

Personnalité et Société

Emmanuel Haffen

Le(s) principe(s) de réalité

La personnalité est l'élément de base qui permet d'apprécier le monde extérieur.

> Les attitudes sociales.

L'attitude est une variable latente. Cela signifie qu'elle se manifeste extérieurement et indirectement aux observateurs par son expression (verbale ou non-verbale). On dit aussi que c'est une variable intermédiaire.

On la distingue selon sa direction, son intensité et ses dimensions.

1 - La direction de l'attitude est une attirance, une sympathie pour un objet, une personne, une idée, ou au contraire, une répulsion, une antipathie. Elle est plus ou moins importante.

2 - L'intensité de l'attitude. Elle varie du fait que la répulsion ou l'attraction sont plus ou moins marquées, fortes. Il y a des degrés d'intensité.

3 - Les dimensions de l'attraction rendent compte que l'objet de l'attraction peut être simple et connu (la voiture, le chat, ...), ou complexe et mal défini (la santé, la psychanalyse, ...).

L'attitude est unidimensionnelle quand l'objet est unique, multidimensionnelle quand cet objet est accompagné d'autres objets parasites ou complémentaires.

13/XI/2006

> La culture (selon la définition faite en 1994 par A. Mucchielli)

La culture est l'ensemble des acquis communs aux membres d'un groupe plus ou moins vaste : ses représentations, ses croyances, ses normes de jugement ou d'action, ses attitudes, ses valeurs, ses conduites précises servant de références permanentes et/ou inconscientes pour la perception des choses, pour leur analyse et

leur évaluation et qui interviennent dans l'orientation de toutes les conduites.

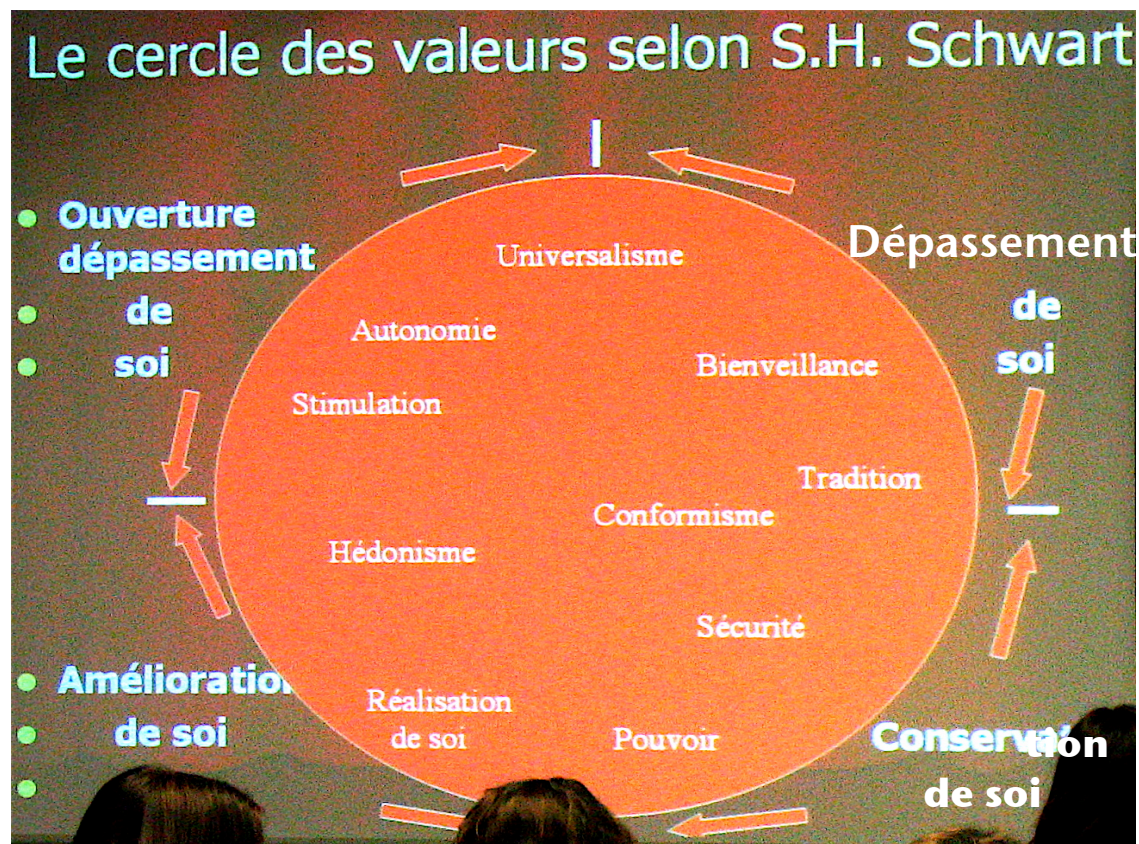
Cette culture est intériorisée par chaque individu comme une nébuleuse de principes, de valeurs liés entre eux en systèmes lâches.

