Implicit stereotyping against people with disability. *Group Processes & Intergroup Relations*, *21*(1), 127-140.
Rosenberg, M. J. (1960). Cognitive reorganization in response to the hypnotic reversal of attitudinal affect. *Journal of Personality*, *28*, 39-63.
Rosenberg, M. J., & Hovland, M. J. (1960). Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes. In C. I. Hovland, & M. J. Rosenberg (Eds.), *Attitude organization and change* (pp. 1-14). New Haven, CT: Yale University Press.
Rosenberg, S., Nelson, C., & Vivekananthan, P. S. (1968). A multidimensional approach to the structure of personality impressions. *Journal of Personality and Social Psychology, 9*(4), 283-294.
Rosenthal, R. A. & Jacobson, L. (1971). *Pygmalion à l'école : L'attente du maître et le développement intellectuel des élèves*. Tournai, Belgique : Casterman.
Ross, L., Amabile, T. M., & Steinmetz, J. L. (1977). Social roles, social control, and biases in social-perception processes. *Journal of Personality and Social Psychology*, *35*, 485-494.
Rothbart, M., Fulero, S., Jensen, C., Howard, J, & Birrel, P. (1978). From individual to group impressions: Availability heuristics in stereotype formation. *Journal of Experimental Social Psychology, 14*, 237-255.
Rothbart, M. & Taylor, M. (1992). Category labels and social reality: Do we view social categories as natural kinds? In G. R. Semin & K. Fiedler (Eds.), *Language, interaction and social cognition* (pp. 11-36). London, UK: Sage.
Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs, 80*, (Whole No 609).
Rozin, P., Markwith, M., & Ross, B. (1990). The sympathetic magical law of similarity, nominal realism and neglect of negatives in response to negative labels. *Psychological Science*, *1*(6), 383–384.
Rudman, L. A., & Glick, P. (2012). *The social psychology of gender: How power and intimacy shape gender relations*. Guilford Press.
Runciman, W. G. (1966). *Relative deprivation and social justice*. Berkeley, CA: University of California Press.
Rusbult, C. E. (1980). Commitment and satisfaction in romantic associations: A test of the investment model. *Journal of Experimental Social Psychology*, *16*(2), 172186.
Rusbult, C. E., & Martz, J. M. (1995). Remaining in an abusive relationship: An investment model analysis of nonvoluntary dependence. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *21*(6), 558–571.
Sahariah, S. (2017). Poverty and Hope in India's City of Widows. *News Deeply*. Retrieved from https://www.newsdeeply.com/womenandgirls/articles/2017/02/10/poverty-hope-indias-city-widows

Sahdra, B., & Ross, M. (2007). Group identification and historical memory. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *33*(3), 384–395.
Salancik, G. R., & Conway, M. (1975). Attitude inference from salient and relevant cognitive content about behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, *32*, 829-840.
Sanday, P. R. (1997). *A woman scorned: Acquaintance rape on trial*. Univ of California Press.
Sansone, C., & Harackiewicz, J. M. (Eds.). (2000). *Intrinsic and extrinsic motivation: The search for optimal motivation and performance*. Elsevier.
Schachter, S. (1959). *The psychology of affiliation*. Palo Alto, CA: Stanford University Press.
Schachter, S. (1964). The interaction of cognitive and physiological determinants of emotional state. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 1). New York: Academic Press.
Schachter, S., & Singer, J. (1962). Cognitive, social, and physiological determinants of emotional state. *Psychological Review*, *69*, 379-399.
Schaller, M. (1997). The psychological consequences of fame: Three tests of the self-consciousness hypothesis. *Journal of Personality*, *65*(2), 291-309.
Schaller, M., & Crandall, C. S. (Eds.). (2003). *The psychological foundations of culture*. New York: Psychology Press.
Schaller, M., Park, J. H., & Mueller, A. (2003). Fear of the dark: Interactive effects of beliefs about danger and ambient darkness on ethnic stereotypes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *29*(5), 637-649.
Scher, S. J., & Cooper, J. (1989). Motivational basis of dissonance: The singular role of behavioral consequences. *Journal of Personality and Social Psycholgy*, *56*, 899-906.
Schlenker, B. R. (1982). Translating actions into attitudes: An identity-analytic approach to the explanation of social conduct. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*. (Vol. 15, pp. 151-181). New York: Academic Press.
Schmader, T., & Johns M. (2003). Converging evidence that stereotype threat reduces working memory capacity. *Journal of Personality and Social Psychology*, *85*, 440-452.
Schmidtke, A., & Häfner, H. (1988). The Werther effect after television films: new evidence for an old hypothesis. *Psychological Medicine*, *18*(3), 665-676.
Schmitt, M. T., & Branscombe, N. R. (2002). The internal and external causal loci of attributions to prejudice. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *28*, 484-492.
Schmitt, M. T., Branscombe, N. R., Kappen, D. M. (2003). Attitudes toward group-based inequality: Social dominance or social identity? *British Journal of Social Psychology, 42*, 161-186.
Schor, R. (1996). *Histoire de l'immigration en France de la fin du XIXe siècle à nos jours* (Vol. 1, No. 6). Paris: Armand Colin.
Schumann, S., & Klein, O. (2015). Substitute or stepping stone? Assessing the impact of low-threshold online collective actions on offline participation. *European Journal of Social Psychology*, *45*(3), 308-322.
Schwarz, N. (1999). Self-reports: how the questions shape the answers. *American Psychologist*, *54*(2), 93-105.
Schwarz, N., Bless, H., & Bohner, G. (1991). Mood and persuasion: Affective states influence the processing of persuasive communications. In *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 24, pp. 161-199). Academic Press.
Schwarz, N., & Clore, G. L. (1983). Mood, misattribution, and judgments of well-being: Informative and directive functions of affective states. *Journal of Personality and Social Psychology*, *45*, 513-523.

Schwarz, N., & Kurz, E. (1989). What's in a picture? The impact of face-ism on trait attribution. *European Journal of Social Psychology*, *19*(4), 311-316.
Schwarz, N., Strack, F., Müller, G., & Chassein, B. (1988). The range of response alternatives may determine the meaning of the question: Further evidence on informative functions of response alternatives. *Social Cognition*, *6*(2), 107-117.
Sczesny, S., & Kaufmann, M. C. (2018). Self-presentation in online professional networks: Men's higher and women's lower facial prominence in self-created profile images. *Frontiers in Psychology*, *8*, 2295.
Sears, D. O., & Henry, P. J. (2003). The origins of symbolic racism. *Journal of Personality and Social Psychology, 85*, 259-275.
Sears, D. O., & Henry, P. J. (2005). Over thirty years later: A contemporary look at symbolic racism. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (vol. 37, pp. 95-150). San Diego, CA: Academic Press.
Sears, D. O., & McConahay, J. B. (1973). *The politics of violence*. Boston: Houghton Mifflin.
Sedikides, C., Gaertner, L., & Toguchi, Y. (2003). Pancultural self-enhancement. *Journal of Personality and Social Psychology*, *84*(1), 60–79.
Semin, G. R., & Fiedler, K. (1991). The linguistic category model, its bases, applications and range. *European Review of Social Psychology, 2*, 1-30.
Semin, G. R., & Manstead, A. S. (1982). The social implications of embarrassment displays and restitution behaviour. *European Journal of Social Psychology*, *12*(4), 367-377.
Sendén, M. G., Lindholm, T., & Sikström, S. (2014). Biases in news media as reflected by personal pronouns in evaluative contexts. *Social Psychology, 45*, 103-111.
Sepulchre, S. (2014). Policier/scientifique, féminin/masculin dans les séries télévisées. Dépolarisation des caractérisations et réflexion sur les outils d'analyse. In Damian-Gaillard, B., Montanola, S., & Olivesi, A.(Eds), L'assignation de genre dans les médias. Attentes, perturbations, reconfigurations (pp. 93-107), Presses universitaires de Rennes, Rennes.
Sheeran, P. (2002). Intention—behavior relations: a conceptual and empirical review. *European Review of Social Psychology*, *12*(1), 1-36.
Sherif, M. (1936). *The psychology of social norms*. New York: Harper & Row.
Sherif, M. (1966). *In common predicament: Social psychology of intergroup conflict and cooperation*. Boston: Houghton-Mifflin.
Sherif, M. Harvey, O. J. White, B. J., Hood, W. R. & Sherif C. W (1961). *Intergroup Conflict and Cooperation: The Robbers Cave Experiment.* Norman, OK: University of Oklahoma.
Sherman, J. W., Stroessner, S. J., Conrey, F. R., & Azam, O. A. (2005). Prejudice and stereotype maintenance processes: Attention, Attribution, and Individuation. *Journal of Personality and Social Psychology, 89*, 607-622.
Shih, M., Pittinsky, T. L., & Ambady, N. (1999). Stereotype susceptibility: Identity salience and shifts in quantitative performance. *Psychological Science*, *10*, 80-83.
Shih, M., Pittinsky, T. L., & Trahan, A. (2006). Domain-specific effects of stereotypes on performance. *Self and Identity*, *5*(1), 1-14.
Sidanius, J., & Pratto, F. (1999). *Social dominance: An intergroup theory of social hierarchy and oppression*. New York: Cambridge University Press.
Sigall, H. H., & Page, R. (1971). Current stereotypes: A little fading, a little faking. *Journal of Personality and Social Psychology*, *18*, 247-255.
Simon, B., & Klandermans, B. (2001). Politicized collective identity: A social psychological analysis. *American Psychologist*, *56*, 319-331.

Simon, D., Krawczyk, D. C., & Holyoak, K. J. (2004). Construction of preferences by constraint satisfaction. *Psychological Science*, *15*(5), 331-336.
Sindic, D., Morais, R., Costa-Lopes, R., Klein, O., & Barreto, M. (2018). Schrodinger's immigrant: The political and strategic use of (contradictory) stereotypical traits about immigrants. *Journal of Experimental Social Psychology*, *79*, 227-238.
Singh, D., & Singh, D. (2011). Shape and significance of feminine beauty: An evolutionary perspective. *Sex Roles*, *64*(910), 723–731.
Skinner, B. F. (1953). *Science and human behavior*. New York: Macmillan.
Skitka, L. J., Mullen, E., Griffin, T., Hutchinson, S., & Chamberlin, B. (2002). Dispositions, scripts, or motivated correction?: Understanding ideological differences in explanations for social problems. *Journal of Personality and Social Psychology*, *83*(2), 470.
Skowronski, J. J., & Carlston, D. E. (1989). Negativity and extremity biases in impression formation: A review of explanations. *Psychological bulletin*, 105(1), 131-142.
Smeding, A., Quinton, J. C., Lauer, K., Barca, L., & Pezzulo, G. (2016). Tracking and simulating dynamics of implicit stereotypes: A situated social cognition perspective. *Journal of Personality and Social Psychology, 111*(6), 817-834.
Smeesters, D., Warlop, L., Van Avermaet, E., Corneille, O. & Yzerbyt, V. Y. (2003). Do not prime hawks with doves: The interplay of construct activation and consistency of social value orientation on cooperative behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, *84*, 972-987.
Smith, C. A., & Ellsworth, P. C. (1985). Patterns of cognitive appraisal in emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, *48*, 813-838.
Smith, E. E. (1961). The power of dissonance techniques to change attitudes. *Public Opinion Quarterly*, *25*(4), 626-639.
Smith, E. R. (1993). Social identity and social emotions: Toward new conceptualizations of prejudice. In D. M. Mackie & D. L. Hamiton (Eds.), *Affect, cognition, and stereotyping: Interactive processes in group perception* (pp. 297-315). San Diego, CA: Academic Press.
Smith, E. R. (1999). Affective and cognitive implications of a group becoming part of the self: New models of prejudice and of the self-concept. In D. Abrams & M. A. Hogg (Eds.), *Social identity and social cognition* (pp. 183-196). Oxford, England: Basil Blackwell.
Smith, E. R., & Zaràte, M. A. (1990). Exemplar and prototype use in social categorization. *Social Cognition*, *8*, 243-262.
Smith, M. B., Bruner, J. S., & White, R. W. (1956). *Opinions and personality*. New York: Wiley and Sons.
Smith, S. M., & Shaffer, D. R. (1995). Speed of speech and persuasion: Evidence for multiple effects. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *21*(10), 1051-1060.
Snyder, M. (1974). Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology, 30*, 526-537.
Snyder, M. (1983). The influence of individuals on situations: Implications for understanding the links between personality and social behavior. *Journal of Personality, 51(3), 497-516*
Snyder, M. (1992). Motivational foundations of behavioral confirmation. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, (Vol. 25, pp. 67–114). San Diego, CA: Academic Press.
Snyder, M., & De Bono, K. G. (1985). Appeals to image and claims about quality: Understanding the psychology of advertising. *Journal of Personality and Social Psychology*, *49*, 586-597.
Snyder, M. L., Kleck, R. E., Strenta, A., & Mentzer, S. J. (1979). Avoidance of the handicapped: An attributional ambiguity analysis. *Journal of Personality and Social Psychology, 37*, 2297-2306.

