

A-20

# La psychologie sociale

Une présentation en cinq tomes  
dirigée par

Jean-Léon Beauvois

Gabriel Mugny  
Dominique Oberlé  
Jean-Léon Beauvois

TOME I

## Relations humaines groupes et influence sociale

Butera, F. & Pérez, J.A. (1995). Les modèles explicatifs de l'influence sociale.  
In G. Mugny, D. Oberlé & J.-L. Beauvois. *Relations humaines, groupes et influence sociale*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble

© Presses Universitaires de Grenoble  
BP 47 - 38040 Grenoble cedex 9  
Tél. : 76 82 56 51 - Fax : 76 82 56 54  
ISBN : 2-7061-0607-1

Presses universitaires de Grenoble  
1995

Ont contribué à ce volume :

ABRIC, Jean-Claude, Aix-en-Provence, université de Provence  
BELLE, Françoise, Grenoble, université Pierre Mendès France  
BUTERA, Fabrizio, Genève, université de Genève  
CRANO, William D., Tucson, university of Arizona  
DECONCHY, Jean-Pierre, Nanterre, université de Paris-X  
DOISE, Willem, Genève, université de Genève  
DUBOIS, Michel, Grenoble, université Pierre Mendès France  
FALOMIR, Juan Manuel, Valencia, universitat de Valencia  
FREY, Dieter, München, Ludwig-Maximilians universität  
HOGG, Michael A, Brisbane, university of Queensland  
HUGUET, Pascal, Clermont-Ferrand, université Blaise Pascal  
JOVANOVIĆ, Jasmina, Genève, université de Genève  
LIPANSKY, Edmond-Marc, Nanterre, université Paris-X  
LÜTHIGENS, Carsten, München, Ludwig-Maximilians universität  
MAISONNEUVE, Jean, Nanterre, université Paris-X  
MARQUES, José, Porto, universidade de Porto  
MAGGI, Jenny, Genève, université de Genève  
MAASS, Anne, Padova, università di Padova  
MOSCOVICI, Serge, Paris, EHESS  
MUCCHII-FAINA, Angelina, Perugia, università di Perugia  
NEMETH, Charlan J., Berkeley, University of California  
PAVIN, Christiane, Grenoble, université Pierre Mendès France  
PÉREZ, Juan Antoni6, Valencia, universitat de Valencia  
PERSONNAZ, Bernard, Paris, EHESS  
PY, Jacques, Chambéry, université de Savoie  
ROUX, Patricia, Lausanne, université de Lausanne  
SANCHEZ-MAZAS, Margarita, Genève, université de Genève  
SCHULZ-HARDT, Stefan, Kiel, Christian-Albrechts-universität  
TURNER, John C., Canberra, Australian National University  
DE VISSCHIER, Pierre, Liège, université de Liège au Sart Tilman

### Indications bibliographiques

Le lecteur francophone pourra trouver en français, pour compléter la lecture de ce volume, quelques ouvrages thématiques, des manuels et des recueils. Les premiers seront évoqués dans le cours du texte.

Pour ce qui est des manuels, nous recommandons plus particulièrement :

Doise, W., Deschamps, J.-C. et Mugny, G. (1991, 2<sup>e</sup> éd.). *Psychologie sociale expérimentale*, Paris, Colin.  
Fraisse, P. et Piaget, J. (1965). *Traité de psychologie expérimentale*, T. IX, *Psychologie sociale*, Paris, Presses universitaires de France.  
Leyens, J.-P. (1979). *Psychologie sociale*, Bruxelles, Mardaga.  
Moscovici, S. (1972, 1973). *Introduction à la Psychologie sociale* (2 volumes), Paris, Larousse.  
Moscovici, S. (1984). *Psychologie sociale*, Paris, Presses universitaires de France.

Deux recueils méritent d'être signalés. Ils contiennent des textes classiques (généralement traduits de l'anglais) dont la plupart sont évoqués dans ce volume ou le seront dans les suivants.

Levy, A. (1965). *Psychologie sociale : textes fondamentaux*, Paris, Dunod.  
Faucheux, C. et Moscovici, S. (1970). *Psychologie sociale théorique et expérimentale*, Paris, Mouton.

Dès leur début, les travaux sur l'influence minoritaire (Moscovici, 1979) ont attribué un rôle important à des processus de redéfinition de contenus, notamment dans des situations de conflit, principalement entre réponses proposées par une source et réponses présentes chez les sujets de l'expérience, c'est-à-dire chez les cibles. C'est précisément le conflit qui est considéré comme principale source de redéfinition et de changement.

Cependant, un important travail restait à accomplir par les psychologues sociaux. Comme nous l'avons vu chez Asch, l'explication par l'imitation et une explication de nature plus cognitive étaient souvent considérées comme de nature hétérogène. Les expériences sur l'influence sociale se réclamant de la théorie de la conversion (Moscovici, 1980) ou de l'élaboration du conflit dans l'influence sociale (voir chapitre 10 bis) les intègrent dans un cadre commun donnant en même temps un statut aux deux dynamiques. L'imitation y est principalement considérée comme relevant d'un processus relationnel consistant plus généralement en une comparaison des réponses d'un soi et d'un ou de plusieurs autres en vue de l'adaptation réciproque de ces réponses. Ce processus est souvent désigné par le terme technique de comparaison sociale.

La notion de conflit y est analysée comme une confrontation entre approches cognitives différentes, produites socialement. Une telle confrontation spécifique est désignée par le terme de conflit sociocognitif. Une partie importante de l'étude de l'influence sociale revient alors à déterminer les conditions d'interaction entre individus qui leur permettent de relier des processus de comparaison sociale à des processus de confrontation sociocognitive ou, autrement dit, de s'efforcer à intégrer leurs divergences plus relationnelles dans un cadre de rapports plus généraux, donc plus objectifs.

## CHAPITRE 10

# Les modèles explicatifs de l'influence sociale

Fabrizio Butera,  
Juan Antonio Pérez

Dans une situation d'influence sociale sont présents trois éléments essentiels : deux entités sociales (deux personnes, une personne et un groupe, ou deux groupes) et un objet, commun aux deux entités, sur lequel est porté un jugement. Par jugement on entend une opinion, une évaluation, une attitude, un comportement, en bref une réaction à un objet. La question qui se pose en psychologie sociale est de comprendre comment les jugements sont modifiés en fonction des relations sociales qui lient les deux entités, et corollairement, comment la relation sociale qui lie des entités se transforme lorsqu'une des entités modifie ses jugements. Pour qu'une influence ait lieu, il est donc indispensable qu'existe une quelconque relation entre les entités, positive ou négative, d'union ou de séparation. Sans relation entre les entités (lorsque la relation est non existante, ou qu'il y a indifférence), on ne parlera pas d'influence sociale *stricto sensu*, comme c'est par exemple le cas pour les théories de la persuasion (abordées en fin de chapitre), qui conçoivent le changement comme découlant de motivations particulières, ou d'une modalité ou une autre de traitement de l'information. Dans l'acceptation qui sera adoptée dans ce chapitre, outre un traitement cognitif donné, l'influence sociale présuppose une forme ou une autre d'*interdépendance* sociale entre les deux entités, la source et la cible.

Les explications de l'influence sociale qu'on trouve dans la littérature ont en commun d'essayer de dégager le principe qui est à la base de l'interdépendance sociale entre les entités, et de ce qui les motive à chercher l'accord ou le désaccord entre elles. Quatre principes se dégagent dans les travaux sur l'influence sociale, et les sections de ce chapitre rendront compte de chacun d'eux. Le premier (Festinger, 1950, 1954) est que dans l'évaluation de la validité des jugements, la présence d'un consensus (ou son absence) est déterminante. Le deuxième se réfère aux renforcements associés à l'accord et au désaccord avec une certaine entité (Deutsch et Gerard, 1955 ; French et Raven, 1959). Le troisième correspond à l'effet de la catégorisation sociale, selon lequel on s'attend à être d'accord avec les membres perçus comme appartenant à la même catégorie, et en désaccord avec ceux d'une autre catégorie (Turner, 1991). Le quatrième situe la manifestation de l'accord ou du désaccord dans la gestion d'un conflit sociocognitif, que ce soit en vue de son évitement ou de sa résolution (Moscovici, 1979). Notons d'emblée que ces principes ne sont pas incompatibles, et que le plus souvent plusieurs sont à l'œuvre dans la même situation d'influence.