> Les valeurs.

Il s'agit de but généraux fixés par la culture dans laquelle vit le sujet. Elles peuvent être l'honnêteté, la propriété, la liberté ...

La déclaration des droits de l'homme, par exemple, véhicule un système de valeurs. Il est à remarquer que certaines cultures dénie le caractère universel de ce système de valeurs.

> le cercle des valeurs



> Le lien entre l'attitude et la personnalité

- La personnalité est un objet d'étude psychologique
- Ce concept désigne l'organisation chez un individu des facteurs biologiques, physiques et psychiques qui interagissent avec les facteurs environnementaux.
- C'est un ensemble de traits qui caractérise l'individu d'une manière trans-situationnelle.
- Le trait (de personnalité) est une dimension psychologique assez générale car il n'est pas lié à un objet particulier.
- Il reste attaché à la personne.
- La personnalité présente un caractère intégrateur et interactif entre des traits psychologiques stables et des attitudes qui sont acquises au contact des objets sociaux, et qui peuvent évoluer, se transformer.

> Les attitudes.

Ce sont des structures durables de croyance descriptives et évaluatives prédisposant l'individu à des comportements sélectifs envers les objets sociaux. On prendra pour exemple la jalousie sexuelle, le désir de liberté économique, le racisme, l'ethnocentrisme ...