Snyder, M., & Ickes, W. J. (1985). Personality and social behavior. In G. Lindzey & E. Aronson (Ed.), *Handbook of social psychology* (pp. 883-947). New York: Random House.

Snyder, M., & Swann, W. B. (1976). When actions reflect attitudes: The politics of impression management. *Canadian Journal of Behavioural Science, 34*, 1034-1042.

Snyder, M., & Swann, W. B. (1978). Behavioral confirmation in social interaction: From social perception to social reality. *Journal of Experimental Social Psychology, 14, 148-162.*

Snyder, M., Tanke, E. D., & Berscheid, E. (1977). Social perception and interpersonal behavior: On the self-fulfilling nature of social stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology, 35*, 656-666.

Snyder, T. (2015). *Black Earth: The Holocaust as History and Warning.* Tim Duggan Books.

Song, H., & Schwarz, N. (2009). If it's difficult to pronounce, it must be risky: Fluency, familiarity, and risk perception. *Psychological Science, 20*(2), 135-138.

Spencer, S. J., Steele, C. M., & Quinn, D. (1999). Under suspicion of inability: Stereotype threat and women's math performance. *Journal of Experimental Social Psychology, 35*, 4-28.

Sprecher, S., Treger, S., Wondra, J. D., Hilaire, N., & Wallpe, K. (2013). Taking turns: Reciprocal self-disclosure promotes liking in initial interactions. *Journal of Experimental Social Psychology*, *49*(5), 860–866.

Staats, C. K., & Staats, A. W. (1958). Attitudes established by classical conditioning. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, *57*, 37-40.

Stangor, C., Sechrist, G. B., & Jost, J. T (2001). Changing racial beliefs by providing consensus information. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *27*, 486-496.

Stanovich, K E., West, R F. (2000). "Individual difference in reasoning: implications for the rationality debate?". *Behavioural and Brain Sciences, 23*, 645–726.

Stasser, G., Stewart, D. D., & Wittenbaum, G. M. (1995). Expert Roles and Information Exchange during Discussion: The Importance of Knowing Who Knows What. *Journal of Experimental Social Psychology*, *31*(3), 244–265.

Stasser, G., & Titus, W. (1985). Pooling of unshared information in group decision making: Biased information sampling during discussion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48(6), 1467–1478.

Steele, C. M. (1988). The psychology of self-affirmation: Sustaining the integrity of the self. *Advances in Experimental Social Psychology*, *21*, 261-302. San Diego, CA: Academic Press.

Steele, C. M., & Aronson, J. (1995). Stereotype threat and the intellectual test performance of African Americans. *Journal of Personality and Social Psychology, 69*, 797-811.

Steele, C. M., & Liu, T. J. (1983). Dissonance processes as self-affirmation. *Journal of Personality and Social Psychology*, *45*, 5-19.

Steele, C. M., & Southwick, L. (1985). Alcohol and social behavior: I. The psychology of drunken excess. *Journal of Personality and Social Psychology*, *48*(1), 18-34.

Steele, C. M., Southwick, L. L., & Critchlow, B. (1981). Dissonance and alcohol: Drinking your troubles away. *Journal of Personality and Social Psychology*, *41*(5), 831-846.

Steinberg, S. (1974). *The American melting pot*. New York: McGraw Hill.

Steiner, P. (2016). *Donner... Une histoire de l'altruisme: La grande performation*. Presses Universitaires de France.

Stephan, W. G., Boniecki, K. A., Ybarra, O., Bettencourt, A., Ervin, K. S., Jackson, L. A., ... & Renfro, C. L. (2002). The role of threats in the racial attitudes of Blacks and Whites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *28*(9), 1242-1254.

Stephan, W. G., & Renfro, C. L. (2002). The role of threat in intergroup relations. *From prejudice to intergroup emotions: Differentiated reactions to social groups*, 191-207.
Stephan, W. G., & Stephan, C. W. (1985). Intergroup anxiety. *Journal of Social Issues*, *41*, 157-175.
Stephan, W. G., & Stephan, C. W. (2000). An integrated threat theory of prejudice. In S. Oskamp (Ed.), *Reducing prejudice and discrimination: The Claremont Symposium on Applied Psychology* (pp. 23-45). Mahwah, NJ: Erlbaum.
Stephan, W. G., & Stephan, C. W. (2017). Intergroup threat theory. *The International Encyclopedia of Intercultural Communication*, 1-12.
Stephan W. G., Ybarra, O., & Morrison, K. R. (2015). Intergroup Threat Theory. *Handbook of Prejudice. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates*.
Stephens, N. M., Markus, H. R., & Townsend, S. S. (2007). Choice as an act of meaning: The case of social class. *Journal of Personality and Social Psychology*, *93*(5), 814–830.
Stewart, D. D., & Stasser, G. (1995). Expert role assignment and information sampling during collective recall and decision-making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(4), 619–628.
Stone, J., & Cooper, J. (2001). A self-standards model of cognitive dissonance. *Journal of Experimental Social Psychology*, *37*(3), 228-243.
Stoner, J. A. F. (1968). Risky and cautious shifts in group decisions: The influence of widely held values. *Journal of Experimental Social Psychology*, *4*(4), 442–459.
Stoner, J.A.F. (1961). *A comparison of individual and group decisions involving risk.* Massachusetts Institute of Technology.
Storms, M. D. (1973). Videotape and the attribution process: Reversing actors' and observers' points of view. *Journal of Personality and Social Psychology*, *27*, 165-175.
Storms, M. D., & Nisbett, R. E. (1970). Insomnia and the attribution process. *Journal of Personality and Social Psychology*, *16*(2), 319.
Stott, C., Hutchison, P., & Drury, J. (2001). 'Hooligans' abroad? Inter-group dynamics, social identity and participation in collective 'disorder'at the 1998 World Cup Finals. *British Journal of Social Psychology, 40(3),* 359-384.
Subiaul, F. (2016). What's special about human imitation? A comparison with enculturated apes. *Behavioral Sciences*, *6*(3), 13.
Sutton, R. M., & Douglas, K. M. (2013). *Social.* New York: Palgrave McMillan.
Swami, V., & Smith, J. M. (2012). How not to feel good naked? The effects of television programs that use "real women" on female viewers' body image and mood. *Journal of Social and Clinical Psychology*, *31*(2), 151-168.
Swann, W. B., De La Ronde, C., & Hixon, J. G. (1994). Authenticity and positivity strivings in marriage and courtship. *Journal of Personality and Social Psychology*, *66*(5), 857.
Swann, W. B., Gómez, Á., Seyle, D. C., Morales, J., & Huici, C. (2009). Identity fusion: The interplay of personal and social identities in extreme group behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, *96*(5), 995-1011.
Sweldens, S., Corneille, O., & Yzerbyt, V. (2014). The role of awareness in attitude formation through evaluative conditioning. *Personality and Social Psychology Review*, *18*(2), 187-209.
Świątkowski, W., & Dompnier, B. (2017). Replicability crisis in social psychology: Looking at the past to find new pathways for the future. *International Review of Social Psychology*, *30*(1), 111-124.
Swim, J. K. (1994). Perceived versus meta-analytic effect sizes: An assessment of the accuracy of gender stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, *66*(1), 21-36.

Taft, R. (1959). Ethnic stereotypes, attitudes, and familiarity: Australia. *Journal of Social Psychology, 49*, 177-186.
Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
Tajfel, H., Billig, M. G., Bundy, R. P., & Flament, C. (1971). Social categorization and intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, *1*, 149178.
Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup relations. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds), *The psychology of intergroup relations*, Monterey, CA: Brooks-Cole.
Tajfel, H., & Wilkes, A. L. (1963). Classification and quantitative judgement. *British Journal of Psychology, 54*, 101-114.
Talhelm, T., Zhang, X., Oishi, S., Shimin, C., Duan, D., Lan, X., & Kitayama, S. (2014). Large-scale psychological differences within China explained by rice versus wheat agriculture. *Science*, *344*(6184), 603–608.
Taylor, S. E., Fiske, S. T., Etcoff, N. L., & Ruderman, A. J. (1978). Categorical bases of person memory and stereotyping. *Journal of Personality and Social Psychology*, *36*, 778-793.
Tellegen, A., Lykken, D. T., Bouchard, T. J., Wilcox, K. J., Segal, N. L., & Rich, S. (1988). Personality similarity in twins reared apart and together. *Journal of Personality and Social Psychology*, *54*(6), 1031-1039.
Tetlock, P. E. (1985). Accountability: A social check on the fundamental attribution error. *Social Psychology Quarterly*, *48*, 227-236.
Thibaut, J. W., & Walker, L. (1975). *Procedural justice: A psychological analysis*. L. Erlbaum Associates.
Tiedens, L. Z., & Linton, S. (2001). Judgment under emotional certainty and uncertainty: the effects of specific emotions on information processing. *Journal of Personality and Social Psychology*, *81*(6), 973-988.
Todorov, A., Pakrashi, M., & Oosterhof, N. N. (2009). Evaluating faces on trustworthiness after minimal time exposure. *Social Cognition*, *27*(6), 813-833.
Toma, C., Corneille, O., &. Yzerbyt, V. (2012). Holding a mirror up to the self: Egocentric similarity beliefs underlie social projection in cooperation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *38*, 1259-1271.
Toma, C., Yzerbyt, V., & Corneille, O. (2010). Anticipated cooperation vs. competition moderates interpersonal projection. *Journal of Experimental Social Psychology, 46*, 375-381.
Tourangeau, R., Smith, T. W., & Rasinski, K. A. (1997). Motivation to Report Sensitive Behaviors on Surveys: Evidence From a Bogus Pipeline Experiment 1. *Journal of Applied Social Psychology*, *27*(3), 209-222.
Tracy, J. L., & Matsumoto, D. (2008). The spontaneous expression of pride and shame: Evidence for biologically innate nonverbal displays. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 11655–11660
Trafimow, D. (2000). Habit as both a direct cause of intention to use a condom and as a moderator of the attitude-intention and subjective norm-intention relations. *Psychology and Health, 15*(3), 383-393.
Triandis, H. C. (2018). *Individualism and collectivism*. Routledge.
Triandis, H. C., & Gelfand, M. J. (1998). Converging measurement of horizontal and vertical individualism and collectivism. *Journal of Personality and Social Psychology*, *74*(1), 118-128.
Triplett, N. (1898). The dynamogenic factors in pacemaking and competition. *The American journal of psychology*, *9*(4), 507-533.

Triplett, N. D. (1898). The dynamogenic factor in pacemaking and competition. *American Journal of Psychology, 9*, 507-533.
Trivers, R. L. (1972) Parental investment and sexual selection. In *Sexual Selection and the Descent of Man* (ed. B. Campbell: 136-179). Chicago: Aldine.
Trope, Y. (1986). Identification and inferential processes in dispositional attribution. *Psychological Review, 93*, 239-257.
Trope, Y., & Liberman, N. (2010). Construal-level theory of psychological distance. *Psychological Review*, *117*(2), 440.
Truchot, D., Auzoult, L., Andela, M., & Ansel, D. (2013). Travail. In *Traité de psychologie sociale: la science des interactions humaines* (pp. 505–542). Louvain-La-Neuve, Belgique: De Boeck.
Turner, J. C. (1991). *Social influence*. Milton Keynes: Open University Press.
Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Oxford: Basil Blackwell.
Turner, J. C., Wetherell, M. S., & Hogg, M. A. (1989). Referent informational influence and group polarization. *British Journal of Social Psychology*, *28*(2), 135–147.
Turner, R. N., Hewstone, M., Voci, A., Paolini, S., & Christ, O. (2007). Reducing prejudice via direct and extended cross-group friendship. *European Review of Social Psychology*, *18*(1), 212-255.
Twenge, J., & Crocker, J. (2002). Race and Self-Esteem: Meta-Analyses Comparing Whites, Blacks, Hispanics, Asians, and American Indians and Comment on Gray-Little and Hafdahl (2000). *Psychological Bulletin*, *128*(3), 371-408.
Tyler, T. R., & Blader, S. L. (2003). The group engagement model: Procedural justice, social identity, and cooperative behavior. *Personality and Social Psychology Review, 7(4)*, 349–361.
Unkelbach, C., Fiedler, K., Bayer, M., Stegmueller, M., & Danner, D. (2008). Why positive information is processed faster: The density hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology, 95*, 36–39.
Valentine, T., Darling, S., & Donnelly, M. (2004). Why are average faces attractive? The effect of view and averageness on the attractiveness of female faces. *Psychonomic Bulletin & Review*, *11*(3), 482–487.
Valins, S. (1966). Cognitive effects of false heart-rate feedback. *Journal of Personality and Social Psychology*, *4*(4), 400-408.
Vallone, R. P., Ross, L., & Lepper, M. R. (1985). The hostile media phenomenon: Biased perception and perception of media bias in coverage of the “Beirut Massacre”. *Journal of Personality and Social Psychology*, *49*, 577-585.
van Baaren, R. B., Horgan, T. G., Chartrand, T. L., & Dijkmans, M. (2004). The forest, the trees, and the chameleon: Context dependence and mimicry. *Journal of Personality and Social Psychology*, *86*(3), 453-459.
van der Linden, S., Leiserowitz, A., Rosenthal, S, & Maibach, E. (2017). Inoculating the public against misinformation about climate change. *Global Challenges, 1. 1600008.*
van Kleef, G. A., De Dreu, C. K., & Manstead, A. S. (2010). An interpersonal approach to emotion in social decision making: The emotions as social information model. In *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 42, pp. 45-96). Academic Press.
van Lange, P. A. M., & Liebrand, W. B. G. (1991). Social value orientation and intelligence: A test of the goal-prescribes-rationality principle. *European Journal of Social Psychology*, *21*, 273-292.
van Lange, P. A., De Cremer, D., van Dijk, E., & van Vugt, M. (2007). Self-interest and beyond. *Social psychology: Handbook of basic principles*, 540-561.