Dans la présentation de chaque approche théorique, on considérera différents types d'influence, que l'on résumera sous les notions d'influences *manifeste* et *latente*, ce qui peut renvoyer à une influence publique ou privée, immédiate ou différée, directe ou indirecte (Mugny et Pérez, 1991). Il s'agit à ce propos d'examiner dans quelle mesure chaque approche théorique est à même d'intégrer la diversité d'effets possibles. En effet, lorsqu'on parle d'influence sociale, il ne s'agit pas forcément de ce l'on qualifie parfois de « vraie influence », présente au niveau public et privé, qui dure et détermine les conduites futures. On peut aussi observer des influences manifestes comme la complaisance (Kelman, 1958), où l'individu se comporte comme la source le propose sans pour autant être intimement convaincu (Kiesler et Kiesler, 1969). On peut à l'inverse observer des influences « cachées » (Maass et Clark, 1984) où, comme dans la conversion, l'influence apparaît à un niveau latent plutôt que manifeste (Moscovici, 1980).

#### INCERTITUDE ET ATTENTE DE CONSENSUS

Un premier principe rendant compte des dynamiques d'influence sociale est celui de la recherche du consensus : l'influence sociale dériverait du fait que la cible tient à formuler des jugements consensuels avec une autre entité, soit parce qu'elle se sent incertaine quant à la validité de ses propres jugements, soit parce qu'elle se sent certaines tâches, une représentation de la nécessité que les jugements soient unanimes.

#### L'incertitude

Une des premières théories de l'influence sociale part du postulat que les individus sont motivés à estimer la validité des jugements, en vue d'exprimer des jugements aussi valides que possible. Selon Festinger (1950), l'estimation de la validité d'un jugement diffère selon que le jugement porte sur une réalité physique ou sur une réalité sociale. Dans le cas de la réalité physique, l'individu peut examiner, mesurer l'objet, et déterminer de façon autonome la validité de ses jugements. Il s'agit là de tâches objectives, pour l'évaluation desquelles les jugements d'autrui n'auraient pas de poids. Pour Festinger, dans ce type de tâches il est inconcevable qu'une influence quelconque puisse avoir lieu.

Dans les tâches non physiques, l'individu ne possède par contre pas de moyens objectifs pour établir la validité de ses jugements, et serait dans l'incertitude. Il recourrait alors au consensus pour s'assurer de leur validité. Une opinion, une croyance, une attitude est correcte, valide ou appropriée dans la mesure où elle est ancrée dans un groupe de personnes qui partagent des croyances, opinions et attitudes similaires. C'est en effet principalement avec des gens considérés comme similaires que l'on recherche l'accord : seule la comparaison avec les gens proches serait pertinente pour la validation des jugements propres. Dans ce type de tâches, l'individu va tenir compte des jugements des autres, et sa certitude dans ses propres jugements sera fonction du consensus social. Si un tel consensus n'est pas atteint, la

communication sociale sera orientée vers la modification des jugements en vue de rétablir l'uniformité. En effet, une hypothèse fondamentale est que, si à l'intérieur d'un groupe on perçoit une divergence en ce qui concerne un jugement, il y aura de la part du groupe une pression à communiquer, motivée par la recherche du rétablissement du consensus dans le groupe. Il en découle que les communications persuasives à l'intérieur d'un groupe seront adressées principalement aux membres qui divergent le plus des jugements consensuels du groupe. L'individu à la source de la divergence changera alors en fonction du degré de proximité perçu avec le groupe : s'il se sent proche des membres et des idéaux du groupe et qu'il tient à continuer à en faire partie, il rendra à modifier ses jugements pour les rendre conformes à ceux du groupe. L'influence sociale devient ainsi l'instrument pour atteindre des jugements consensuels et donc, selon Festinger, valides.

Dans cette perspective, une influence ne serait possible que pour les tâches non physiques où règne l'incertitude. La recherche du consensus y fonctionnerait comme instrument pour estimer la validité des jugements. Et l'influence serait surtout le fait des gens similaires (les gens de l'intragroupe, pourrait-on dire), ou de ceux qui définissent le plus ample consensus, comme les groupes majoritaires. Remarquons finalement que cette approche ne pose pas le problème des types d'influence, seule la « vraie influence » étant considérée, celle qui apparaît à un niveau manifeste aussi bien que latent.

#### La consensus comme motivation épistémique

Certains auteurs ont formulé des remarques critiques à propos de la distinction entre réalité physique et réalité sociale en tant que catégories de connaissance, arguant que le caractère objectif ou social n'est pas intrinsèque à une tâche, et que même les tâches physiques ont une nature sociale (Moscovici, 1979; Tajfel, 1972; Turner *et al.*, 1987). C'est le degré d'attente de consensus pour un objet donné qui importe : les tâches dites physiques entraînent généralement l'attente d'un consensus total (unanimité), alors que pour les tâches dites sociales on s'attend à une plus grande variabilité de jugements. Ces nuances peuvent avoir des implications importantes. Par exemple, il suffit qu'une tâche tenue pour physique ne reçoive pas des jugements unanimes pour qu'elle se transforme en une tâche sociale (Butera, 1994).

Puisque l'incertitude n'est pas simplement fonction du type de tâche en soi, mais aussi du degré de consensus atteint sur une tâche, qu'elle soit physique ou non, il suffit de créer un désaccord dans les jugements concernant un objet ou une tâche pour qu'apparaisse une incertitude. A l'inverse, pour que la certitude augmente, il suffit d'augmenter le degré de consensus. On comprend alors comment sont possibles des effets de conformité tels que ceux mis en évidence dans les études de Asch (1956), où l'on observe de l'influence à propos de jugements concernant la réalité physique. Dans une tâche où le sujet connaît la réponse correcte, il suffit en effet de lui opposer le jugement erroné d'un groupe unanime de personnes pour qu'il modifie ses jugements de façon significative dans le sens proposé par le groupe.

Il existerait donc une motivation épistémique du sujet à produire le consensus, c'est-à-dire à produire une réalité sociale de laquelle il puisse conclure à la

connues sont relatives au statut de la source (influence normative), et à son expertise ou à sa crédibilité (influence informationnelle). Voyons maintenant les mécanismes à la base de l'emprise qu'une source peut avoir sur une cible, et ensuite nous verrons les formes que cette emprise peut assumer.

### *Influences normative et informationnelle*

L'influence normative (Deutsch et Gerard, 1955) dérive du désir qu'ont les membres d'un groupe d'obtenir le maximum d'avantages de leur participation au groupe. Pour ce faire les individus fonctionneraient selon le présumé que la majorité, ou une source de haut statut, sera plus favorable à un comportement de conformité qu'à un comportement de déviance. Les individus qui s'écartent des normes du groupe attendent des autres une évaluation plus défavorable que ceux qui se conforment (Freedman et Doob, 1968; Schachter, 1951). La notion de fonction normative du groupe (Kelley, 1952) précise que quand le groupe est en position de pouvoir punir un membre qui n'adhère pas aux normes en vigueur, celui-ci ressentirait la pression à se plier à ces normes en vue d'éviter la punition. Certains auteurs ont cependant mis en évidence que les individus présentent un intérêt intrinsèque à obtenir une évaluation positive de la part d'autrui. Thibaut et Strickland (1956) notent que les individus seraient amenés à des comportements d'intégration quand ils sont intéressés à acquérir ou développer une appartenance commune positive avec les membres de leur groupe. Cette disposition centrée sur le groupe est proche de la préoccupation, sinon du besoin de se sentir « apprécié » (Insko, Drenan *et al.*, 1983; Kiesler et Kiesler, 1969).

L'influence informationnelle se base sur le fait qu'un individu qui veut atteindre un jugement en adéquation avec la réalité adoptera la réponse d'une source qu'il considère comme plus correcte ou plus fiable que lui-même; ce type d'influence sociale est tenu pour donner en général lieu à une « vraie » influence. Cette forme de dépendance est aussi apparente dans la description que Thibaut et Strickland (1956) donnent de la « disposition centrée sur la tâche » : si les individus sont motivés à obtenir ou à maintenir une vision objective de leur environnement, ils utiliseront les autres comme des « instruments de jugement », comme des « médiateurs de faits », leur attribuant une valeur informationnelle. C'est là ce que Kelley (1952) qualifie de « fonction de comparaison » du groupe : le jugement du groupe devient le standard utilisé par l'individu pour évaluer la validité du jugement propre, quand il est motivé par le besoin d'être correct (Kiesler et Kiesler, 1969).