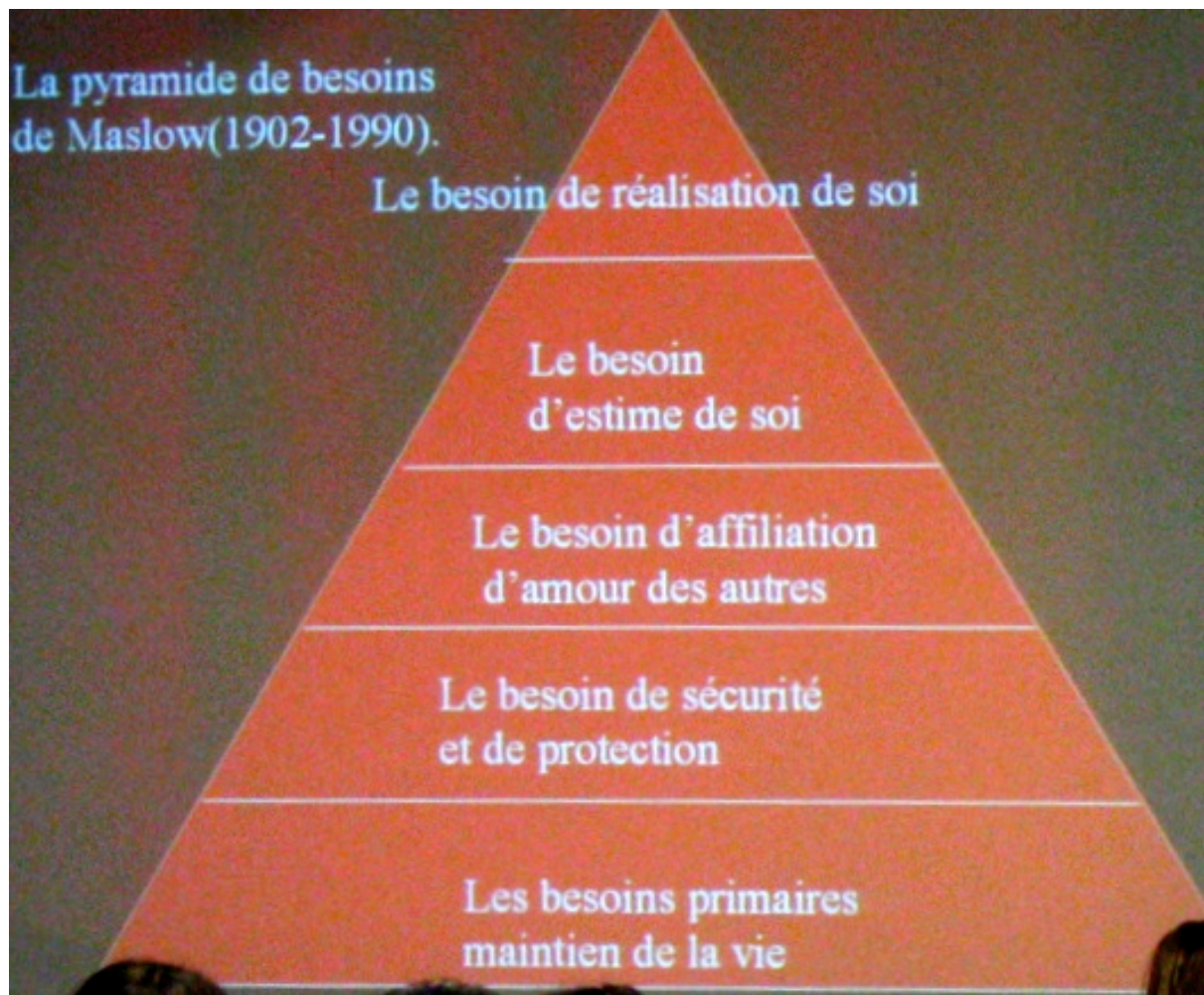
> Les motivations

- Ce sont des forces plus précises que les attitudes. Elles prennent appui sur ces dernières mais aussi conjointement sur les besoins. Elles apparaissent quand les situations actualisent les attitudes.
- La durée de vie de la motivation est plus courte que celle de l'attitude.
- On peut être motivé, par exemple, par la pratique d'un sport, et se lasser rapidement de ses contraintes.

> Les besoins.

- Ils sont constitués par des forces biologiques comme la faim et la soif quand on parle des besoins primaires. Ce sont des états de tension qui déclenchent des processus homéostatiques vers un retour à l'équilibre interne momentanément perturbé.

- La civilisation complexifie ces besoins, en ajoutant le besoin d'accomplissement, le besoin de reconnaissance, le besoin de sécurité ...



> Théorie de la dissonance cognitive de Léon Festinger (1935)

- Deux informations (idées, opinions, comportements antérieurement acquis, attitudes) peuvent être consonantes ou dissonantes. Quand elles ne s'accordent pas, il devient nécessaire de produire un effort pour les rapprocher.

· Consonance : deux informations sont consonantes lorsqu'elles découlent l'une de l'autre, ou sont reliées par une relation d'implication.

Par exemple, on peut aimer le sport et savoir que sa pratique est salubre tout en refusant la compétition parce qu'elle est à l'origine de nombreux accidents et problèmes physiques.

· Dissonance cognitive :

- Elle survient quand les deux informations disponibles sur un même objet social sont en désaccord. Par exemple, on peut pratiquer un sport par attachement à des valeurs morales et savoir que de nombreux champions de cette discipline se dopent.

- L'hypothèse de Léon Festinger est qu'en situation de dissonance cognitive naît un état de tension, de gêne, sur le plan psychologique qui incite le sujet à tout mettre en œuvre pour rétablir un état de consonance cognitive. Il s'agit ici surtout d'une théorie de l'action et surtout **de la motivation à agir**.

- Ce sont des **conduites** visant la réduction de la tension qui seront déclenchées.

- En cas de dissonance, un passage à l'action a lieu :

Deux démarches sont observables :

Un changement d'attitude ou d'opinion sur l'objet source de la dissonance. On peut par exemple arrêter de pratiquer le sport choisi dans un premier temps, ou plus simplement la compétition.