Van Overwalle, F., & Van Rooy, D. (2001). How one cause discounts or augments another: A connectionist account of causal competition. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *27*, 1613-1626.
van Prooijen, J.W (2018). *The psychology of conspiracy*. Oxon: Routledge.
van Prooijen, J.-W., Douglas, K. M., & De Inocencio, C. (2018). Connecting the dots: Illusory pattern perception predicts belief in conspiracies and the supernatural. *European Journal of Social Psychology*, *48*(3), 320–335.
van Veen, V., Krug, M. K., Schooler, J. W., & Carter, C. S. (2009). Neural activity predicts attitude change in cognitive dissonance. *Nature Neuroscience*, *12*(11), 1469.
van Zomeren, M. (2013). Four core social-psychological motivations to undertake collective action. *Social and Personality Psychology Compass, 7(6),* 378-388.
van Zomeren, M., Leach, C. W., & Spears, R. (2012). Protesters as "passionate economists" a dynamic dual pathway model of approach coping with collective disadvantage. *Personality and Social Psychology Review*, *16*(2), 180-199.
Vandello, J. A., Cohen, D., Grandon, R., & Franiuk, R. (2009). Stand by your man: Indirect prescriptions for honorable violence and feminine loyalty in Canada, Chile, and the United States. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, *40*(1), 81-104.
Vercors, (1942). *Le silence de la mer*. Paris: Editions de Minuit.
Verplanken, B. (2018). *Psychology of Habit*. Cham, Switzerland: Springer.
Verrier, D. (2012). Evidence for the influence of the mere-exposure effect on voting in the Eurovision Song Contest. *Judgement and Decision Making*, *7*(5), 639-643.
Vescio, T. K., Sechrist, G. B., & Paolucci, M. P. (2003). Perspective taking and prejudice reduction: The mediational role of empathy arousal and situational attributions. *European Journal of Social Psychology*, *33*(4), 455-472.
Vigarello, G. (2014). *Histoire de la beauté. Le corps et l'art d'embelli*. Paris: Points.
Viki, G. T., Winchester, L., Titshall, L., Chisango, T., Pina, A., & Russell, R. (2006). Beyond secondary emotions: The infrahumanization of outgroups using human–related and animal–related words. *Social Cognition*, *24*(6), 753-775.
Vinkenburg, C. J., Van Engen, M. L., Eagly, A. H., & Johannesen-Schmidt, M. C. (2011). An exploration of stereotypical beliefs about leadership styles: Is transformational leadership a route to women's promotion? *The Leadership Quarterly*, *22*(1), 10–21.
Vohs, K. D., & Schmeichel, B. J. (2003). Self-regulation and extended now: Controlling the self alters the subjective experience of time. *Journal of Personality and Social Psychology*, *85*(2), 217-230.
Vollhardt, J. R., & Bilali, R. (2015). The Role of Inclusive and Exclusive Victim Consciousness in Predicting Intergroup Attitudes: Findings from Rwanda, Burundi, and DRC. *Political Psychology*, *36*(5), 489–506.
Vorauer, J. D. (2006). An information search model of evaluative concerns in intergroup interaction. *Psychological Review*, *113*(4), 862-886.
Vorauer, J. D., & Kumhyr, S. M. (2001). Is this about you or me? Self-versus other-directed judgments and feelings in response to intergroup interaction. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *27*(6), 706-719.
Wagner, W., Elejabarrieta, F., & Lahnsteiner, I. (1995). How the sperm dominates the ovum—Objectification by metaphor in the social representation of conception. *European Journal of Social Psychology*, *25*(6), 671-688.

Wann, D. L., Carlson, J. D., Holland, L. C., Jacob, B. E., Owens, D. A., & Wells, D. D. (1999). Beliefs in symbolic catharsis: The importance of involvement with aggressive sports. *Social Behavior and Personality*, *27*(2), 155-163.

Waroquier, L., & Klein, O. (2007). De la difficulté de se débarrasser de ses habitudes mentales: les mécanismes cognitifs impliqués dans la persistance des stéréotypes. In O. Klein & S. Pohl (Eds), *Psychologies des stéréotypes et préjugés*. Bruxelles : Labor.

Watts, T. W., Duncan, G. J., & Quan, H. (2018). Revisiting the marshmallow test: A conceptual replication investigating links between early delay of gratification and later outcomes. *Psychological Science*, *29*(7), 1159-1177.

Weber, R., & Crocker, J. (1983). Cognitive processing in the revision of stereotypic beliefs. *Journal of Personality and Social Psychology, 45*, 961-977.

Weiner, B. (1979). A theory of motivation for some classroom experiences. *Journal of Educational Psychology, 71*, 3-25.

Weiner, B. (1985). An attributional theory of achievement motivation, and emotion. *Psychological Review*, *92*, 548-573.

Weisbuch, M., & Mackie, D. (2009). False fame, perceptual clarity, or persuasion? Flexible fluency attribution in spokesperson familiarity effects. *Journal of Consumer Psychology*, *19*(1), 62-72.

Weiss, K., & Girandola, F. (2010). *Psychologie et développement durable*. Paris : In Press.

Whitley, B. & Kite, M. (2013). *Psychologie des préjugés et de la discrimination*. Louvain-la-Neuve : De Boeck Superieur.

Wicker, A. W. (1969). Attitudes versus actions: The relationship of verbal and overt behavioral responses to attitude objects. *Journal of Social Issues*, *25*, 41-47.

Wigboldus, D. H. J., Semin, G. R., & Spears, R. (2000). How do we communicate stereotypes? Linguistic biases and inferential consequences. *Journal of Personality and Social Psychology, 78*, 5-18.

Wilder, D. A. (1977). Perception of groups, size of opposition, and social influence. *Journal of Experimental Social Psychology*, *13*, 253-268.

Wilder, D. A. (1981). Perceiving persons as a group: Categorization and intergroup relations. In D. L. Hamilton (Ed.), *Cognitive processes in stereotyping and intergroup behavior* (pp. 213-258). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Wilder, D. A., Simon, A. F., & Faith, M. (1996). Enhancing the impact of counterstereotypic information: Dispositional attribution for deviance. *Journal of Personality and Social Psychology*, *71*, 276-287.

Wilkinson, R., & Pickett, K. (2009). *The spirit level: Why equality is better for everyone*. Penguin UK.

Willame, J. C. (1990). *Patrice Lumumba: la crise congolaise revisitée*. KARTHALA Editions.

Williams, J. E., & Best, D. L. (1990). *Measuring sex stereotypes: A multination study, Rev*. Sage Publications, Inc.

Williams, K. D., & Jarvis, B. (2006). Cyberball: A program for use in research on interpersonal ostracism and acceptance. *Behavior Research Methods, 38(1)*, 174–180.

Williams, M. J., & Eberhardt, J. L. (2008). Biological conceptions of race and the motivation to cross racial boundaries. *Journal of Personality and Social Psychology, 94*, 1033-1047.

Willis, J., & Todorov, A. (2006). First impressions: Making up your mind after a 100-ms exposure to a face. *Psychological Science*, *17*(7), 592-598.

Wilson, D. S., & Wilson, E. O. (2007). Rethinking the theoretical foundation of sociobiology. *The Quarterly Review of Biology*, *82*(4), 327-348.

Winkielman, P., Berridge, K. C., & Wilbarger, J. L. (2005). Unconscious affective reactions to masked happy versus angry faces influence consumption behavior and judgments of value. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *31*(1), 121-135.

Winter, L., & Uleman, J. S. (1984). When are social judgments made? Evidence for the spontaneousness of trait inferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, *47*(2), 237-252.

Wittenbaum, G. M., Hubbell, A. P., & Zuckerman, C. (1999). Mutual enhancement: Toward an understanding of the collective preference for shared information. *Journal of Personality and Social Psychology*, *77*(5), 967-978.

Wittenbrink, B., Judd, C. M., & Park, B. (2001). Evaluative versus conceptual judgments in automatic stereotyping and prejudice. *Journal of Experimental Social Psychology, 37*, 244-252.

Wohl, M. J., & Branscombe, N. R. (2008). Remembering historical victimization: Collective guilt for current ingroup transgressions. *Journal of Personality and Social Psychology*, *94*(6), 988.

Wood, M. J., Douglas, K. M., & Sutton, R. M. (2012). Dead and Alive. *Social Psychological and Personality Science, 3(6)*, 767–773.

Wood, W. (1982). Retrieval of attitude-relevant information from memory: Effects on qusceptibility to persuasion and on intrinsic motivation. *Journal of Personality and Social Psycholgy, 42*, 798-810.

Wood, W., & Eagly, A. H. (2002). A cross-cultural analysis of the behavior of women and men: implications for the origins of sex differences. *Psychological Bulletin*, *128*(5), 699-727.

Word, C. G., Zanna, M. P., & Cooper, J. (1974). The nonverbal mediation of self-fulfilling prophecies in interracial interaction. *Journal of Experimental Social Psychology*, *10*, 109-120.

Wright, Aron, McLaughlin-Volpe, & Ropp, 1997).

Wrightsman, L. S. Jr. (1960). Effects of waiting with others on changes in level of felt anxiety. *Journal of Abnormal Social Psychology*, *61*, 216-222.

Yeung, K. T., & Martin, J. L. (2003). The looking glass self: An empirical test and elaboration. *Social Forces, 81(3)*, 843-879.

Yzerbyt, V. Y. (2006). From subtle cues to profound influences: The impact of changing identities on emotions and behaviors. In P. A. M. van Lange (Ed.), *Bridging social psychology: Benefits of transdisciplinary approaches* (pp. 391-396). Mahwah: Erlbaum.

Yzerbyt, V. Y. (2016). Intergroup stereotyping. *Current Opinion in Psychology, 11*, 90-95.

Yzerbyt, V. Y. (2018). The dimensional compensation model: Reality and strategic constraints on warmth and competence in intergroup perceptions. In A. Abele & B. Wojciszke (Eds.), *Agency and Communion in Social Psychology (pp. 126-141).* London, UK: Routledge.

Yzerbyt, V. Y., & Aubé, B. (2018). Les émotions dans les relations intergroupes. In K. Faniko, D. Bourguignon, O. Sarrasin & S. Guimond (Eds), *La psychologie des préjugés et de la discrimination: Point de vue des discriminants et de leurs cibles.* Bruxelles: De Boeck.

Yzerbyt, V. Y., & Cambon, L. (2017). The dynamics of compensation: When ingroup favoritism paves the way for outgroup praise. *Personality and Social Psychology Bulletin, 43*, 587-600.

Yzerbyt, V. Y., & Corneille, O. (2005). Cognitive process: Reality constraints and integrity concerns in social perception. In J. F. Dovidio, P. Glick, & L. Rudman (Eds.), *On the nature of prejudice: Fifty years after Allport* (pp. 175-191). Oxford, UK: Blackwell.

Yzerbyt, V. Y., Corneille, O., & Estrada, C. (2001). The interplay of subjective essentialism and entitativity in the formation of stereotypes. *Personality and Social Psychology Review, 5*, 141-155.

Yzerbyt, V. Y., Coull, A., & Rocher, S. J. (1999). Fencing off the deviant: The role of cognitive resources in the maintenance of stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology, 77*, 449-462.

Yzerbyt, V. Y., & Demoulin, S. (2010). Intergroup relations. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (5th ed., pp. 1024-1083). Hoboken, NJ: Wiley.

Yzerbyt, V. Y., & Demoulin, S. (2019). *Les relations intergroupes*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

Yzerbyt, V. Y., Judd, C. M., & Corneille, O. (2004). *The psychology of group perception: Perceived variability, entitativity, and essentialism*. London: Psychology Press.

Yzerbyt, V. Y., Kervyn, N., & Judd, C. M. (2008). Compensation versus halo: The unique relations between the fundamental dimensions of social judgment. *Personality and Social Psychology Bulletin, 34*, 1110-1123.