### *Le pouvoir social*

Le modèle du pouvoir social de French et Raven (1959) propose une taxonomie des plus complètes des emprises qu'une source peut avoir sur une cible, en distinguant cinq bases du pouvoir social. Une première est la coercition : la source est en mesure de punir la cible et cette dernière veut, par sa conformité, l'éviter. Complétement, le pouvoir de récompense se fonde sur le désir de la cible d'obtenir une récompense de la part de la source. Ces deux premières bases du pouvoir se fondent sur l'emprise normative de la source, et nécessitent de la part

certitude de ses jugements. C'est de cette motivation que naîtrait l'influence sociale : le changement aurait comme but de passer du désaccord au consensus. L'hypothèse que dans l'influence sociale l'on change pour construire un consensus et disposer d'un gage de validité dans les jugements n'a reçu d'illustration expérimentale que très récemment (Brandstätter, Ellemers *et al.*, 1991; Pérez, Mugny, *et al.*, 1994; voir chapitre 12). Dans cette série d'études, une source donnait des estimations en dissension avec celles des sujets sur un objet pour lequel il n'y avait aucun doute quant à la réponse correcte (en l'occurrence, l'ampleur d'un angle droit). Dans ces manipulations expérimentales la source avait été discréditée, c'est-à-dire qu'il s'agissait d'une source qui, selon une acception classique de l'influence, ne devrait pas induire d'incertitude; dans cette tâche où l'unanimité était attendue, elle avait cependant la capacité de briser cette attente. Effectivement, on observe que les sujets reconstruisent à un niveau latent la perception d'une figure pour la rendre plus conforme à la définition donnée par la source. Bien sûr, la source discréditée n'induit pas d'influence manifeste; néanmoins, cette indépendance de la cible au niveau manifeste laisse entrevoir le problème suivant : il s'agit d'un objet appelant une définition unique, mais qui reçoit dans cette situation des jugements différents. La recherche d'une vision de l'objet qui soit consensuelle, et qui donc inclure le jugement de la source, amène alors à la redéfinition des caractéristiques de l'objet à un niveau plus latent. Se confirme donc l'idée que la nécessité d'atteindre le consensus peut être une motivation encore plus générale que le besoin de réduire l'incertitude.

Dans d'autres études, il apparaît que cette motivation à intégrer la diversité dans une vision uniforme et consensuelle est également plus générale que l'effet de catégorisation sociale, et qu'au niveau latent on redéfinit la représentation même de l'objet pour reconstruire un consensus même avec une source d'une autre catégorie sociale. C'est ainsi qu'il a pu être montré dans plusieurs études que si une source Intragroupe induit plus d'influence manifeste, la réponse divergente d'une source hors-groupe est intégrée dans la représentation latente de l'objet lorsque les sujets ont une forte attente de consensus (Butera, Huguet, *et al.*, 1994). Il s'agit là d'un effet de conformité latente, motivé par la reconstruction de la vision consensuelle d'un objet physique.

On constate que la prise en considération de différents niveaux d'influence permet d'avancer de nouvelles hypothèses, qui prolongent la théorie de Festinger. Si celle-ci réservait l'apparition d'une influence sociale à la confrontation avec des gens similaires, ces études récentes montrent la généralité de l'hypothèse de l'attente de consensus dans les tâches objectives ou physiques, que ce soit avec des gens similaires ou différents.

### EMPRISE DE LA SOURCE ET BESOIN D'APPROBATION

Une deuxième notion explicative des dynamiques d'influence sociale est celle de la dépendance due à l'emprise de la source sur la cible d'influence. Selon ce principe explicatif, l'influence résulterait d'un rapport de force entre la source et la cible. Ce rapport de force peut s'articuler sur plusieurs dimensions, dont les plus

de celle-ci une surveillance constante. Il est en effet typique de ces formes de pouvoir d'entraîner une soumission manifeste sans conséquences au niveau privé.

Une autre base du pouvoir est l'expertise. Elle est liée à la dépendance informationnelle et repose sur la perception de la supériorité de la source en termes de compétence. Le pouvoir référentiel se manifeste quant à lui par l'influence due à l'identification à la source, soit parce que celle-ci possède des caractéristiques positives que la cible veut pouvoir s'attribuer, soit parce qu'elle constitue effectivement un groupe d'appartenance de la cible. La discussion de la catégorisation sociale développera cette question.

Finalement, le pouvoir légitime agit dans des situations sociales marquées par une haute structuration hiérarchique qui implique que les individus d'un niveau donné acceptent les ordres de ceux d'un niveau supérieur (voir aussi Milgram, 1974). Ces trois dernières bases du pouvoir ont en commun le fait d'induire une acceptation manifeste aussi bien que latente, même si, comme on va le voir, il existe des nuances.

#### *Complaisance, identification et intériorisation*

L'étude de Kelman (1958) est une illustration des types d'influence qui sont associés à diverses modalités de dépendance. Kelman étudie trois formes d'influence qui dérivent de trois processus différents. Le premier est la complaisance, et se met en place quand la source exerce un pouvoir coercitif et que l'individu recherche son approbation, ou veut éviter des représailles. L'individu se conforme dans un but purement fonctionnel, et nullement par conviction: l'acceptation observée en public disparaît au niveau privé, quand l'emprise normative de la source s'estomp.

L'identification est une deuxième motivation à se conformer à une source, et intervient quand le sujet désire ressembler à la source du fait des caractéristiques attractives de celle-ci (cf. Freud, 1924). Dans ce cas, la conformité serait une forme de rapprochement à une personne (ou à un groupe) qu'on estime. L'influence se retrouve alors au niveau privé, ce qui démontre que la source est considérée comme un modèle d'identification. Par contre, dès que les réponses ne constituent plus un instrument d'identification et que la source n'est plus saillante (notamment lorsque la mesure de l'influence est prise en différé), l'influence disparaît.

Finalement, l'influence reste aussi au niveau privé, et perdure sans saillance psychologique de la source, quand cette dernière est considérée comme un expert légitime. Kelman considère ce processus comme une intériorisation, puisque la persistance de l'effet d'influence laisse supposer que le contenu même du message de la source a été intégré au système de valeurs du sujet.

#### CATÉGORISATION SOCIALE ET INFLUENCE SOCIALE

Les approches qui utilisent la notion de catégorisation sociale (Tajfel, 1972) comme base explicative de l'influence sociale partent du postulat que l'influence est le produit de la perception de similitudes entre la source et la cible.

#### *La théorie de l'identité sociale*

L'identité sociale, telle qu'elle a été conceptualisée par Tajfel (1972), renvoie à la conscience qu'un individu a d'appartenir à certains groupes sociaux, et à la valeur que cette appartenance implique, c'est-à-dire à la conception de soi en tant que membre d'un groupe (Abrams et Hogg, 1990). Ce sentiment d'appartenance au groupe amène l'individu à un processus d'identification sociale, qui résulte généralement en une conformité aux normes du groupe, c'est-à-dire en leur adoption. Le processus par lequel l'identification à un groupe amènerait à une conformité peut être qualifié d'influence informationnelle et référentielle (*Referential Informational Influence*; Turner et al., 1987), et fonctionnerait selon trois étapes (Hogg et Turner, 1987). Dans un premier temps, les individus utilisent la catégorisation sociale pour se définir comme membres d'une catégorie sociale particulière, en se forgeant une identité sociale; c'est là l'aspect inférentiel du processus d'identification: la cible d'influence se définit et définit la source selon les catégories saillantes dans le champ social. Dans l'étape qui correspond à l'aspect inductif de l'identification, les individus prennent connaissance des normes de chacune des catégories sociales, ainsi que d'autres caractéristiques des entités en présence, et en particulier de celles (stéréotypées ou non) définitionnelles de la source. Finalement, les individus s'auto-attribuent (c'est-à-dire font leur) les normes d'une catégorie: leurs comportements ou jugements deviennent ainsi plus proches des normes de la catégorie dans laquelle ils se seront reconnus et par laquelle ils se laissent influencer. Dans cette étape, qui correspond à l'aspect déductif de l'identification, la cible d'influence s'auto-attribue non seulement la norme (ou plus généralement la réponse) spécifique de la source, mais aussi l'ensemble des caractéristiques de celle-ci rendues saillantes dans le rapport d'influence (Mugny, Kaiser et Papastamou, 1983). Il est alors évident qu'oultre la catégorisation comme intragroupe ou comme hors-groupe de la source, la nature des attributs rendus saillants, notamment les connotations évaluatives qui les caractérisent, jouent un rôle central dans l'influence qu'obtiendra une source.