On réinterprète l'information dissonante : les champions dopés sont des brebis galeuses.

- Le changement d'attitude accompagnant la réduction de la dissonance se fait sous certaines conditions.

- La dissonance est d'autant plus importante que le sujet est tenu d'adopter des comportements publics contradictoires avec ses attitudes (faire un discours, voter à main levée, ...)

- Plus la dissonance est grande, plus l'éventualité d'un changement d'attitude est grande.

> Les facteurs "sources" de la dissonance.

A / Une prise de décision : elle se fait face à une alternative. La prise de décision entraîne une valorisation des éventualités retenues comme pour renforcer la pertinence du choix effectué. Par exemple, pour un appareil ménager seront mis en avant le prestige de la marque, ou l'esthétique de l'appareil.

B / La soumission à une tentation : La dissonance est d'autant plus grande que l'incitation est faiblement récompensée. Le bénéfice à tricher étant faible, il peut entraîner une tolérance accrue à l'égard de la tricherie.

C / Un effort non récompensé : il entraîne une dissonance importante un peu comme si les sources de satisfaction étaient à rechercher ailleurs. L'important, c'est de participer.

> Théorie de l'équilibre cognitif de F. Heider (1958)

- La **perception de son environnement**, sa représentation, doit être stable, ordonnée, cohérente et prévisible. Il ne s'agit plus ici d'action, mais de regard porté sur le monde.

- L'acteur social doit **percevoir** un équilibre entre ses attitudes personnelles.

- Un déséquilibre entraînera un réajustement de ces perceptions, de ses attitudes les moins profondes.

> Théorie de la dissonance cognitive et théorie de l'équilibre perceptif.

- L'apparente ressemblance de ces deux modèles théoriques ne doit pas dissimuler leur divergences.

- La théorie de la dissonance cognitive est une théorie de nature motivationnelle. la sensation de dissonance induit un sentiment de malaise chez les sujets et c'est par un passage à l'acte que la réduction sera réalisée. Il s'agit d'un engagement à agir : arrêter de fumer, changer de sport.

- La théorie de l'équilibre cognitif de Heider est une théorie de la perception sociale. Ce n'est pas un rapport direct avec l'action

qui est envisagé ici. L'équilibre est localisé aux dimensions cognitive, affective et conative, mais en reste au plan perceptif de celles-ci. Ce n'est pas un passage à l'acte qui est induit. C'est le rétablissement d'une perception équilibrée, cognitivement satisfaisante.

> La soumission à l'autorité. Stanley Milgram

La soumission à l'autorité est démontrée par une expérience sur des sujets naïfs convoqués en même temps que des "compères". Le recrutement s'est fait à la suite de petites annonces publiées dans la presse.

- Le prétexte : valider scientifiquement la valeur du renforcement négatif pour apprendre, ici des suites de paires de mots à mémoriser.

F Après une simulation de tirage au sort, le sujet expérimental doit assumer le rôle de l'enseignant, le "compère" celui de l'élève.

- Cet "élève" est installé sur une chaise qui ressemble fort à une chaise électrique (nous sommes aux États-Unis).

- 30 interrupteurs sont étiquetés de 15 à 450 Volts (ce qui correspond à des chocs légers à douloureux).

- Le professeur entend une bande pré-enregistrée de gémissements, implorations, plaintes ... Rien.

- L'expérimentateur enjoint le moniteur à poursuivre, courtoisement mais fermement.

- 62,5 % des sujets testés vont jusqu'à 450 Volts, ce qui équivaut à une torture.

- En parallèle, monsieur tout le monde pense que les gens ne dépasseraient pas 150 Volts.

- Normalement, les gens ne torturent pas les autres.

- Il s'agit ici de personnes "anormalement agressives", sans troubles patents de la personnalité.

20/XI/2006

> Relations intergroupes : concepts clés

· Les concepts clés de l'analyse proposée par la psychologie sociale sont:

- Les préjugés
- Les stéréotypes
- Les discriminations

· Le premier enjeu de cette analyse consiste à comprendre les origines des préjugés, des stéréotypes et des discriminations.