Yzerbyt, V. Y., & Kuppens, T. (2009). Group-based emotions: The social heart in the individual head. In S. Otten, K. Sassenberg, & T. Kessler (Eds.), *Intergroup Relations: The role of motivation and emotion* (pp. 143-161). London: Psychology Press.

Yzerbyt, V. Y., Provost, V., & Corneille, O. (2005). Not so competent but warm… Really? Compensatory stereotypes in the French-speaking world. *Group Processes and Intergroup Relations, 8*, 291-308.

Yzerbyt, V. Y., Rocher, S. J., & & Schadron, G. (1997). Stereotypes as explanations: A subjective essentialistic view of group perception. In R. Spears, P. Oakes, N. Ellemers & A. Haslam (Eds.), *The psychology of stereotyping and group life* (pp. 20-50). Oxford: Basil Blackwell.

Yzerbyt, V. Y., Rogier, A., & Fiske, S. (1998). Group entitativity and social attribution: On translating situational constraints into stereotypes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *24*, 1090-1104.

Yzerbyt, V. Y., & Schadron, G. (1996). *Connaître et juger autrui: Une introduction à la cognition sociale*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

Zafon, C. R. (2006). *L'ombre du vent.* Paris : Poche.

Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology Monograph Supplement, 9*, 1-27.

Zajonc, R. B. (2001). Mere exposure: A gateway to the subliminal. *Current Directions in Psychological Science*, *10*(6), 224-228.

Zajonc, R. B., Adelmann, P. K., Murphy, S. T., & Niedenthal, P. M. (1987). Convergence in the physical appearance of spouses. *Motivation and Emotion*, *11*(4), 335–346.

Zajonc, R. B., Heingartner, A., & Herman, E. M. (1969). Social enhancement and impairment of performance in the cockroach. *Journal of Personality and Social Psychology*, *13*, 83-92.

Zanna, M. P., & Cooper, J. (1974). Dissonance and the pill: An attribution approach to studying the arousal properties of dissonance. *Journal of Personality and Social Psychology*, *29*, 703-709.

Zanna, M. P., & Rempel, J. K. (1988). Attitudes: A new look at an old concept. In D. Bar-Tal & A. W. Kruglanski (Eds.), *The social psychology of knowledge* (pp. 315-334). Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Zech, E., & Rimé, B. (2005). Is talking about an emotional experience helpful? Effects on emotional recovery and perceived benefits. *Clinical Psychology & Psychotherapy: An International Journal of Theory & Practice*, *12*(4), 270-287

Zerhouni, O., Rougier, M., & Muller, D. (2016). "Who (really) is Charlie?" French cities with lower implicit prejudice toward Arabs demonstrated larger participation rates in Charlie Hebdo rallies ["Qui est (vraiment) Charlie?" Les villes françaises à plus faible niveau de préjugés implicites envers les Maghrébins ont davantage participé aux rassemblements de Charlie Hebdo]. *International Review of Social Psychology*, *29*(1), 69-76.

Zhu, Y., Zhang, L., Fan, J., & Han, S. (2007). Neural basis of cultural influence on self-representation. *Neuroimage*, *34*(3), 1310–1316.

Zimbardo, P. G. (1969). The human choice: Individuation, reason, and order versus deindividuation, impulse, and chaos. In *Nebraska symposium on motivation*. Lincoln, NE: University of Nebraska press.
Zuckerman, M., & Kieffer, S. C. (1994). Race differences in face-ism: Does facial prominence imply dominance? *Journal of Personality and Social Psychology*, *66*(1), 86-92.

Index

A

Accentuation [1]
Acculturation (attitudes) [1], [2], [3]
Action
 – collective [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8]
 – idéomotrice [1]
Action raisonnée (théorie) [1], [2], [3], [4], [5]
Affiliation [1]
Affirmation de soi [1]
Affirmation de soi (théorie) [1]
Agression [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19]
 – hostile [1]
 – instrumentale [1]
 – sociale [1], [2]
Altruisme [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20]
Ambiguïté attributionnelle [1]
Amitié [1]
Amorçage
 – affectif [1], [2], [3]
 – conceptuel [1]
 – température [1]
Amour [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Analytique (jugement) [1]
Ancrage (représentations sociales) [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Anonymat [1]
Apprentissage social [1], [2], [3], [4]
Assimilation [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Attachement [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8]
Attirance [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18]
Attirance et relations à long terme [1]
Attitude-comportement (correspondance) [1], [2]
Attitudes [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20], [21], [22], [23], [24], [25], [26], [27], [28], [29], [30], [31], [32], [33], [34], [35], [36], [37], [38], [39], [40], [41], [42], [43], [44], [45], [46], [47], [48], [49], [50], [51], [52], [53], [54], [55], [56], [57], [58], [59], [60], [61], [62], [63], [64], [65], [66], [67], [68], [69], [70], [71], [72], [73],

[74], [75], [76], [77], [78], [79], [80], [81], [82], [83], [84], [85], [86], [87], [88], [89], [90], [91], [92], [93], [94], [95], [96], [97], [98], [99], [100]
– changements [1], [2]
– explicites [1], [2]
– fonctions [1]
– implicites [1]
– mesure [1]
– modèle tripartite des [1]
– source [1]
– sphère affective [1]
– sphère cognitive [1]
– sphère conative [1], [2]
Attribution
– causale [1], [2], [3], [4], [5]
– des performances [1], [2]
Attribution (théorie) [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18]
Auto-catégorisation (théorie) [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10]
Auto-handicap [1]
Auto-perception [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10]
Auto-perception (théorie) [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8]
Autoritarisme de droite [1]
Autorité [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12]
Auto-surveillance [1], [2]
Auto-vérification [1], [2]
Aveuglement au biais [1]

B

Baie des Cochons [1]
Basking in reflected glory [1]
Beauté [1], [2], [2]
Biais d’acquiescence [1]
Biais d’auto-complaisance [1]
Biais de confirmation [1], [2], [3], [2]
– confirmation comportementale [1], [2]
– prédiction créatrice [1], [2]
Biais de correspondance [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Biais de désirabilité sociale [1], [2], [3], [4], [5]
Biais de négativité [1], [2], [3]
Biais de rétrospection [1], [2]
Birging [1]
Bogus Pipeline [1], [2]
Bon Samaritain [1], [2]
Brebis galeuse [1]
But de mise en œuvre [1]
But d’implémentation [1]

C

Catégorisation
 – accentuation catégorielle [1]
 – accessibilité cognitive [1]
 – adéquation comparative [1]
 – adéquation normative [1]
Catégorisation sociale [1], [2]
 – paradigme du « qui-dit-quoi ? » [1]
Catharsis [1], [2], [3]
Causes dispositionnelles [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Causes situationnelles [1], [2], [3], [4], [5]
Changement d'attitude [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20], [21], [22]
 – acceptation [1], [2], [3], [4]
 – authenticité de la source [1], [2]
 – et capacités cognitives [1]
 – effet de la distraction [1], [2], [3], [4]
 – expertise de la source [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8]
 – longueur du message [1]
 – motivation à traiter un message [1]
 – réception [1], [2], [3], [4]
 – résistance [1], [2]
 – similarité avec la source [1]
Clairvoyance normative [1]
Classe « puzzle » [1]
Collectivisme [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Comparaison positive [1]
Comparaisons interculturelles [1]
Comparaison sociale [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12]
Compensation (modèle de) [1], [2], [3]
Compétition sociale [1]
Complotisme [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Complot (théorie) [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Comportement planifié (théorie) [1], [2], [3], [4]
Concept de soi [1], [2], [3], [4], [5]
Concurrence des victimes [1]
Conditionnement évaluatif [1], [2], [3], [4]
Confirmation comportementale [1]
Conflits réels [1], [2], [3], [4], [5]
Conflits réels (théorie) [1], [2], [3], [4]
Conformisme [1], [2], [3], [4]
Connaissance de soi [1], [2], [3]
Conscience de soi [1], [2]
Conscience victimaire [1], [2]
Construit psychologique [1], [2], [3]
Contact intergroupe [1], [2], [3]

Contagion sensorimotrice [1], [2]
Contextualiste (posture) [1]
Contrôle (perception) [1]
Conventionnalisation [1]
Conversion [1], [2], [3], [4], [5]
Coopération [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15]
Corrélations inversées [1]
Correspondance entre attitudes et comportement [1]
Covariation (modèle) [1]
 – consensus [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18]
 – consistance [1]
 – distinctivité [1], [2]
Créativité sociale [1], [2], [3]
Culpabilité collective [1], [2]
Culture [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20], [21], [22], [23], [24], [25], [26], [27], [28], [29], [30], [31], [32], [33], [34], [35], [36], [37], [38], [39], [40], [41], [42], [43], [44], [45], [46], [47], [48], [49], [50]
 – environnement physique [1], [2]
 – essentialisation [1]
Culture de l’honneur [1], [2]
Culture et dissonance [1]

D

Délai de gratification [1], [2]
Densité (Hypothèse de la) [1]
Dépendance au champ [1]
Désensibilisation [1], [2]
Déshumanisation [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Désindividualisation [1], [2], [3], [4]
Désinhibition [1], [2]
Désirabilité sociale [1]
Deux dimensions de la formation d’impression [1]
Dévoilement de soi [1], [2]
Dilemme du prisonnier [1], [2], [3], [4]
Dilemmes dits « de biens communs » [1]
Dilemme social [1], [2]
Dimensions de la formation d’impression [1], [2], [3]
« Dire, c’est croire » (paradigme) [1], [2]
Discrimination [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20], [21]
Dissonance cognitive [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10]
Dissonance cognitive (théorie) [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18]
Divorce [1]
Douleur [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10]

E

Échange et communauté [1]
Effet acteur-observateur [1]
Effet arme [1], [2]
Effet autocinétique [1], [2], [3]
Effet caméléon [1], [2], [3], [4]
Effet de halo [1], [2]
Effet de primauté [1], [2], [3]
Effet de simple exposition [1]
Effet de troisième personne [1]
Effet d'influence persistante [1]
Effet Mozart [1]
Effet Pygmalion [1], [2]
Effet solo [1]
Effet spectateur [1], [2]
Effet Werther [1], [2], [3], [4]
Efficacité collective [1], [2], [3], [4], [5]
Électromyographie faciale [1]
Émotions [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20], [21], [22], [23], [24], [25], [26], [27], [28], [29], [30], [31], [32], [33], [34], [35], [36], [37], [38], [39], [40], [41], [42], [43], [44], [45], [46], [47], [48], [49], [50], [51], [52], [53], [54], [55], [56], [57], [58], [59], [60], [61], [62], [63], [64], [65], [66], [67], [68]
Empathie [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14]
Engagement [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13]
Entitativité [1]
Épuisement de l'ego [1], [2], [3]
Erreur fondamentale d'attribution [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Esprit (théorie) [1], [2], [3]
Estime de soi [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20], [21], [22], [23], [24]
État agentique [1], [2], [3]
Ethique de la recherche [1]
Éthique de la recherche [1]
Ethnocentrisme [1]
Étiquetage [1]
Études sur les jumeaux [1]
Évaluation primaire [1]
Évaluation secondaire [1], [2]
Évaluative (approche dans la formation d'impression) [1], [2], [3]
Expérience de la prison de Stanford [1], [2], [3], [4], [5]
Extensivité [1]

F

Facilitation sociale [1], [2], [3], [4], [5]
Familiarité [1], [2], [3], [4], [5]
Focus régulateur [1], [2]

Focus régulateur (théorie) [1], [2]
Formation d'impression [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14]
– approche descriptive [1]
– approche évaluative [1]
Furstration-agression (Théorie de la) [1]

G

Gènes [1], [2], [3], [4]
Gestion de l'image de soi [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Groupes
– définition [1]
– processus au sein des [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20], [21], [22], [23], [24], [25], [26], [27]
– relations entre groupes [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20], [21], [22], [23], [24], [25], [26], [27], [28], [29], [30], [31], [32], [33], [34], [35], [36], [37], [38], [39], [40]
Groupes minimaux (paradigme) [1], [2]

H

Heuristique d'ancrage et d'ajustement [1], [2]
Heuristique de disponibilité [1]
Heuristique de représentativité [1]
Holistique (jugement) [1]
Hormones [1]
Humeur [1], [2]
Hypocrisie induite (paradigme) [1], [2]
Hypothèse de la densité [1]

I

Identification au groupe [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14]
Identité sociale (théorie) [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Idéologie [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11]
Ignorance plurielle [1]
Illusion de corrélation [1], [2]
Illusion de transparence [1]
Image de soi [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13]
Imitation [1]
Implémentation d'intention [1]
Implicite de la personnalité (théorie) [1], [2]
Inconnu familier [1]
Individualisme [1], [2]
Inégalités sociales [1], [2]
Inférence correspondante [1], [2]
– personnalisme [1]
– pertinence hédonique [1]