#### *La théorie de l'autocatégorisation*

Une autre conception de l'influence dérive de la théorie de l'autocatégorisation (Turner, 1991). Selon celle-ci l'influence obéit au principe selon lequel les individus forment leur identité par un processus d'autocatégorisation: l'individu définit son identité par rapport à une catégorisation rendue saillante. Ce processus distingue trois niveaux auxquels l'individu peut définir son identité. A un niveau supra-ordonné, la différence pertinente qui détermine l'identité est celle entre l'espèce humaine et les autres espèces. A un niveau intermédiaire, la différence saillante est elle entre les catégories humaines auxquelles l'individu appartient (notamment par rapport au sexe, à la religion, à la nationalité); c'est à ce niveau que l'on établit l'identité sociale. Au niveau subordonné, c'est l'identité personnelle qui se forme, par la différenciation entre soi et les autres membres d'une catégorie d'appartenance.

..  
..

John C. Turner

ENCADRE 18

### Autocatégorisation et influence sociale

Nombre de travaux classiques et contemporains se reconnaissent dans un modèle distinguant un double processus dans l'influence, l'un informationnel, l'autre normatif. L'influence renverrait soit à un changement cognitif, privé et informationnel, soit à une soumission superficielle à des normes de groupe ou à des pressions sociales, comme si l'information n'était pas socialement médiatisée, et comme si les normes sociales n'étaient pas le produit de la pensée des individus et de leur expérience de la réalité. La théorie de l'autocatégorisation (Turner *et al.*, 1987) propose un point de vue différent. Il s'agit d'une théorie du soi et des processus de groupe qui dérive de la théorie de l'identité sociale (Tajfel et Turner, 1986), et qui traite des variations dans l'autocatégorisation (du point de vue du niveau, du contenu et de la signification des catégories du soi), ainsi que des antécédents et des conséquences de telles variations. Elle se centre sur la distinction entre identité personnelle et identité sociale. Alors que la théorie de l'identité sociale cherche à expliquer la discrimination intergroupe en termes du besoin individuel d'une identité sociale positive et distincte, la théorie de l'autocatégorisation étudie comment les processus émergeant du comportement de groupe peuvent être expliqués par le passage d'une perception de soi selon une autocatégorisation en termes d'identité personnelle à une perception de soi selon une autocatégorisation en termes d'identité sociale.

L'identité personnelle renvoie à des catégories de soi définissant l'individu en tant que personne unique, dans sa différence individuelle par rapport à d'autres personnes de son intragroupe. L'identité sociale renvoie aux catégories sociales de soi et d'autrui, dans des catégories de soi définissant l'individu en termes de ses similarités avec les membres de certaines catégories sociales par opposition à d'autres catégories sociales. L'identité sociale se rapporte donc au soi socialement catégorisé (c'est-à-dire au « nous » par opposition à « eux », à l'intragroupe par opposition au hors-groupe).

A l'origine, la théorie a été développée pour expliquer le comportement de groupe. Elle avance l'hypothèse que lorsqu'une identité sociale partagée est rendue saillante, la perception de soi tend à devenir dépersonnalisée, c'est-à-dire que les individus tendent à se définir et à se percevoir moins en tant que personnes individuelles différant les unes des autres, et davantage en tant que représentants interchangeables d'une catégorie sociale partagée. Lorsque par exemple un individu de sexe masculin tend à s'autocatégoriser en tant qu'homme par opposition aux femmes, il (subjectivement « nous ») tend à accentuer la perception de ses similarités par rapport aux autres hommes (et à réduire ses différences personnelles par rapport aux autres femmes). La dépersonnalisation du soi est la stéréotypie subjective du soi en termes d'une catégorisation sociale pertinente, et elle est tenue pour constituer la base cognitive du comportement de groupe.

Dans ce cadre théorique, la recherche s'est intéressée aux conditions auxquelles la catégorisation de soi et des autres devient saillante dans la perception sociale et s'est penchée sur des problématiques telles que la cohésion du groupe, la conformité sociale, la polarisation de groupe, l'influence minoritaire, et les stéréotypes sociaux (cf. Hogg, 1992; Oakes, Haslam et Turner, 1994; Turner, 1991; Turner *et al.*, 1987; Turner, Oakes *et al.*, 1994; voir chapitre 8 bis). L'objectif a été de montrer, en rupture avec les théories traditionnelles postulant le rôle dominant du soi personnel, que l'hypothèse du soi socialement catégorisé est nécessaire pour rendre compte de manière satisfaisante des principaux phénomènes de groupe.

Cette théorie défend l'existence d'un processus d'influence unique, sous forme de conversion (d'acceptation privée, non de complaisance), à la fois informationnel et normatif, et postule que l'identité sociale partagée est un prérequis à toute influence. Elle suppose que les individus s'attendent à être d'accord avec des autres catégorisés comme similaires à soi (en tant que membres d'un intragroupe), et que le consensus parmi les membres de l'intragroupe implique que leur comportement dépend non pas de quelque biais personnel, mais du fait qu'ils partagent la même vision de la réalité. Ainsi le comportement des membres de l'intragroupe tend à être perçu comme objectivement approprié (par exemple comme apportant une information valide sur la réalité) dans la mesure où il est consensuel, c'est-à-dire normatif. C'est l'accord avec les membres de l'intragroupe qui valide les croyances propres, et ce sont les désaccords avec ceux-ci qui créent l'incertitude et rendent possible l'influence réciproque, plutôt que la difficulté de tester la réalité physique.

Une des hypothèses fondamentales de la théorie est que la catégorisation sociale d'autrui comme similaire à soi sur des dimensions pertinentes dans la situation stimulus est un pré-requis à l'influence qui mène à l'acceptation privée: on ne s'attend à être d'accord qu'avec des personnes catégorisées comme similaires à soi, et seul le désaccord avec des personnes similaires engendre l'incertitude. Afin de réduire cette incertitude, l'individu peut « recatégoriser » soi et les autres comme différents sur des dimensions pertinentes, redéfinir la situation stimulus objective (par exemple comme n'étant pas partagée ou comme variant selon le sujet percevant), ou s'engager dans une influence réciproque afin de produire l'accord attendu (persuader et/ou être persuadé).

Lorsqu'on est en désaccord avec des individus catégorisés comme membres d'un hors-groupe, leur différence perçue par rapport à soi explique et justifie le désaccord, aucune incertitude n'apparaît, et il n'y a pas de pression psychologique à une influence mutuelle. Face à des personnes différentes, il n'y a guère de pression à l'uniformité puisque ce sont ces différences mêmes qui expliquent pourquoi elles ont tort, et pourquoi il n'y a pas lieu de se laisser persuader. La théorie pose dès lors explicitement que la persuasion ne peut être le fait que de membres définis psychologiquement comme appartenant à l'intragroupe (selon quelque critère pertinent). Toute donnée indiquant qu'un membre défini psychologique-

ment comme appartenant à un hors-groupe peut produire de l'influence est contraire à la théorie. La catégorisation sociale des autres comme membres d'un hors-groupe constitue en effet une alternative à l'influence, puisque rejeter et disqualifier les autres en tant que différents implique qu'aucune incertitude n'a plus à être résolue.

Toute influence de groupe dépend donc de la catégorisation de celui-ci comme intragroupe plutôt que comme hors-groupe. Il convient toutefois d'écartier l'idée que l'appartenance à l'intragroupe ou au hors-groupe constitue une donnée sociologique fixe, et de considérer au contraire qu'il s'agit d'une variable de nature psychologique. Selon la théorie, les catégories de soi sont « fluides », variables et dépendantes du contexte. Elles sont dépendantes du contexte parce qu'elles sont intrinsèquement comparatives. Elles varient non seulement dans leur contenu et leur signification, mais aussi dans leur niveau d'inclusion. Les mêmes personnes seront parfois incluses dans une catégorie d'appartenance représentant le « soi », et parfois exclues à titre de « non-soi », en fonction du cadre de référence utilisé dans la comparaison. L'idée de comparaison fluide mène à une importante prédiction, selon laquelle les catégories de soi tendent à devenir d'autant plus inclusives que la comparaison sociale passe d'un contexte intragroupe à un contexte intergroupe.