> Les préjugés : Les préjugés sont des attitudes négatives envers un groupe ou ses membres (cf : cours sur les attitudes).

Le caractère injustifiable de ces attitudes négatives réside dans le fait qu'elles imposent des généralisations défavorables envers chacun des individus qui sont les membres d'un groupe d'une catégorie sociale).

On prendra comme exemples le sexisme (le préjugé envers les membres du sexe opposé), l'antisémitisme (le préjugé envers les juifs), le racisme (le préjugé envers les membres d'une autre "race"¹ ou ethnie)

> les stéréotypes : ce sont les connaissances et/ou les croyances à l'égard d'individus membres d'endogroupes (autostéréotype) et d'exogroupes (cf : composante cognitive d'une attitude)

· Les stéréotypes peuvent être aussi bien positifs que négatifs (alors que les préjugés sont toujours des attitudes négatives).

· Certains distinguent les stéréotypes sociaux et les stéréotypes individuels (cf : le partage).

· Les stéréotypes correspondent, selon Leyens (1983), aux théories que partage l'ensemble des membres d'un groupe à propos de l'ensemble des membres d'un autre groupe ou du sien.

· Contenu des stéréotypes.

"Le ciel, c'est le lieu où : les Français sont les cuisiniers, les Italiens sont les amants, les Anglais sont les policiers, les Allemands sont les mécaniciens et tout est organisé par les Suisses."

¹ Le terme race ne peut s'appliquer aux être humains (UNESCO, 1969)

“L’enfer c’est le lieu où : Les Anglais sont les cuisiniers, les Suisses sont les amants, les Allemands sont les policiers, les Français sont les mécaniciens et où le tout est organisé par les Italiens”

- Les stéréotypes deviennent problématiques :
 - lorsqu’ils sont inexacts et qu’ils résistent aux changements face aux informations les contredisant.
 - lorsque leur usage même mène à des jugements erronés en raison de leur généralisation.
- Aspects cognitifs des stéréotypes :

Ces aspects découlent directement du processus fondamental de catégorisation sociale. Il s’agit des tendances :

 - à minimiser les différences intra-catégorielles et à accentuer les différences inter-catégorielles: c’est l’homogénéisation d’exogroupe
 - à procéder par des raccourcis cognitifs (cf : effet de rareté dans la mémorisation) conduisant souvent à percevoir une relation qui n’existe pas (dans le cas d’un groupe minoritaire et d’un comportement rare) : les corrélations illusoires.

Il s’agit également des tendances qui permettent de maintenir les schémas dont les stéréotypes font partie :

 - en interprétant l’information en fonction d’un schéma et en se rappelant l’information qui le confirme : c’est l’effet du cas exceptionnel.
 - en agissant en fonction d’un schéma : c’est la prophétie qui se réalise. (croire que les bibliothécaires sont introvertis conduit à ne pas les inviter, le fait qu’ils ne viennent pas confirme le stéréotype).

> Relations intergroupes : les origines des préjugés et de la discrimination.

- Quelles sont les origines des préjugés et de la discrimination ?
 - Une personnalité autoritaire.
 - L’apprentissage social.
 - La compétition et la coopération intergroupes.
 - La catégorisation et l’identité sociale.

- l'équité et la privation relative, l'action collective.

L'originalité de l'analyse psychosociale réside dans le fait qu'elle propose de lier les explications qui se situent au niveau individuel et au niveau collectif.

> Origines : apprentissage social.

La socialisation de l'enfant dans la famille, à l'école et par les médias (en particulier internet) occupe une place importante dans l'apprentissage des préjugés, des stéréotypes et de la discrimination.

- Quand est-ce que les appris lors de l'enfance peuvent s'actualiser dans des comportements discriminatoires ?
 - Lorsqu'il se trouve parmi des personnes qui partagent les mêmes préjugés (selon Pettigrew, 1958).
 - Lorsqu'il se réfère au groupe qui a des préjugés ou qui partage les mêmes préjugés (théorie développée par Newcomb, en 1943, puis par Guimond, en 1992).
- D'où l'importance de la distinction entre "connaissance" et "utilisation" des stéréotypes (Devine, 1989).