Inférence spontanée de traits [1], [2], [3]
Influence informationnelle [1], [2], [3]
Influence majoritaire [1], [2], [3], [4]
Influence minoritaire [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11]
Influence normative [1]
Infra-humanisation [1]
Inoculation [1], [2]
Instinct agressif [1], [2]
Instrumentalité [1]
Intégration [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9]

J

Jeu de la mort [1], [2]
Jeux vidéo [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Jigsaw classroom [1]
Justification de la décision (paradigme) [1], [2]
Justification de l’effort (paradigme) [1]

L

Labilité émotionnelle [1]
Labilité émotionnelle (théorie) [1]
Lanceurs d’alertes [1]
Leadership [1], [2], [3], [4], [5]
Leurre [1]
Libre arbitre [1], [2]
Locus de contrôle [1]
Low ball (technique du) [1]

M

Manipulation [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20], [21], [22], [23], [24], [25], [26], [27], [28], [29], [30], [31], [32], [33], [34], [35], [36]
Marginalisation [1]
Média hostile (phénomène du) [1]
Mémoire autobiographique [1], [2]
Mémoire collective [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8]
Mémoire officielle [1], [2]
Mémoire vive [1], [2]
Menace symbolique [1]
Mésattribution affective [1], [2]
Mésattribution (paradigme) [1]
Métaphores [1], [2]
Méta-système communicationnel [1]
Mobilité sociale individuelle [1], [2]
Modèle d’acculturation interactif [1]
Modèle de covariation [1]

– consensus [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19]
– consistance [1]
– distinctivité [1], [2]
Modèle de la différenciation mutuelle [1]
Modèle de la personnalisation [1], [2]
Modèle de la probabilité d'élaboration [1], [2], [3], [4]
Modèle de l'identité duelle [1]
Modèle de l'inférence correspondante [1]
Modèle de probabilité d'élaboration [1]
Modèle de rejet-identification [1], [2]
Modèle des 3 C [1], [2]
Modèle des catégories linguistiques [1]
Modèle des émotions intergroupes [1]
Modèle des relations sociales [1]
Modèle du contenu des stéréotypes [1], [2]
Modèle du groupe commun [1]
Modèle du traitement systématique versus heuristique [1]
Modèle tripartite des attitudes [1]
Motivation intrinsèque ou extrinsèque [1]
Mouvements sociaux [1]
Mythes du viol [1]

N

Narcissisme [1], [2], [3], [4], [5]
Négligence mnésique [1], [2]
New Look [1], [2]
Norme d'internalité [1], [2], [3]
Normes descriptives et prescriptive [1], [2], [3]
Normes descriptives et prescriptiveS [1], [2]
Normes sociales
– adhésion aux normes groupales [1]
– formation [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10]
– souples [1]
Norme subjective [1]
Noyau central (théorie) [1]
Noyau de vérité [1]

O

Objectification (sexuelle) [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Objectivation (représentations sociales) [1], [2], [3]
Orientation à la dominance sociale [1]
Orientation sociale [1]
Ostracisme [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16]

P

Paradigme de la justification de la décision [1], [2]
Paradigme de la justification de l'effort [1]
Paradigme de la mésattribution [1]
Paradigme de la soumission induite [1]
Paradigme de mésattribution [1]
Paradigme de reproduction sérielle [1]
Paradigme des groupes minimaux [1]
Paradigme d'hypocrisie induite [1], [2]
Paresse sociale [1], [2], [3], [4]
Partage social des émotions [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Pensée de groupe [1], [2]
Perception des groupes
– déshumanisation [1]
– entitativité [1]
– erreur fondamentale d'attribution [1], [2], [3], [4], [5], [6]
– infra-humanisation [1]
– objectification [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Personnalisme [1]
Personnalité autoritaire [1]
Personnologie ordinaire [1]
Persuasion [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20], [21], [22]
Pertinence hédonique [1]
Pied dans la porte (technique du) [1], [2], [3]
Polarisation des attitudes [1], [2]
Polyphasie cognitive [1]
Porte-au-nez (technique de la) [1]
Posture contextualiste [1]
Posture solipsiste [1]
Prédiction créatrice [1], [2]
Prédiction du comportement [1]
Préjugé implicite [1]
Préjugés [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20], [21], [22], [23], [24], [25], [26], [27], [28], [29], [30], [31], [32], [33], [34], [35], [36], [37], [38], [39]
– normes [1], [2], [3]
Preuve sociale [1], [2], [3], [4], [5]
Prévention
– focus sur [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Principe d'augmentation [1]
Principe de l'action idéomotrice [1]
Principe de réduction [1]
Principes organisateurs (représentations sociales) [1]
Prison de Stanford (expérience) [1], [2]
Privation relative [1], [2], [3], [4], [5]
Probabilité d'élaboration (modèle) [1], [2], [3], [4]
Profil caché [1]
Profils cachés [1]

Promotion
 – focus sur [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14]
Proximité [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9]
Psychologie évolutionniste [1], [2], [3]
Psychologie sociale
 – épistémologie [1], [2], [3], [4]
 – histoire [1]
 – méthodologie [1], [2], [3], [4]
 – objet [1], [2], [3]
Pyramide de Maslow [1]

R

Racisme aversif [1], [2], [3], [4]
Racisme moderne [1], [2]
Racisme symbolique [1]
Rationnalisation [1], [2], [3]
Réactance [1]
Réalité partagée [1]
 – théorie de la réalité partagée [1], [2], [3], [4]
Réciprocité [1], [2]
Régression vers la moyenne [1]
Relations [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20], [21], [22], [23], [24], [25], [26], [27], [28], [29], [30], [31], [32], [33], [34], [35], [36], [37], [38], [39], [40], [41], [42], [43], [44], [45], [46], [47], [48], [49], [50], [51], [52], [53], [54], [55], [56], [57], [58], [59], [60], [61], [62], [63], [64], [65], [66], [67], [68], [69], [70], [71], [72], [73], [74], [75], [76], [77], [78], [79], [80], [81], [82], [83], [84], [85], [86], [87], [88], [89], [90], [91], [92], [93], [94], [95], [96], [97], [98], [99], [100], [101]
Représentations collectives [1]
Représentations sociales [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13]
Reproduction sérielle (paradigme) [1]
Réputation [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10]
Réseaux sociaux [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12]
Résistance [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12]
Résistance à la persuasion [1], [2]
Rituels collectifs [1], [2]
Rôle social [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10]
Rôles sociaux (théorie) [1], [2], [3]
Rumeurs [1], [2], [3], [4], [5]

S

Schéma des causes multiples nécessaires [1]
Schéma des causes multiples suffisantes [1]
Schémas [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14]
Schémas causaux [1]
 – schéma des causes multiples nécessaires [1]
 – schéma des causes multiples suffisantes [1]

Schémas de soi [1], [2]
Sectes [1], [2], [3], [4]
Sélection émotionnelle [1], [2]
Séparation [1]
Sérotonine [1], [2]
Sexisme ambivalent [1], [2], [3]
Sexisme bienveillant [1], [2], [3], [4]
Sexisme hostile [1], [2], [3]
Similarité [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Simple exposition (effet de) [1]
Soi
– agent [1]
– auto-régulation [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8]
– épuisement de l'ego [1], [2], [3]
– malléabilité [1]
Soi indépendant [1], [2], [3]
Soi interdépendant [1], [2]
Solipsiste (posture) [1]
Soumission [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12]
Soumission à l'autorité [1], [2]
Soumission induite (paradigme) [1]
Souvenirs flash [1]
Stéréotypes [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20], [21], [22], [23], [24], [25], [26], [27], [28], [29], [30], [31], [32], [33], [34], [35], [36], [37], [38], [39], [40], [41], [42], [43], [44], [45], [46], [47], [48], [49], [50], [51], [52], [53], [54], [55], [56], [57], [58], [59], [60], [61], [62], [63], [64], [65], [66], [67], [68], [69], [70], [71], [72], [73], [74], [75], [76]
– amorçage [1], [2], [3]
– changement [1], [2]
– consensus [1]
– de genre [1]
– descriptifs [1], [2], [3]
– essentialisme [1]
– et biais de correspondance [1]
– mesure [1]
– modèle du contenu des [1], [2]
– origine [1]
– prescriptifs [1], [2], [3]
– rôles sociaux [1], [2], [3]
– socialisation [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15]
– soi [1]
Stéréotypes descriptifs [1]
Stéréotypes prescriptifs [1]
Stratégie tit for tat [1], [2]
Stress d'acculturation [1], [2]
Style d'attachement [1], [2]
Surveillance de soi [1], [2], [3]
Système 1/ Système 2 [1], [2]

Système d’oppression [1], [2]

T

Télévision [1], [2], [3], [4], [5]
Température [1]
Test d’association implicite [1], [2]
Test du miroir [1]
Testostérone [1], [2], [3]
Théorie de la comparaison sociale [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12]
Théorie de l’action raisonnée [1], [2], [3], [4], [5]
Théorie de la dissonance cognitive [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18]
Théorie de l’affirmation de soi [1]
Théorie de la labilité émotionnelle [1]
Théorie de la réalité partagée [1], [2], [3], [4]
Théorie de l’attribution des performances [1], [2]
Théorie de l’auto-catégorisation [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10]
Théorie de l’auto-perception [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Théorie de l’esprit [1], [2]
Théorie de l’identité sociale [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Théorie des conflits réels [1], [2], [3], [4]
Théorie des rôles sociaux [1], [2], [3]
Théorie du complot [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Théorie du comportement planifié [1], [2], [3], [4]
Théorie du focus régulateur [1], [2]
Théorie du noyau central [1]
Théorie implicite de la personnalité [1], [2]
Théories de l’attribution [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18]
Tit for tat [1]
Tragédie des biens communs [1], [2]
Traits de personnalité [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16]
Transmission culturelle [1], [2], [3], [4], [5]
Trolley (paradigme du) [1]

U

Utilité sociale [1], [2]

V

Victimisation collective [1], [2]
Vision paranoïde [1], [2]

Index des auteurs

A

Abele, A [1], [2], [3], [4]
Abelson, R. P [1]
Abrams, D [1], [2]
Achtziger, A [1]
Adorno, T. W [1]
Aebischer, V [1]
Ainsworth, M. S [1]
Ajzen, I [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10]
Allen, H [1]
Allen, J [1], [2]
Allport, G. W [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12]
Altemeyer, B [1], [2]
Alvaro, E. M [1], [2]
Alves, H [1]
Alwin, D. F [1]
Amabile, T. M [1]
Ambady, N [1], [2]
Amin, A [1], [2]
Amodio, D. M [1], [2]
Andela, M [1]
Anderson, C. A [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9]
Anders, S [1], [2]
Andrighetto, L [1]
Ansel, D [1]
Archer, D [1], [2]
Archer, J [1]
Arendt, H [1]
Armitage, C. J [1], [2]
Aron, A [1], [2], [3], [4], [5]
Aron, E. N [1], [2], [3], [4], [5]
Aronow, P. M [1]
Aronson, E [1], [2], [3], [4], [5]
Aronson, J [1], [2], [3]
Asch, S. E [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18]
Aubé, B [1], [2], [3]

Augoustinova, M [1]
Augustine, A. A [1]
Autin, F [1], [2]
Auzoult, L [1]
Avenanti, A [1]
Axelrod, R [1], [2]
Azam, O. A [1]
Azzi, A. E [1], [2]

B

Back, K [1], [2], [3]
Back, M. D [1], [2], [3]
Baeyens, F [1]
Bailenson, J. N [1], [2]
Bakan, D [1]
Banaji, M. R [1], [2], [3], [4]
Bandura, A [1], [2], [3], [4], [5]
Bangerter, A [1]
Banks, C [1]
Barca, L [1]
Bargh, J. A [1], [2]
Baron, R. S [1], [2]
Barrett, L. F [1]
Bartholow, B. D [1], [2], [3]
Batson, C. D [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9]
Baumeister, R. F [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12]
Baumrind, D [1]
Bauzel, R. S [1]
Beach, K. R [1]
Beaman, A. L [1]
Beasley, R. K [1]
Beauvois, J.-L [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11]
Becker, A. E [1]
Becker, J. C [1]
Beer, J. S [1]
Bègue, L [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Bell, B [1]
Bell, C [1]
Bem, D. J [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Bennassar, B [1]
Benthin, A. C [1]
Berglas, S [1]
Bergsieker, H. B [1]
Berkowitz, L [1], [2], [3]
Berman, M. E [1], [2]
Bernard, M. M [1], [2]
Bernard, P [1], [2]