L'application de cette idée à la perception des minorités, par exemple, conduit à l'hypothèse que les minorités tendent à être catégorisées comme hors-groupe dans les contextes de comparaison intragroupe, et comme intragroupes dans les contextes de comparaison intergroupe. Dans le cadre de désaccords au sein du groupe social, nous tendons à définir qui « nous » sommes en tant que majorité par opposition à la minorité déviante. Le « nous » sera défini comme excluant la minorité déviante, comme un « nous la majorité », s'opposant à « eux la minorité ». Cependant, dans le contexte d'un conflit intergroupe plus large avec un « eux » plus différent, un hors-groupe plus divergent, la minorité déviante tendra à être recatégorisée en tant que « nous » par contraste avec un hors-groupe encore plus extrême. Le « nous » ne sera plus réservé alors à la majorité orthodoxe de l'intragroupe, mais sera étendu à l'ensemble des membres de l'intragroupe, en raison de la comparaison avec un hors-groupe à un niveau supérieur d'abstraction. En termes d'autocategorisation, l'« intragroupe », au départ majorité de « nous » à un niveau inférieur d'abstraction, se transforme en un « nous » de niveau supérieur, composé de la majorité et de la minorité. Que la minorité soit intragroupe ou hors-groupe dépend donc d'un contexte social spécifique, et c'est cette variation dans l'autocategorisation qui détermine quand une minorité sera influente.

David et Turner (1992) rapportent un programme de recherches confortant cette analyse. Trois études manipulaient, outre le statut majoritaire ou minoritaire de la source, son identité intragroupe ou hors-groupe, définie en termes sociologiques. Il en ressort que les sujets polarisent leurs jugements, à l'encontre des messages issus du hors-groupe, autant au niveau manifeste et public qu'en privé et à long terme. Aucune différence du statut n'apparaît: la minorité hors-groupe n'a pas plus induit de

conversion que la majorité hors-groupe. Pour ce qui est des sources intragroupes, la majorité a produit davantage d'influence manifeste que latente, alors que la minorité a induit davantage de conversion, c'est-à-dire davantage d'influence latente que manifeste. Deux autres études ont montré que l'influence minoritaire variait selon le niveau, intragroupe ou intergroupe, d'autocategorisation. Un contexte intragroupe, qui introduit une situation de conflit latent entre majorité et minorité, réduit l'influence minoritaire immédiate, mais aussi l'influence différée. Le contexte intergroupe, qui réalise une situation d'influence latente où les sujets se focalisent davantage sur les différences de fond, augmentait aussi bien l'influence immédiate que l'influence ultérieure des minorités. La conversion minoritaire semble donc n'apparaître qu'avec des sources intragroupes, puisque seules des minorités qui font partie de quelque intragroupe social ou idéologique peuvent être recatégorisées comme membres d'un intragroupe psychologique dans le contexte de comparaisons définies à un autre niveau, intergroupe. Finalement, deux études étayaient l'idée que seules des minorités intragroupes, ou des minorités hors-groupes moins extrêmes ou moins dissidentes se prêtant à une telle recatégorisation, peuvent produire de l'influence.

Ce qui est fondamental pour comprendre la base explicative de ce modèle c'est l'incompatibilité entre les différents niveaux de catégorisation: l'activation de l'un implique la désactivation des autres. Notamment, quand on active le niveau intermédiaire de catégorisation, l'individu n'a plus une identité personnelle, mais se perçoit comme un exemplaire d'une catégorie sociale. Il fonctionne alors de manière dépersonnalisée ou déindividué, selon un ensemble de caractéristiques (propres à cette catégorie) qu'il a intériorisées. Une idée de base est que la confiance qu'a un individu en la validité de ses jugements dépend du degré de support qu'il reçoit des membres de l'intragroupe. Ce n'est que si l'intragroupe ne supporte pas les jugements de l'individu que naît l'incertitude. Trois possibilités se présentent dans ce cas pour réduire l'incertitude: soit on recatégorise l'intragroupe comme un hors-groupe, ce qui fait que son jugement n'est plus pertinent; soit on considère que la situation n'est pas identique pour soi et pour la source, ce qui revient à introduire des différences dans les dimensions de comparaison sociale (Wood et Taylor, 1991); soit finalement on peut essayer d'influencer, ou se laisser influencer, afin d'éliminer la divergence entre les positions de l'intragroupe. Dans ce dernier cas, on se rapprochera des jugements perçus comme étant les plus (proto)typiques de la position du groupe. En termes de niveau d'influence, cette conceptualisation amène à concevoir que l'influence d'un intragroupe ne se limite pas à une forme de complaisance, mais amène à une acceptation privée.

Ces hypothèses reprennent donc les idées de Festinger sur le rôle du consensus pour la validation des jugements, et l'idée de Moscovici (1979) que l'origine de l'incertitude est sociale, et non pas inhérente à la tâche. Cependant, une précision théorique récente apporte les éléments de distinction entre les prédictions de la théorie de l'autocategorisation et les hypothèses de Festinger (McGarty, Turner et al., 1993). Selon Festinger (1950), le degré d'information que l'individu possède



est essentiel : s'il a une maîtrise sur la réalité physique, il ne dépendra pas d'autrui, qu'il soit similaire ou dissimilaire, qu'il soit en accord ou en désaccord avec lui. L'individu n'est dépendant d'autrui que lorsqu'il ne possède pas suffisamment d'information pour considérer son jugement comme valide, auquel cas il est plus susceptible d'être influencé par des autres similaires. Selon McGarry *et al.* (1993), et en accord avec la théorie de l'autocategorisation, ce sont les autres similaires qui sont fondamentaux : c'est dans ce cas qu'on prédit l'influence, indépendamment du niveau d'information dont on dispose. Celui-ci n'intervient que dans le cas d'autres différents. On peut donc dire que dans ce modèle l'influence consiste en un processus d'assimilation de l'information considéré comme valide parce que fondée sur le consensus intragroupe.

Une autre idée, développée récemment pour rendre compte des niveaux d'influence, est que plus le contexte intergroupe est saillant (plusieurs groupes étant présents), et plus une minorité intragroupe sera perçue comme similaire à la majorité du même intragroupe (voir encadré 18). Ceci implique que la norme majoritaire aura moins de pouvoir prescriptif (ce qui laisse plus de facilité pour accepter les positions minoritaires déviantes) puisque la cible doit aussi inclure la position de la minorité intragroupe. En revanche, dans un contexte social exclusivement intragroupe, la séparation entre majorité et minorité sera plus saillante, ce qui fait que la norme majoritaire sera plus prescriptive, et que la position minoritaire sera perçue comme étant plus hors-groupe. Dans un contexte intragroupe la majorité aura donc plus d'influence, tandis que dans un contexte intergroupe la minorité verra la sienne augmenter.

Il apparaît donc que les principes explicatifs de cette approche, et notamment la notion d'élargissement du contexte social de comparaison, se trouvent en opposition avec l'approche fondée sur une motivation au consensus, principalement pour ce qui est d'expliquer les effets des études où la mesure de l'influence latente est en dehors du contrôle conscient des sujets, et porte sur des dimensions peu pertinentes pour le concept de soi ou pour les rapports entre soi et le groupe (comme c'est le cas pour le paradigme bleu-vert de Moscovici et Personnaz, 1980, ou pour le paradigme de Brandsrätter, Ellemers *et al.*, 1991 ; voir chapitres 13 et 12). En définitive, cette approche se montre compatible avec des explications fondées sur l'emprise de la source, et notamment avec l'explication que l'on a vue du pouvoir de référence. En revanche, elle n'admet pas qu'un hors-groupe puisse avoir une quelconque influence dès lors qu'il est perçu à un niveau intermédiaire d'autocategorisation, à l'encontre donc des modèles postulant un tel effet (voir chapitre 14 et encadré 29).

## LE CONFLIT

La théorie du conflit comme mécanisme de l'influence sociale repose sur l'idée que toute source (même minoritaire, hors-groupe, ou sans ressources susceptibles de mettre la cible en état de dépendance) peut à certaines conditions induire une influence. C'est en vertu du conflit qu'elle génère qu'une source peut ébranler et remettre en question le système de jugements de la cible (Moscovici, 1980).

Selon sa nature cependant, c'est-à-dire selon le mode de gestion du conflit qu'elle active, elle déclenchera une influence plutôt manifeste ou plutôt latente.

### *La création du conflit : les styles de comportement*

La création et le maintien du conflit dépend surtout du style de comportement adopté par une entité sociale donnée lorsqu'elle prône sa contre-norme. Parmi les styles de comportement la consistance peut être considérée comme le plus fondamental. Moscovici (1979) distingue deux types de consistance : la consistance synchronique et la consistance diachronique (*cf.* Kaiser et Mugny, 1987). La première a trait au caractère unanime de la réponse de la source et à la perception de sa cohérence. La consistance diachronique est la répétition systématique de la réponse à travers le temps, et amène les sujets à inférer une volonté de la source de maintenir activement son point de vue alternatif. Pour ce qui est de l'influence minoritaire, un principe à retenir est qu'elle sera nulle dès lors que la minorité se montre inconsistante (Moscovici, Lage et Naffrechoux, 1969 ; voir chapitre 13), ou peu conflictuelle (Mugny et Pérez, 1985).

Mugny (1982) illustre pour sa part comment une source minoritaire consistante peut avoir recours à différents styles de négociation pour orienter la gestion du conflit. Plusieurs études montrent que le conflit induit une influence au niveau direct ou public lorsqu'une source adopte un style à la fois consistant et flexible. En revanche, si la source se montre consistante et rigide à la fois, le conflit tend plutôt à être résolu au niveau indirect. L'auteur propose aussi un modèle psychosociologique pour théoriser au niveau sociétal l'influence qui naît du conflit. Il part d'une modélisation de la société dans laquelle sont présentes trois entités : le pouvoir, la population et la minorité. Le pouvoir est l'entité normative de la triade ; qu'il s'agisse de l'institution, du groupe, de la majorité, du leader, c'est l'entité qui représente la norme dominante. La population est constituée par l'ensemble des individus qui sont soumis à la norme dominante. La minorité est l'entité qui défie le pouvoir et qui essaie d'introduire une nouvelle norme. Ce modèle différencie les relations qui existent entre ces trois entités. Entre le pouvoir et la population il y a un rapport de domination : la population est dépendante de la norme. Entre la minorité et le pouvoir il existe un rapport d'opposition et d'antagonisme, qui s'explique par la tentative du pouvoir de maintenir la norme dominante, et par la défense consistante de la contre-norme de la part de la minorité. Celle-ci entretient un rapport de conflit et de négociation avec la population, cible de l'influence minoritaire ainsi que de celle du pouvoir. Ce modèle peut concevoir d'autres conflits que simplement celui d'une source avec sa cible d'influence, et a permis de conceptualiser les résistances au changement (comme la psychologisation ; Papastamou, 1987, 1993 ; voir chapitre 14) d'un point de vue social, et non seulement d'un point de vue intra-individuel.

### *Conflit et conversion*

Comment le conflit peut-il constituer un facteur de changement ? L'explication avancée dans le cadre de la théorie du conflit (Moscovici, 1980 ; voir chapitre 13)

*Influence minoritaire et dissocation*

La théorie de la dissocation (Pérez et Mugny, 1989; voir chapitre 14) contribue au développement d'une approche de l'influence fondée sur le conflit par la spécification du rapport entre les processus de comparaison sociale et de validation qui permet — ou non — la résolution d'un conflit au niveau latent. L'hypothèse est que pour qu'une source de bas statut puisse induire une influence latente, le sujet doit pouvoir dissocier le processus de comparaison sociale de celui de validation (examen du contenu du message). L'attention accrue au contenu du message minoritaire (Personnaz et Guillon, 1985; Tesser, Campbell et Mickler, 1983) peut mener à son intériorisation (Falomir, Pérez et Mugny, 1990; Pérez, Falomir et Mugny, 1995). Or, si la cible parvient à dissocier le contenu du message de la comparaison avec son émetteur, ou qu'elle arrive même à « oublier » qui est l'émetteur, en un effet de cryptométrie sociale, ce message peut l'influencer, à son insu. Ceci est possible, non pas au niveau direct, manifeste, immédiat, où la source pâtit de son identité minoritaire, mais à un niveau latent. Cette notion apparaît essentielle pour comprendre pourquoi certaines résistances à l'innovation (comme la psychologisation; cf. Papastamou, 1993) suppriment toute influence, manifeste et latente, alors que d'autres (comme le déni ou la censure; cf. Moscovici, 1987) n'agissent qu'au niveau manifeste, favorisant même une influence latente. C'est que les premières centrent toute l'activité cognitive sur les enjeux identitaires, alors que les secondes permettent à la dissocation de prendre place (voir chapitre 14).

*Formes de pensée et influence sociale*

Bien qu'inspirée du modèle interactionniste, la proposition de Nemeth (1986, 1987; voir chapitre 13) est d'intégrer les caractéristiques de la source et les processus qui interviennent dans le traitement de l'information dans un même modèle théorique de l'influence sociale: les caractéristiques de la source induisent, selon que la source est numériquement majoritaire ou minoritaire, des formes de pensée spécifiques qui déterminent la modalité de l'influence. Ce modèle contribue donc à spécifier les mécanismes à la base du traitement de l'information qu'une cible active face à une source majoritaire ou minoritaire.

Une majorité induit une pensée convergente. Le fait d'être confronté à une source majoritaire a d'abord une série de conséquences au niveau émotionnel et motivationnel. D'une part l'individu ressent un fort stress dû à la peur de se sentir seul face à l'unanimité. En plus, le sujet apparaît motivé à reconnaître qu'une source majoritaire doit être correcte. Ces deux conditions amènent l'individu à un rétrécissement cognitif (Zajonc, 1965), les sujets formant une représentation bidimensionnelle des jugements possibles: le leur et celui de la majorité. L'individu sera alors centré sur celle de la majorité, puisqu'elle doit être correcte. Cette pensée convergente amènera l'individu, sinon à reprendre à son compte les éléments présents dans la réponse majoritaire, du moins à s'en inspirer.

Si la source est minoritaire, elle n'a pas d'emprise sur la cible; cependant sa nature alternative stimule chez les sujets une pensée divergente. Une source

part d'une différence entre le cas où la source est le pôle dominant (majorité, expert) de la relation source-cible, et le cas contraire où la source se situe plutôt sur le pôle subordonné. Le conflit face à une source majoritaire déclenche un processus de comparaison sociale. Celui-ci fonctionnerait selon deux voies complémentaires. La première est, comme nous l'avons vu, l'incertitude (cf. Mugny, Butera, *et al.*, 1993). Dans une situation rendue socialement incertaine par le conflit qu'introduit le désaccord entre des points de vue divergents, la cible serait amenée à déterminer le degré de certitude et de justesse de sa réponse en comparant aux réponses auxquelles elle est exposée. L'influence dépend alors de ce que raison apparaît dans une position dominante (au-dessus d'autres sources et/ou au-dessus de la cible d'influence elle-même), et qu'une différence existe donc dans les ressources psychosociales à disposition (comme le statut, le nombre, la crédibilité) qui soit favorable à la source et défavorable à la cible. La cible peut alors adopter la réponse de la majorité parce que c'est le consensus qui devient le critère de certitude et de vérité (Festinger, 1954; Moscovici et Doise, 1992).

La deuxième voie est celle de l'identification. Par un processus de comparaison sociale, la cible peut aussi assigner des attributs aux sources, et déterminer le degré d'attrait de celles-ci. C'est en fonction de ces attributs que le mécanisme de l'identification produit des effets. En fonction de cette autre voie de la comparaison sociale, l'extension de la théorie de l'identité sociale aux processus d'influence laisse supposer (Mugny et Pérez, 1991; Turner, 1991) que les cibles convaincus d'une communauté d'appartenance avec la source la jugent plus positivement qu'une source avec laquelle une telle communauté catégorielle n'est pas ressentie, et s'en approchent à la manière d'un favoritisme intragroupe.

Le cas des sources de bas statut est tout autre. Par son style de comportement consistant, une minorité se définit dans la mesure où cette minorité est active et conflictuelle. Celui-ci se maintient dans la mesure où cette minorité est sujette à un déni, au refus de lui accorder toute vraisemblance, étant donné son statut (Moscovici, 1987). Le fait de se voir en conflit avec la minorité, ainsi que le fait de ne pas pouvoir l'accepter (en résolvant par là le conflit) amène au processus de validation (Moscovici, 1980). Selon celui-ci, la cible cherche la voie de sortie au conflit dans l'examen de l'objet de la divergence. Souvent cela n'est possible qu'en diversifiant la façon de voir l'objet: à un niveau on rejette les contenus qui définissent directement l'identité de la minorité (ce qui accentue le conflit et la visibilité de la minorité), mais à un autre niveau on adopte ses principes normalisés plus généraux, indirects, de telle façon qu'on réduit de façon latente l'intensité du conflit.

C'est là le phénomène de l'influence minoritaire: son déni et son rejet ne font qu'accroître sa visibilité et l'intensité du conflit qu'on entretient avec la source minoritaire. La résolution d'un tel effet pervers (plus on rejette la minorité, plus on intensifie le conflit; voir chapitre 14) est de prendre en compte le message de la minorité. Mais cela ne peut se faire qu'à un niveau latent, du fait du rejet manifeste auquel sont soumises les sources minoritaires, selon une succession de phases de gestion du conflit (voir encadré 28).

minoritaire n'induit pas de stress et aucune présupposition sur sa validité n'est faite (même si on présuppose souvent qu'elle est incorrecte). L'individu sera alors en mesure de considérer un espace multidimensionnel dans lequel d'autres jugements sont possibles, outre le sien et celui de la minorité. L'influence due à cette pensée divergente ne consiste pas en un rapprochement de la réponse de la source minoritaire, mais en la formulation d'une réponse qui intègre plusieurs dimensions du problème, ou qui met en évidence un nombre plus grand de solutions.