Berndsen, M [1]
Berridge, K. C [1]
Berry, J. W [1], [2], [3]
Berscheid, E [1]
Best, D. L [1]
Bettencourt, A [1]
Beyth-Marom, R [1]
Bilali, R [1]
Billig, M [1], [2], [3]
Birney, M. E [1]
Birrel, P [1]
Blackman, S. F [1]
Blader, S. L [1]
Blair, I. V [1]
Blanchet, C [1]
Blaney, N [1]
Blank, A [1]
Blascovich, J [1]
Bless, H [1]
Bloom, P [1], [2]
Bluemke, M [1]
Bodenhausen, G. V [1], [2], [3], [4]
Boen, F [1], [2]
Bohner, G [1], [2]
Bollier, T [1]
Boncimino, M [1]
Bond, C. F [1], [2]
Bond, R [1]
Bornstein, R. F [1], [2]
Bossard, J [1]
Boudon, R [1]
Bourdieu, P [1], [2]
Bourguignon, D [1], [2]
Bourhis, R. Y [1], [2], [3], [4]
Bovet, J [1]
Bowlby, J [1], [2]
Brady, N [1]
Braly, K. W [1], [2]
Branscombe, N. R [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Bratslavsky, E [1]
Brauer, M [1]
Breckler, S. J [1], [2], [3]
Brehm, J. W [1], [2]
Brewer, M. B [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Bridge, J. A [1]
Bridgstock, R [1]
Brigham, J. C [1]
Briñol, P [1], [2]

Brock, T. C [1]
Bronner, G [1]
Brown, R [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Brown, S. L [1]
Brownstein, A. L [1]
Bruder, M [1]
Bruner, J [1], [2], [3], [4]
Buchs, C [1], [2]
Bundy, R. P [1]
Burger, J. M [1]
Burns, J. M [1]
Burnstein, E [1], [2], [3]
Buschini, F [1]
Bushman, B. J [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9]
Buss, D. M [1], [2], [3]
Butera, F [1], [2], [3]

C

Cacioppo, J. T [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9]
Cadinu, M [1]
Caldwell, D. F [1]
Cambon, L [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Campbell, D. T [1]
Campbell, W. K [1]
Camus, A [1]
Cann, A [1]
Cantor, N [1]
Carli, L. L [1]
Carlsmith, J [1], [2], [3], [4]
Carlson, J. D [1]
Carlston, D. E [1]
Carnahan, T [1]
Carpenter, W [1]
Carranza, E [1], [2]
Carrier, A [1], [2]
Carswell, K. L [1]
Carter, C. S [1]
Casey, R. J [1]
Caspi, A [1]
Castano, E [1]
Cesarini, D [1]
Chaiken, S [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8]
Chang, L [1]
Chanowitz, B [1]
Chapman, J. P [1]
Chapman, L. J [1]
Charlton, K [1]

Chartrand, T. L [1], [2], [3], [4]
Chassein, B [1]
Chekroun, P [1]
Chiao, J. Y [1]
Chipeaux, M [1], [2]
Chiu, C [1]
Choi, I [1]
Cialdini, R. B [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8]
Cichocka, A [1]
Cikara, M [1]
Cisneros, T [1]
Claire, T [1], [2], [3]
Clark, A [1]
Clark, D. J [1]
Clark, M. S [1], [2], [3]
Clement, R. W [1], [2]
Clore, G. L [1], [2]
Codou, O [1]
Coffman, T. L [1]
Cohen, D [1], [2], [3], [4], [5]
Cohen, G. L [1]
Cohen, R. L [1]
Colella, A [1]
Collins, A [1]
Collins, B. E [1]
Coman, A [1], [2]
Conner, M [1], [2], [3]
Conrey, F. R [1]
Conway, M [1], [2]
Cooley, C. H [1], [2]
Cooley, S. C [1]
Cooper, J [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12]
Corneille, O [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Cortéséro, R [1]
Cote, N. G [1], [2]
Cottrell, C. A [1]
Cottrell, N. B [1]
Coull, A [1]
Courbet, D [1]
Craig, I. W [1]
Crandall, C. S [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Crano, W. D [1], [2]
Crisp, R. J [1], [2]
Critchlow, B [1]
Crites, S. L [1]
Crocker, J [1]
Croizet, J. -C [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Crosby, F [1]

Cross, S. E [1]
Crowther, S [1], [2]
Croyle, R [1], [2]
Cuddy, A. J [1], [2], [3], [4], [5]
Curci, A [1]
Cusn [1]

D

Dahl, J [1]
Danziger, S [1], [2]
Darcis, C [1]
Dardenne, B [1], [2], [3]
Darley, J. M [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Darnon, C [1], [2], [3], [4]
Darwin, C [1], [2], [3]
Daudet, A [1]
Davidson, A. R [1]
Davies, P. G [1]
Davis, K. E [1], [2], [3], [4]
Dawes, R. M [1]
DeBono, K. G [1], [2]
De Cremer, D [1], [2]
Dedonder, J [1]
de Dreu, C. K [1], [2], [3]
De Guissmé, L [1]
Dehaene, S [1]
De Houwer, J [1]
Delacollette, N [1]
Delouvée, S [1], [2], [3]
Delroisse, S [1]
Demoulin, S [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Denrell, J [1]
Denzler, M [1]
Derks, B [1]
Deschamps, J. C [1], [2]
Désert, M [1]
Deutsch, M [1], [2], [3], [4]
Devine, P. G [1], [2], [3], [4]
Devos, T [1]
DeWall, C. N [1]
Diener, E [1], [2]
Ditto, P. H [1]
Dixon, J [1], [2]
Dixon, N. M [1]
Doise, W [1], [2], [3], [4]
Dollard, J [1], [2]
Dompnier, B [1], [2]

Donnelly, M [1]
Donnerstein, E [1]
Doob, A. N [1]
Doob, L. W [1]
Doosje, B [1], [2]
Dorr, N [1]
Dotsch, R [1], [2]
Douglas, K. M [1], [2], [3], [4]
Dovidio, J. F [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9]
Downing, L. L [1], [2]
Doyen, S [1]
Driscoll, D. M [1]
Drury, J [1], [2]
Dubois, N [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8]
Duckitt, J [1], [2], [3], [4]
Dumas, F [1], [2]
Dumont, M [1], [2], [3], [4]
Dunbar, R. I [1]
Duncan, G. J [1]
Durkheim, E [1], [2], [3], [4]
Durrheim, K [1]
Dusingizemungu, J. P [1]
Duval, S [1], [2], [3]
Dweck, C. S [1]

E

Eagly, A. H [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11]
Eastwick, P. W [1], [2], [3]
Eberhardt, J. L [1], [2], [3], [4]
Eberlen, J [1]
Ebstein, R. P [1]
Eccles, J. S [1]
Echterhoff, G [1], [2]
Edwards, K [1]
Eggleston, T. J [1]
Eibach, R. P [1]
Einolf, C. J [1]
Eisenberg, N [1], [2]
Eiser, J. R [1]
Ekman, P [1], [2]
Elejabarrieta, F [1]
Elkes, R [1]
Ellemers, N [1], [2], [3], [4], [5]
Elliot, A. J [1]
Ellsworth, P. C [1]
Emmers, T [1]
Engelhardt, C. R [1]

Ensari, N [1], [2], [3]
Ernst, D [1]
Eron, L. D [1], [2]
Eshleman, A [1], [2], [3], [4]
Esses, V. M [1], [2], [3]
Estrada, C [1]
Etcoff, N. L [1]
Evans, D [1]
Evans, N. E [1]

F

Faith, M [1]
Faniko, K [1], [2], [3], [4]
Farrington, D [1]
Fasani, F [1]
Fazio, R. H [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8]
Festinger, L [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18]
Fiedler, F. E [1]
Fiedler, K [1], [2], [3]
Fine, C [1], [2]
Finkel, E. J [1], [2], [3], [4], [5]
Finkenauer, C [1]
Fischer, A. H [1]
Fischer, O [1], [2]
Fischer, P [1], [2]
Fishbach, A [1], [2]
Fishbein, M [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9]
Fiske, A. P [1], [2], [3], [4]
Fiske, S. T [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19]
Fitzsimons, G. M [1], [2]
Flament, C [1]
Fointiat, V [1], [2], [3], [4], [5]
Forgiarini, M [1]
Fraley, R. C [1]
Francard, M [1]
Francis [1]
Frank, M. G [1], [2]
Fransen, K [1], [2]
Fredrickson, B. L [1], [2], [3], [4]
Freedman, J. L [1], [2], [3]
Freeman, S [1]
Frenkel-Brunswick, E [1]
Fried, C. B [1]
Friedman, D [1]
Friese, M [1], [2]
Friesen, W. V [1]
Frijda, N. H [1]

Frith, C [1]
Frith, U [1]
Fuglestad, P. T [1]
Fulero, S [1]

G

Gaertner, L [1]
Gaertner, S. L [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9]
Gagnon, A [1]
Galinsky, A. D [1]
Galvaing, M. P [1]
Garcia-Marques, T [1]
Gastardo-Conaco, M. C [1]
Gauvrit, N [1]
Gawronski, B [1], [2]
Gebhardt, L [1]
Geen, R [1]
Gelfand, M. J [1], [2]
Gerard, H. B [1], [2], [3], [4]
Gerbner, G [1]
Gergen, K [1]
Gerhardstein, R [1]
Gervais, S. J [1]
Gibbons, F. X [1]
Giery, M [1]
Gifford, R. K [1]
Gilbert, D. T [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10]
Gilbert, G. M [1]
Gilovich, T [1], [2]
Girandola, F [1], [2], [3], [4]
Gladwell, M [1]
Glick, P [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Godfrey, S. S [1]
Goertzel, T [1]
Goffman, E [1], [2]
Goldschmied, N [1]
Gollwitzer, M [1], [2]
Gollwitzer, P. M [1], [2]
Goodwin, S. A [1], [2]
Gordijn, E. H [1], [2]
Gosling, P [1], [2]
Gosling, S. D [1], [2]
Gottfredson, L. S [1]
Gottman, J. M [1]
Goudeau, S [1], [2], [3], [4], [5]
Gourevitch, P [1]
Grabe, S [1]

Green, D. P [1], [2]
Green, J [1]
Green, S. A [1], [2]
Greene, D [1]
Greenfield, P. M [1]
Greenwald, A. G [1], [2], [3]
Greenwood, R. M [1]
Grégoire, C [1]
Grice, H [1]
Groom, R. W [1]
Grosbras, J. M [1], [2], [3]
Gross, A. E [1]
Gross, L [1]
Gruenfeld, D. H [1], [2]
Gubin, A [1], [2]
Guimond, S [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11]
Guinote, A [1], [2]
Gundersen, A. B [1]
Güntürkün, O [1]
Gwinn, J. D [1], [2]

H

Haandrikman, K [1]
Hafer, C. L [1], [2]
Häfner, H [1]
Hagger, M. S [1]
Haidt, J [1]
Hamamura, T [1]
Hamilton, D. L [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Haney, C [1]
Hansen, J [1]
Harackiewicz, J [1]
Harada, T [1]
Harber, K. D [1]
Hardin, C. D [1], [2]
Hardy, C. L [1]
Harkins, S. G [1], [2]
Harlow, H. F [1]
Harmon-Jones, E [1], [2]
Harris, E [1]
Harris, J. R [1]
Harris, L. T [1], [2]
Harris, M. B [1]
Harris, T [1]
Harris, V. A [1], [2], [3]
Harvey, S.-P [1]
Haslam, N [1], [2], [3], [4]

Haslam, S. A [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13]
Hastie, R [1]
Hastings, S [1]
Havermans, R. C [1]
Hawkins, S. A [1], [2], [3]
Hazan, C [1]
Heath, C [1], [2], [3]
Heatherton, T. F [1], [2]
Heider, F [1], [2], [3], [4], [5]
Heiman, R. J [1]
Heine, A [1], [2], [3], [4]
Heine, S. J [1], [2], [3], [4]
Heingartner, A [1]
Heinz, A [1]
Henderson, M [1]
Henrich, J [1], [2]
Henry, P. J [1], [2]
Herman, C. P [1]
Herman, G [1], [2]
Hess, U [1]
Hewstone, M. R [1], [2], [3], [4], [5]
Higgins, A. R [1]
Higgins, E. T [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Himmelfarb, S [1], [2], [3]
Hinsz, V. B [1]
Hirst, W [1], [2]
Hixon, J. G [1], [2], [3]
Hoffman, C [1], [2], [3], [4]
Hofmann, W [1], [2], [3]
Hofstede, G [1]
Hogg, M. A [1], [2]
Hokanson, J. E [1]
Hollander, M. M [1], [2]
Holland, L. C [1]
Holland, R. W [1]
Holt-Lunstad, J [1]
Holyoak, K. J [1]
Hong, Y [1], [2], [3], [4]
Hopkins, N [1]
Hornsey, M. J [1]
Hornstein, H. A [1]
Hossay, J. F [1]
Houben, K [1]
Hovland, C. I [1], [2], [3], [4]
Hovland, M. J [1]
Howard, J [1], [2]
Hoyer, W. D [1]
Hsiang, S. M [1]