#### *L'élaboration du conflit*

La théorie de l'élaboration du conflit (Pérez et Mugny, 1993; voir chapitre 10 bis) propose une classification des différents types de conflits, en prenant en compte les caractéristiques de la source qui introduit le conflit, et celles de la tâche dans laquelle est introduite une divergence entre cible et source. Elle différencie les sources selon trois paramètres: le nombre (une majorité ou une minorité), l'expertise (un expert ou un novice), et l'appartenance catégorielle (une source intragroupe ou hors-groupe). Elle différencie également trois types de tâches pour lesquelles le conflit sera un mécanisme de changement: les tâches objectives non-ambiguës (des tâches simples où la réponse est connue d'emblée), les tâches d'aptitude (comme des résolutions de problèmes), et les tâches d'opinion (où la divergence porte sur des opinions, des attitudes ou des valeurs). Un quatrième type de tâches (non impliquantes socialement) est distingué, où le conflit est non pertinent, ou est simplement évité. Ce modèle propose qu'à chaque modalité d'influence (soit plutôt manifeste, publique, directe ou immédiate, soit plutôt latente, privée, indirecte ou différée) correspond une modalité particulière d'élaboration du conflit, découlant de la divergence introduite par une source particulière dans une tâche spécifique.

Cette conceptualisation vise à expliquer les différentes dynamiques d'influence possibles par une même notion intégrative, celle d'élaboration du conflit. Elle permet d'envisager la compatibilité des différents principes explicatifs présentés dans ce chapitre, et de préciser la spécificité des conditions de leur intervention. Ainsi, on peut concevoir que l'attente de consensus organise les dynamiques d'influence surtout dans les tâches objectives non ambiguës, où les sujets seraient particulièrement préoccupés par la proportion d'individus qui sous-tend la divergence. Le degré de compétence attribué à la source serait un principe central spécifiquement à l'œuvre dans les tâches d'aptitude, puisque le problème qui se pose aux individus est de réussir la tâche, ou de s'y montrer le plus compétents possible. La catégorisation serait la dynamique nodale à l'œuvre dans les tâches d'opinion, où l'élaboration du conflit est modulée par les appartenances catégorielles relatives de la cible et de la source, et par l'identification de l'une à l'autre. Finalement, dans les tâches non impliquantes, où le conflit est moins pertinent, ce sont surtout les modalités qu'assume le traitement des informations saillantes qui apparaissent centrales. Ce sont elles qui font l'objet de la section suivante.

#### LES APPROCHES DU TRAITEMENT DE L'INFORMATION

Il existe dans la littérature un ensemble de théories qui décrivent des processus cognitifs impliqués dans le traitement de l'information qui se fait dans une situation d'influence. Ces théories se centrent moins sur l'étude de l'interdépendance sociale que sur celle des traitements cognitifs à la base du changement. En ce sens elles apportent des précisions quant au fonctionnement de processus en jeu dans l'influence sociale.

#### *La taille de la source d'influence*

Dans plusieurs modèles il est proposé que l'influence sociale serait déterminée par le traitement que l'individu fait de la composition numérique de la source et de la cible. C'est le cas de la théorie de l'impact social (Latané et Wolf, 1981; Wolf et Latané, 1985). Celle-ci considère l'influence comme une fonction multiplicative de la force de la source (son statut, son pouvoir ou sa compétence), de sa proximité dans le temps ou dans l'espace par rapport à la cible (en quelque sorte sa saillance psychologique), et du nombre relatif de personnes composant la source et la cible. L'idée maîtresse est que l'impact d'une source est une fonction qui s'accroît négativement avec le nombre de sources, de façon telle que chaque source additionnelle a moins d'impact que les sources précédentes. De plus, l'impact décroît progressivement et de façon non linéaire avec l'augmentation du nombre de cibles. Une approche similaire, bien que basée sur une équation différente, peut être trouvée dans le modèle de l'influence sociale de Tanford et Penrod (1984).

Un autre modèle conceptualise l'influence comme fonction des sous-consensus en confrontation, c'est-à-dire selon la proportion qu'autrui représente dans le rapport au nombre total des entités impliquées (« *other/total ratio* »; Mullen, 1983, 1985). Ce modèle rend compte des effets de conformité comme fonction de la proportion qu'autrui (la source d'influence) représente par rapport au total des membres du groupe: l'influence augmente quand augmente l'expression O/O+S où, dans un groupe donné, S correspond au nombre de personnes qui constituent le sous-groupe du sujet, et O au nombre de personnes qui constituent l'autre sous-groupe. La différence fondamentale qui distingue ce modèle du précédent est que dans celui-ci l'expression mathématique ne détermine pas directement l'influence, mais affecte une variable psychologique intermédiaire qui détermine le degré d'influence: l'auto-attention (Carver et Scheier, 1981). Celle-ci implique que si l'attention portée à son propre comportement augmente, l'individu aura tendance à rendre son comportement conforme à un standard considéré adéquat. Selon un principe gestaltiste de saillance de la forme sur le fond, un groupe moins nombreux (la minorité) sera plus saillant que le groupe plus nombreux. Puisque la minorité est alors saillante, elle deviendra la cible d'attention de tous les sous-groupes, y compris elle-même. L'augmentation de l'auto-attention chez les membres de la minorité va donc augmenter leur conformité, c'est-à-dire leur tendance à rendre leur réponse conforme à un standard saillant. Puisqu'il est assumé que le standard saillant est celui d'autrui, il s'ensuit que les majorités ont plus d'influence que les minorités.

On voit comment ces modèles, dans lesquels c'est le degré de consensus qui est à la base de l'influence, diffèrent des modèles de l'influence sociale présentés précédemment; en effet le consensus n'est pas considéré comme une modalité d'interdépendance sociale, mais comme la simple évaluation numérique du support dont jouit chaque jugement. Notons encore que ces modèles ont pour particularité de ne pas offrir de prédiction spécifique selon le niveau manifeste ou latent (Wolf, 1987).

#### *La perception de l'homogénéité des groupes*

Wilder (1990) soutient que l'influence est plus accentuée quand elle vient d'un intragroupe plutôt que d'un hors-groupe. Cette position puise ses origines dans le fait que dans le paradigme de Asch (voir chapitre 12), on ne trouve pas une augmentation de l'influence quand le groupe se compose de plus de trois individus. Son explication est que le sujet ne les considère plus comme des individus distincts, mais comme un groupe homogène, donc comme une entité en soi. Dans une série de recherches (Wilder, 1977), il montre alors comment un groupe obtient plus d'influence lorsque ses membres sont perçus comme indépendants que lorsqu'ils sont considérés comme un groupe unique.

Ces résultats ont été repris par la suite pour expliquer la supériorité de l'intragroupe en termes d'influence. Plusieurs travaux ont en effet mis en évidence un biais d'homogénéisation du hors-groupe (cf. Judd et Park, 1988; Park et Judd, 1990): les membres des autres groupes sont le plus souvent perçus comme ayant plus de ressemblances entre eux que les membres du groupe propre. L'hypothèse de Wilder (1990) est alors que les groupes plus hétérogènes sont davantage considérés comme composés d'individus indépendants, et ont plus d'influence. Il en découle que l'intragroupe doit avoir plus d'influence que le hors-groupe. Son explication ne rend cependant pas compte de l'influence latente, et en particulier de celle issue de sources hors-groupes (cf. Volpato, Maass *et al.*, 1990; voir encadré 29).

#### *Traitement de l'information et persuasion*

Un premier modèle, celui des traitements heuristique et systématique, prend en compte deux modalités de traitement de l'information et leurs effets d'influence respectifs (Chaiken, 1980; Eagly et Chaiken, 1984). La première modalité possible est le traitement heuristique (Chaiken, 1987). Il s'agit là d'un traitement « de surface », où l'attention est plus portée sur des éléments extérieurs au message persuasif que sur le contenu de celui-ci. Le traitement heuristique consiste à considérer la forme du message (comme sa longueur), les caractéristiques de la source (comme son expertise, son caractère physique agréable), ou l'importance du support numérique que reçoit le message (Arsom, Yates et Chaiken, 1987). En ce qui concerne la profondeur des effets d'influence d'un tel traitement de l'information, Chaiken (1987) note que les opinions formées par ce mode de traitement sont temporaires et instables, puisque aucune cognition d'étyage n'a été générée. Le traitement systématique constitue par contre une « orientation compréhensive et analytique du traitement de l'information dans laquelle les individus accèdent à une grande

quantité d'information à travers sa pertinence avec la tâche de jugement » (Eagly et Chaiken, 1993, p. 326). L'accent est donc mis sur le fait que le message est traité en soi, en relation avec l'objet auquel il se réfère, et par rapport à d'autres éléments qui pourraient être pertinents. L'effort et l'attention sont ici fortement intenses; les changements qui en découlent sont stables dans le temps, résistent à la dissension, et peuvent se généraliser à d'autres questions apparentées.