Hubbell, A. P [1]
Huesmann, L. R [1], [2]
Huguet, P [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Hui, C. M [1]
Hume, D. L [1]
Hunsberger, B [1]
Huo, Y. J [1], [2]
Hurst, N [1], [2], [3], [4]
Hutchinson, S [1]
Hyde, J. S [1]

I

Ickes, W. J [1]
Ilko, S. A [1], [2]
Imhoff, R [1]
Inesi, M. E [1]
Inglehart, R [1]
Innes, J. M [1]
Iyengar, S [1]
Izuma, K [1]

J

Jaccard, J. J [1]
Jackman, M [1]
Jackson, J. R [1]
Jackson, L. A [1], [2], [3]
Jackson, L. M [1]
Jacob, B. E [1]
Jacobs, J. M [1]
Jacobs, R. C [1]
Jacobson, L [1]
Jacoby, J [1]
James-Hawkins, L [1], [2]
Jamieson, D. W [1], [2]
Janis, I. L [1], [2]
Jarvis, B [1]
Jellison, J. M [1]
Jensen, C [1]
Jepson, C [1]
Jetten, J [1]
Johannesen-Schmidt, M. C [1]
Johnson, H. M [1]
Johnson, M [1]
Johnson, R. D [1], [2]
Jones, E. E [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17]
Jones, S [1]

Joslyn, M. R [1]
Jost, J. T [1], [2]
Joule, R. V [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Judd, C. M [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8]
Jussim, L [1], [2], [3], [4]

K

Kahneman, D [1], [2], [3]
Kaiser, C [1]
Kanazayire, C [1]
Kanyangara, P [1], [2]
Kaplan, M. F [1], [2]
Kappen, D. M [1]
Karau, S. J [1]
Karlins, M [1]
Karniol, R [1], [2]
Kashima, Y [1], [2], [3]
Katz, D [1], [2], [3]
Katz, J [1]
Katz, M [1]
Kaufmann, M. C [1]
Kawakami, K [1], [2], [3], [4]
Keller, K. T [1]
Kelley, H. H [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9]
Keltner, D [1], [2], [3]
Kenrick, D. T [1]
Kenworthy, J. B [1], [2]
Kerr, G. T [1]
Kershaw, I [1]
Kervyn, N [1], [2], [3], [4]
Kessler, T [1]
Kieffer, S. C [1]
Kiesler, C. A [1], [2], [3]
Kiesler, S [1]
Kiesner, J [1]
Kim, H. S [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Kinder, D. R [1]
Kirkpatrick, L. A [1]
Kissine, M [1]
Kitayama, S [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Kite, M [1], [2]
Klandermans, B [1]
Klein, J. G [1]
Klein, O [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20], [21], [22], [23]
Knowles, E. D [1]
Koch, A [1], [2]

Kothandapani, V [1]
Koudenburg, N [1]
Kraus, M. W [1], [2]
Kraus, S. J [1]
Krauth-Gruber, S [1], [2]
Krawczyk, D. C [1]
Krosnick, J. A [1], [2]
Krueger, J. I [1], [2]
Krug, M. K [1]
Krull, D. S [1], [2], [3]
Kulik, J [1]
Kumhyr, S. M [1]
Kunda, Z [1], [2]
Kunich, J. C [1]
Kunst, J. R [1]
Kuppens, T [1], [2]
Kurdi, B [1]
Kurz, E [1]
Kwan, J. L [1], [2]

L

Lage, E [1]
Lagerspetz, K [1]
Lagerspetz, K. M [1]
Lahnsteiner, I [1]
Lakin, J. L [1]
Lakoff, G [1]
Lambert, S [1]
Lammers, J [1]
Langer, E [1]
Langlois, J. H [1]
Lantian, A [1]
LaPiere, R. T [1], [2]
Larsen, R. J [1]
Larson, A [1], [2]
Larson, G. M [1]
Latané, B [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8]
Lauer, K [1]
Lavallée, M [1]
Lavine, H [1]
Lawson, A. S [1], [2]
Lazarus, R. S [1], [2]
Leach, C. W [1], [2], [3], [4]
Leary, M. R [1], [2]
Le Bon, G [1]
Lecocq, D [1]
Lecomte, J [1]

Lecovich, E [1]
Leemans, V [1]
Légal, J.-B [1]
Legrand, S [1]
Lehman, D. R [1], [2]
Leibold, J. M [1]
Lemoine, J [1]
LePage, A [1]
Lepore, L [1], [2]
Lepper, M. R [1], [2], [3]
Lerner, M. J [1], [2], [3], [4]
Le Texier, T [1], [2]
Levenson, R. W [1]
Leventhal, H [1]
Levine, J. M [1]
Levine, M [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9]
Levinson, D. J [1]
Lewin, K [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Leyens, J.-Ph [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19]
Leys, C [1], [2]
Liberman, N [1], [2]
Licata, L [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10]
Lickel, B [1]
Lieberman, M. D [1], [2]
Liebrand, W [1]
Liégeois, A [1]
Lind, E. A [1], [2]
Linder, D. E [1]
Lin, D. Y [1]
Linton, S [1]
Linz, D [1]
Lipke, T [1]
Lippitt, R [1]
Liu, T. J [1]
Livingston, R. W [1]
Lodge, D [1]
Lo Monaco, G [1], [2]
Lopez, D. F [1]
Lord, C. G [1], [2]
Lorenzi-Cioldi, F [1], [2], [3], [4], [5]
Lorenz, K [1], [2]
Losch, M. E [1]
Lott, B [1]
Loughnan, S [1], [2]
Louvet, E [1], [2], [3]
Lucena, J [1]
Luminet, O [1]

Lundberg, K [1]

M

Maalouf, A [1]
Maass, A [1], [2], [3]
Maccoby, N [1]
MacDonald, G [1]
Machin, S [1]
Mackie, D. M [1], [2], [3], [4]
Macrae, C. N [1], [2]
Madon, S [1]
Madson, L [1]
Maes, J [1], [2]
Magee, J. C [1]
Maio, G. R [1], [2]
Major, B [1]
Malle, B. F [1], [2]
Malone, P. S [1]
Malson, L [1]
Manier, D [1]
Mannan, A [1]
Manne, K [1], [2], [3]
Manning, R [1], [2], [3]
Manstead, A. S [1]
Maoz, I [1]
Marchal, C [1]
Mari, S [1]
Markova, I [1], [2]
Markus, H. R [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10]
Markwith, M [1]
Marlière, É [1]
Marques, J. M [1], [2]
Marquez, M. J [1]
Marsh, H [1]
Martin, C. L [1]
Martin, J. L [1], [2]
Martinot, D [1]
Martz, J. M [1]
Mashek, D. J [1], [2]
Maslow, A. H [1]
Masuda, T [1], [2], [3], [4]
Mathur, V. A [1]
Matsumoto, D [1]
McArthur, L. Z [1]
McCauley, C [1]
McConahay, J. B [1], [2]
McConnell, A. R [1]

McCoy, S [1]
McGarty, C [1], [2]
McGhee, D. E [1], [2]
McGuire, W. J [1], [2], [3], [4]
McLaughlin, J. P [1], [2]
McLaughlin-Volpe, T [1]
Mead, G. H [1], [2], [3], [4]
Mealey, L [1]
Medianu, S [1], [2]
Meehl, P. E [1]
Meertens, R. W [1], [2]
Mehl, M. R [1], [2]
Mélotte, P [1], [2]
Mesoudi, A [1]
Meyer, C [1]
Meyer, G [1]
Meyer, T [1]
Michinov, E [1]
Michinov, N [1]
Mignon, A [1]
Miles, E [1]
Milgram, S [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20], [21]
Miller, A. G [1]
Miller, D. T [1], [2], [3], [4]
Miller, J. G [1]
Miller, N [1], [2], [3]
Miller, N. E [1], [2]
Miller, P. A [1]
Miller, R. S [1]
Mill, J [1]
Mills, J [1], [2], [3], [4]
Milne, A. B [1], [2]
Minard, R [1]
Mischel, W [1], [2]
Mock, S. E [1]
Moise, L. C [1]
Moise-Titus, J [1]
Moliner, P [1]
Mollaret, P [1]
Monin, B [1], [2]
Montali, L [1]
Monteil, J. M [1], [2]
Moons, W. G [1]
Moore, D [1]
Morelli, A [1]
Morgan, M [1], [2]
Morris, M. W [1], [2]

Morrison, K. R [1]
Moscovici, S [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19]
Mount, L [1]
Mueller, A [1]
Mugny, G [1], [2]
Muller, D [1], [2], [3]
Müller, G [1]
Mummendey, A [1]
Murray, K [1]
Myers, D. G [1]

N

Naffrechoux, M [1]
Nemeth, C. J [1], [2]
Neuberg, S. L [1], [2]
Newcomb, T. M [1], [2], [3], [4]
Newman, L. S [1]
Nezlek, J [1]
Nida, S [1]
Niedenthal, P. M [1], [2], [3], [4]
Nisbett, R. E [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12]
Noel, J. G [1]
Norenzayan, A [1], [2], [3], [4]
Norris, P [1]
Nosek, B. A [1]
Novelli, D [1]
Nugier, A [1]

O

Oakes, P. J [1], [2]
Oberlé, D [1], [2], [3], [4]
Obertynski, M. A [1]
Oldmeadow, J. A [1]
Oleson, K. C [1]
Oliner, P. M [1], [2]
Oliner, S. P [1], [2]
Olson, J. M [1], [2], [3]
Olson, M [1], [2], [3], [4], [5]
Olweus, D [1]
Omoto, A. M [1]
Oosterhof, N. N [1]
Osgood, C. E [1]
Osterhouse, R. A [1]
Ostlund, R [1]
Ostrom, T. M [1]

P

Paez, D [1], [2], [3]
Page, R [1], [2]
Paladino, M. P [1], [2]
Pallak, M. S [1]
Paluck, E. L [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10]
Pantazi, M [1], [2]
Paolucci, M. P [1]
Papageorgis, D [1]
Park, B [1], [2], [3], [4]
Park, J. H [1]
Parke, R. D [1], [2]
Parker, S [1]
Passeron, J [1]
Pattino, B [1]
Payne, D. L [1]
Payne, K [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Peabody, D [1], [2]
Peeters, G [1], [2]
Pehrson, S [1]
Pelham, B. W [1]
Pelt, A [1]
Peng, K [1], [2]
Penrod, S [1]
Perdue, C. W [1]
Perez, A. R [1]
Perreault, S [1]
Perry, G [1]
Peters, K [1]
Pettigrew, T. F [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10]
Petty, R. E [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9]
Pezzo, M. V [1]
Pezzo, S. P [1]
Pezzulo, G [1]
Philippot, P [1]
Phillips, C. M [1], [2], [3]
Phillips, D. P [1]
Philpot, R [1]
Pickert, K [1]
Pickett, K [1]
Pierucci, S [1]
Piff, P. K [1], [2], [3], [4]
Piketty, Th [1]
Pittinsky, T. L [1]
Pittman, T. S [1]
Pizzamiglio, M. T [1]

Platow, M. J [1], [2], [3]
Pleyers, G [1], [2]
Podolski, C. L [1]
Pollet, T [1]
Popper, K [1], [2]
Postman, L [1], [2]
Postmes, T [1], [2]
Powell, M. C [1]
pp [1], [2]
Pratto, F [1], [2]
Prentice, D. A [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Priolo, D [1], [2]
Prior, H [1]
Pronin, E [1]
Provost, V [1], [2]
Prum, R. O [1]

Q

Quan, H [1]
Quattrone, G. A [1], [2]
Quiamzade, A [1]
Quinn, D. M [1], [2]
Quinton, J. C [1]
Quinton, W [1]

R

Rabbie, J. M [1]
Rasinski, K. A [1]
Rateau, P [1], [2]
Read, S. J [1]
Reber, R [1]
Redelmeier, D. A [1], [2]
Reeder, G. D [1], [2]
Régner, I [1], [2]
Reicher, S. D [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11]
Reisenzein, R [1]
Rempel, J. K [1], [2]
Renfro, C. L [1], [2], [3]
Review [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9]
Reynolds, K. J [1]
Reynolds, K. L [1]
Reynolds, P [1]
Rholes, W. S [1], [2]
Ric, F [1], [2], [3]
Richeson, J. A [1]
Rich, S [1]

Rimé, B [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Ritter, J. M [1]
Riva, P [1]
Roberts, T. A [1], [2], [3], [4]
Robins, R. W [1]
Roccas, S [1]
Rochat, F [1]
Rocher, S. J [1], [2]
Rodin, J [1]
Roebroeck, E [1]
Roese, N. J [1], [2]
Rogier, A [1]
Rohmer, O [1], [2], [3]
Rosabianca, A [1]
Rosenberg, M. J [1], [2], [3]
Rosenberg, S [1], [2], [3]
Rosenthal, R. A [1]
Rosenthal, S [1]
Ross, B [1]
Ross, L [1], [2], [3], [4], [5]
Ross, M [1], [2], [3]
Rothbart, M [1], [2], [3], [4]
Rotter, J. B [1]
Rougier, M [1], [2]
Rozin, P [1]
Rubens, L [1], [2], [3]
Ruderman, A. J [1]
Rudman, L. A [1], [2], [3]
Rudolph, U [1]
Runciman, W. G [1], [2]
Rusbult, C. E [1]
Ryan, M. K [1]