La question se pose de savoir quand l'un ou l'autre de ces traitements interviendra. Le premier déterminant semble être la motivation. Plusieurs expériences montrent que si le sujet a un intérêt personnel dans la réponse ou dans l'argument général qui est en train d'être discuté, alors le traitement sera plus systématiquement (Chaiken, 1980). Il faut cependant tenir compte du fait que les caractéristiques de la source peuvent avoir un degré plus ou moins élevé de saillance. Ainsi Chaiken et Eagly (1983) démontrent que lorsque la source s'exprime par vidéo, les sujets acceptent plus son message lorsqu'elle est attractive, alors que ce n'est pas le cas quand le message est donné par écrit. Finalement, la compétence ou habileté de la cible dans une tâche peut entraîner un traitement plus systématique de l'information (Chaiken, 1987).

Le modèle de la probabilité d'élaboration (*Elaboration Likelihood Model*; Petty et Cacioppo, 1986) présente une structure très similaire au modèle des traitements heuristique et systématique que nous venons de présenter. En effet, ces auteurs soutiennent que la persuasion peut passer par deux « routes », l'une plus centrale, l'autre plus périphérique. La route centrale de la persuasion correspond à ce que l'on a vu précédemment sous le nom de traitement systématique: un traitement centré sur le message et sur l'élaboration de ses caractéristiques. Les attitudes formées par cette route sont censées être relativement résistantes, stables et prédictives des comportements futurs. La route périphérique de la persuasion s'apparente au traitement heuristique. Cette route est empruntée quand les individus utilisent des attributions, des heuristiques, ou quand ils se basent sur des mécanismes identitaires. Les attitudes formées par cette route sont censées être plus éphémères. Les postulats de base sont aussi très similaires: les individus désirent atteindre des jugements corrects, mais la nature de leur traitement de l'information dépend de leurs motivations et de leurs capacités. Si la motivation et la capacité sont hautes, la probabilité d'une élaboration de type central le sera aussi. Trois types de variables sont identifiées par Petty et Cacioppo pour rendre compte des changements d'attitude. Le premier définit ce qui, dans un message, est susceptible de le rendre persuasif; les auteurs se réfèrent ici à la « force » des arguments contenus dans le message, élément qui joue dans ce modèle un rôle fondamental. Le deuxième type de variables inclut les indices périphériques, éléments que l'on a vu affecter le passage par une route périphérique. Finalement, il y a les variables qui affectent la motivation et la capacité à élaborer, et qui donc déterminent la probabilité d'élaboration.

Une série de travaux s'inspire de ces modèles pour prédire une supériorité de l'influence d'une source majoritaire ou intragroupe. Mackie (1987) montre ainsi qu'une majorité peut avoir une influence directe et indirecte. Bien que les expériences soient relativement complexes, l'explication donnée est simple: le consensus majoritaire amenant à percevoir sa position comme objective, celle-ci est adoptée par le sujet, son acceptation privée et de longue durée étant attribuée à

un traitement systématique. Mackie, Worth et Asuncion (1990) trouvent dans la même veine qu'un intragroupe induit plus de traitement systématique et amène à plus d'influence qu'un hors-groupe. Il apparaît dans cette formulation qu'une majorité ou un intragroupe peuvent obtenir des effets d'influence latente. Mais ceci est possible, selon cette théorie, seulement s'il existe au préalable une influence directe. Une telle conceptualisation ne rend cependant pas compte des processus amenant aux effets latents d'une source minoritaire ou hors-groupe.

#### *Motivations épistémiques et traitement de l'information*

Un autre modèle dérive d'une théorie plus générale de la motivation à connaître, organisée selon deux variables (Kruglanski, 1989, 1992). La première est la nécessité de parvenir à un « aboutissement » (une conclusion quant à une connaissance) ou d'éviter cet aboutissement. La deuxième variable concerne la spécificité ou la non-spécificité de cet aboutissement, c'est-à-dire l'importance pour l'individu de parvenir soit à une connaissance spécifique, soit à une connaissance quelconque. Le besoin d'atteindre un aboutissement non spécifique concerne le fait de pouvoir parvenir à une réponse, quelle qu'elle soit, par opposition au risque de rester dans l'incertitude, ce qui est important dans les situations où une réponse doit être fournie dans un délai donné, ou lorsqu'un prestige est associé au fait de posséder une connaissance. Le croisement des deux variables donne lieu à trois autres cas. D'une part la nécessité d'éviter un aboutissement non spécifique (par exemple, éviter de s'engager prématurément dans un jugement incorrect); d'autre part la nécessité d'atteindre un aboutissement spécifique (savoir qu'on a reçu la place de travail désirée); finalement, la nécessité d'éviter un aboutissement spécifique.

Le but de ce modèle est d'intégrer l'ensemble des processus d'influence sociale en tant que dérivant des motivations décrites. Ainsi, la nécessité d'atteindre un aboutissement spécifique serait par exemple à la base des phénomènes d'identification (l'individu cherche à s'attribuer une caractéristique spécifique de la personne ou du groupe de référence), ainsi que de la pression normative. A l'opposé, la nécessité d'éviter un aboutissement spécifique serait à la base de la dissimulation (Lemaine, 1975). Tous les processus qui impliquent un traitement systématique de l'information (comme la validation ou l'intériorisation) seraient dus à une nécessité d'atteindre un aboutissement non spécifique. Il est à noter l'hypothèse explicative de la différence entre influence manifeste et latente (et donc de la conversion): les phénomènes tels que la dissociation sont dus à un changement de motivation dans le temps qui rendrait compte de la différence de traitement du message minoritaire entre les deux phases.

#### CONCLUSION

Dans ce chapitre, nous avons voulu proposer une synthèse des principales théories de l'influence sociale selon quatre principes explicatifs: le consensus, la dépendance, la catégorisation et le conflit. Ces principes renvoient aux fondements

explicatifs proposés par les différents auteurs qui ont travaillé ou travaillé dans le domaine de l'influence sociale; il faut cependant admettre qu'il s'agit là de modélisation et que, comme on l'a souligné auparavant, plusieurs mécanismes (que ce soit l'attente de consensus, la dépendance d'une source ou la nécessité de résoudre un conflit) peuvent être à l'œuvre dans la même situation d'influence. De plus, nous avons voulu présenter deux conceptions différentes du changement. La première vise à l'expliquer en partant d'une conception de l'interdépendance sociale; selon celle-ci, on ne peut comprendre l'influence sociale en faisant abstraction des relations sociales. Ces relations sociales déterminent l'adoption du jugement de la source, son élaboration, l'activité cognitive qui y est impliquée. L'autre approche, celle du traitement de l'information, conçoit le changement comme une question de traitement par l'individu de l'information que propose une source ou une autre. La source n'est pas une entité sociale qui influe sur l'activité cognitive par le type de rapport social qu'on entretient ou qu'on veut maintenir avec elle. Elle entre au même titre qu'un argument supplémentaire, ou comme n'importe quelle autre heuristique, utilisée d'une façon ou d'une autre dans le traitement de son message, qui dépend finalement de la motivation et de la capacité de l'individu à effectuer un traitement ou un autre de la situation. En bref, dans le cas de l'influence sociale, le changement est une question relevant de la psychologie des groupes, où l'interdépendance entre cible et source, que ce soit pour des enjeux identitaires ou épistémiques, est nodale. Dans celui du traitement de l'information, le changement relève de la psychologie cognitive, la cible étant en quelque sorte considérée comme un spectateur, certes actif du point de vue sociocognitif, qui pondère les inférences qu'il peut tirer des propriétés de la source et/ou du message. Si la réalité se situe vraisemblablement dans leur articulation, il est à gager que la recherche future permettra de jauger la valeur heuristique respective de chaque explication à la mesure de sa capacité d'intégration de la multiplicité des formes d'influence, et en particulier celle de rendre compte des patrons d'influences à différents niveaux.