S

Sachdev, I [1]
Sahariah, S [1]
Sahdra, B [1], [2]
Salancik, G. R [1]
Sanchez-Mazas, M [1]
Sanday, P. R [1]
Sanders, G. S [1]
Sanford, R. N [1]
Sansone, C [1]
Sawin, D. B [1]
Sawyer, O. J [1]
Sawyer, P. J [1]
Scaillet, N [1]

Schachter, S [1], [2], [3], [4], [5]
Schadron, G [1], [2], [3], [4], [5]
Schaller, M [1], [2], [3]
Scher, S. J [1]
Schlenker, B. R [1]
Schmader, T [1]
Schmeichel, B. J [1], [2]
Schmidt, D [1], [2]
Schmidtke, A [1]
Schmitt, D. P [1]
Schmitt, M. T [1], [2], [3]
Schooler, J. W [1]
Schor, R [1]
Schumann, S [1]
Schwartz, J [1], [2]
Schwarz, A [1]
Schwarz, N [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Sears, D. O [1], [2]
Sechrist, G. B [1]
Sedikides, C [1], [2]
Seifert, C. M [1]
Semin, G. R [1], [2]
Sendén, M. G [1]
Sepulchre, S [1]
Shaffer, D. R [1]
Shariff, A. F [1]
Shaver, P. R [1], [2]
Shaw, L. L [1]
Sheeran, P [1], [2], [3]
Shelton, J. N [1]
Shepherd, H [1]
Sherif, M [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20], [21]
Sherman, J. W [1]
Sherman, S. J [1], [2], [3], [4]
Shih, M [1], [2]
Sidanius, J [1]
Sigall, H. H [1], [2]
Signorielli, N [1]
Sikes, J [1]
Sikström, S [1]
Simmel, M [1]
Simmons, C. H [1], [2]
Simon, A. F [1]
Simon, B [1]
Simon, D [1]
Sindic, D [1], [2]
Singer, J [1], [2]

Singer, R [1]
Singh, D [1]
Skelly, J. J [1]
Skinner, B. F [1]
Skitka, L. J [1], [2]
Skowronski, J. J [1]
Smeding, A [1]
Smeesters, D [1]
Smith, C. A [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13]
Smith, E. E [1], [2]
Smith, E. R [1], [2], [3]
Smith, H. J [1], [2]
Smith, J. M [1], [2]
Smith, J. R [1]
Smith, M. B [1], [2]
Smith, P. B [1]
Smith, S. M [1]
Smith, W. A [1]
Snapp, M [1]
Snyder, M [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10]
Snyder, M. L [1], [2]
Snyder, T [1]
Song, H [1]
Sons [1]
Southwick, L [1]
Southwick, L. L [1]
Spears, R [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Spencer, S. J [1], [2]
Sprecher, L. G [1]
Sprecher, S [1]
Staats, A. W [1]
Staats, C. K [1]
Stahl, C [1]
Stangor, C [1]
Stanovich, K E [1]
Stasser, G [1]
Steele, C. M [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Steffens, N. K [1]
Steffen, V. J [1]
Steinberg, S [1]
Steiner, P [1]
Steinmetz, J. L [1]
Stephan, C. W [1], [2], [3], [4], [5]
Stephan, W. G [1], [2], [3], [4], [5]
Stephens, N. M [1]
Sternberg, E [1]
Stessman, J [1]
Stewart, B. D [1]

Stewart, D. D [1]
Stitt, C. L [1]
Stone, J [1], [2]
Stoner, J [1], [2], [3]
Storms, M. D [1], [2]
Stott, C [1], [2]
Strack, F [1]
Streith, M [1]
Stroessner, S. J [1]
Subiaul, F [1]
Subra, B [1], [2]
Suci, G. J [1]
Suls, J [1]
Sutton, R. M [1], [2], [3]
Svanum, S [1]
Swami, V [1]
Swann, W. B [1], [2], [3], [4], [5]
Sweldens, S [1], [2]
Świątkowski, W [1], [2]
Swim, J. K [1]

T

Tajfel, H [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15]
Talhelm, T [1]
Tanke, E. D [1]
Tausch, N [1]
Taves, P. A [1], [2]
Taylor, M [1], [2], [3]
Taylor, S. E [1]
Tellegen, A [1]
Testa, M [1]
Tetlock, P. E [1]
Thomas, S [1], [2], [3], [4], [5]
Thompson, E. P [1], [2]
Tiedens, L. Z [1]
Titus, W [1], [2]
Todorov, A [1], [2], [3], [4]
Toguchi, Y [1]
Tourangeau, R [1], [2]
Townsend, G. C [1]
Townsend, S. S [1]
Tracy, J. L [1]
Trafimow, D [1]
Trahan, A [1]
Tredoux, C [1], [2]
Triandis, H. C [1], [2], [3]
Triplett, N. D [1], [2]

Trivers, R. L [1]
Trope, Y [1], [2], [3]
Tropp, L. R [1], [2], [3]
Truchot, D [1]
Turner, J. C [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14]
Turner, R. N [1], [2], [3]
Turowetz, J [1], [2]
Twenge, J. M [1]
Tyler, R. B [1]
Tyler, T. R [1], [2], [3], [4]

U

Uleman, J. S [1], [2], [3], [4]
Unkelbach, C [1], [2]

V

Valentine, T [1]
Valins, S [1]
Vallone, R. P [1], [2]
van Baaren, R. B [1], [2], [3]
Vandello, J. A [1]
van der Linden, S [1]
van der Pligt, J [1]
van Dijk, E [1]
Van Engen, M. L [1]
van Kleef, G. A [1]
van Knippenberg, A [1]
van Lange, P. A. M [1]
Van Overwalle, F [1]
van Prooijen, J.-W [1], [2], [3], [4]
Van Rooy, D [1]
van Veen, V [1]
van Vugt, M [1], [2], [3]
van Zomeren, M [1], [2], [3], [4]
Verplanken, B [1], [2]
Verrier, D [1]
Vescio, T. K [1], [2]
Vigarello, G [1]
Viki, G. T [1]
Vincent, J. E [1], [2], [3], [4]
Vinet, É [1]
Vinkenburg, C. J [1]
Vinokur, A. D [1]
Voci, A [1], [2]
Vohs, K. D [1], [2], [3]
Voisin, D [1]

Vollhardt, J. R [1]
Volpato, C [1]
Vorauer, J. D [1]

W

Wack, D. L [1]
Wagner, W [1], [2], [3]
Walker, A [1]
Walker, L [1]
Wallbom, M [1]
Walsh, J [1]
Walters, G [1]
Walther, E [1]
Wänke, M [1]
Wann, D. L [1], [2]
Ward, A [1]
Ward, C [1]
Ward, L. M [1]
Waroquier, L [1]
Watts, T. W [1]
Weaver, K [1]
Weber, R [1], [2]
Weiner, B [1], [2], [3]
Weisbuch, M [1]
Weiss, K [1]
Weiss, W [1]
Wells, G. C [1]
West, M. A [1], [2], [3]
West, R F [1], [2], [3]
Wetherell, M. S [1]
Wheeler, L [1]
White, R. K [1]
White, R. V [1]
White, R. W [1], [2]
Whitley, B [1], [2]
Wicker, A. W [1], [2]
Wicklund, R. A [1], [2], [3]
Wiers, R. W [1]
Wigboldus, D. H [1], [2], [3]
Wiggins, E. C [1]
Wilbarger, J. L [1]
Wilder, D. A [1], [2], [3]
Wilkes, A. L [1], [2], [3]
Wilkie, P [1]
Wilkinson, R [1]
Willame, J. C [1]
Williams, J. E [1]

Williams, K. D [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Williams, M. J [1]
Willis, J [1], [2]
Wilson, D. S [1]
Wilson, E. O [1]
Wilson, T. D [1]
Winkielman, P [1]
Winston [1], [2], [3]
Winter, L [1], [2], [3], [4]
Wittenbaum, G. M [1]
Wittenbrink, B [1], [2]
Wohl, M. J [1], [2]
Wojciszke, B [1], [2]
Wollast, R [1], [2]
Wood, M. J [1]
Wood, W [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Worchel, P [1]
Worchel, S [1]
Word, C. G [1]
Wright, S.C [1], [2]
Wrightsman, L [1]

X – Y – Z

Xu, J [1]
Yakimova, S [1]
Yamashiro, J. K [1]
Ybarra, O [1]
Yee, N [1], [2]
Yeung, K. T [1]
Yzerbyt, V [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20], [21], [22], [23], [24], [25], [26], [27], [28], [29], [30], [31], [32], [33], [34], [35], [36], [37], [38], [39], [40], [41], [42], [43], [44], [45], [46]
Zafon, C. R [1]
Zajonc, R. B [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]
Zanna, M [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10]
Zavalloni, M [1], [2]
Zech, E [1], [2], [3]
Zeitz, H [1]
Zerhouni, O [1]
Zhu, Y [1]
Zimbardo, P [1], [2], [3], [4], [5], [6]
Zuckerman, C [1]
Zuckerman, M [1]

Les compléments enseignants sont disponibles via l'adresse info-sup@deboecksuperieur.com

Les contenus des codes QR sont également disponibles en flashant le code de la couverture. Si vous rencontrez un problème avec l'un d'entre eux, merci de nous en informer.

Pour toute information sur notre fonds et les nouveautés dans votre domaine de spécialisation, consultez notre site web:
www.deboecksuperieur.com

Cette œuvre est protégée par le droit d'auteur et strictement réservée à l'usage privé du client. Toute reproduction ou diffusion au profit de tiers, à titre gratuit ou onéreux, de tout ou partie de cette œuvre, est strictement interdite et constitue une contrefaçon prévue par les articles L.335-2 et suivants du Code de la Propriété Intellectuelle. L'éditeur se réserve le droit de poursuivre toute atteinte à ses droits de propriété intellectuelle devant les juridictions civiles ou pénales.

© De Boeck Supérieur s.a., 2019
Rue du Bosquet, 7 – B-1348 Louvain-la-Neuve

Un ouvrage de référence incontournable !

Pour aider l'étudiant-e à comprendre et maîtriser la matière, chaque chapitre comporte :

- Une partie théorique exposant les enjeux et évolutions du sujet
- Des cas pratiques (expériences et exemples)
- Un résumé
- Des questions de révision
- Des illustrations et flash codes
- Une carte mentale
- Des suggestions de lecture

Pour aider le-la professeur-e :

- Chaque chapitre correspond à une séance de cours
- Des compléments en ligne
- Un index des auteurs et des concepts
- Une page Facebook dédiée

Essentielle pour comprendre le monde qui nous entoure, la psychologie sociale éclaire les interactions entre les individus et la société. En se penchant sur les mécanismes qui régissent ces échanges, elle répond à de nombreuses questions d'hier et d'aujourd'hui : comment nos appartenances sociales influencent-elles l'image de soi et le comportement ?, pourquoi, face à une injustice, certaines personnes se rebellent alors que d'autres se soumettent ?, quand et pourquoi est-on prêt à secourir des personnes en détresse ?, est-il vrai que les médias contribuent à la violence ?...

Cet ouvrage, écrit par deux spécialistes du sujet, propose une synthèse et une vision d'ensemble des différents travaux et contenus de la psychologie sociale. Une approche claire, pédagogique et progressive des trois grands domaines que sont la pensée sociale (jugement, perception, identité), l'influence sociale (la culture, les normes, attitudes, changements et comportements) et les relations sociales (relations intimes, processus de groupe) dans une approche à la fois historique et pratique.

Un véritable guide et outil de travail pour l'étudiant en psychologie.

Vincent Yzerbyt est Professeur de psychologie à l'Université catholique de Louvain. Ancien président de l'Association Européenne de Psychologie Sociale et fellow de l'Association for Psychological Science, il est l'auteur de nombreux articles et ouvrages scientifiques sur les relations intergroupes, les stéréotypes et la cognition sociale. Il enseigne également la méthodologie et les statistiques en sciences comportementales.

Olivier Klein est Professeur de psychologie à l'Université Libre de Bruxelles, où il dirige le Centre de recherche en psychologie sociale et interculturelle. Ses travaux portent notamment sur la mémoire collective, la psychologie du genre, les relations intergroupes et la crédulité. Il est co-directeur en chef de la Revue Internationale de Psychologie Sociale.

DANS LA MÊME COLLECTION





deboeck SUPÉRIEUR

L M D

Dans le cadre du Système Européen de Transfert de Crédits (E.C.T.S.), ce manuel couvre les niveaux Licence (Baccalauréat/Bachelor) 2 et 3.