Psychologie Sociale

JEANNE FELTRIN

**IRTS DE LORRAINE – Site de Nancy**

Table des matières

[I. Les différents types de réunion : 3](#_Toc418080511)

[II. La réunion 4](#_Toc418080512)

[1. Le rôle de l’animateur dans la réunion : 4](#_Toc418080513)

[2. Pourquoi préparer la réunion : 4](#_Toc418080514)

[3. Que faire avant la réunion : 5](#_Toc418080515)

[4. Pendant la réunion 5](#_Toc418080516)

[5. A faire a la fin de la réunion 6](#_Toc418080517)

[6. Comment le groupe peu mettre en difficulté 6](#_Toc418080518)

[I. Le conformisme 11](#_Toc418080519)

[1. L’expérience de ASCH 11](#_Toc418080520)

[2. L’expérience de MOORE 11](#_Toc418080521)

[3. Comment expliquer le conformisme 12](#_Toc418080522)

[II. Formes d'influence sociale : 12](#_Toc418080523)

[1. Les attitudes Conformisme varient en fonction de : 12](#_Toc418080524)

[2. l'influence minoritaire : 13](#_Toc418080525)

[A. Expérience 1 : MOSCOVICI, LAGE et NAFFRECHOUX 13](#_Toc418080526)

[B. Expérience 2 : MOSCOVICI, LAGE et NAFFRECHOUX 13](#_Toc418080527)

[C. Expérience 3 : les limites de l’influence minoritaire 14](#_Toc418080528)

[D. Expérience 4 : les limites de l’influence minoritaire 14](#_Toc418080529)

[3. Conclusion sur les différentes formes d’influences 14](#_Toc418080530)

[III. La persuasion 15](#_Toc418080531)

[1. Soumission à une autorité 15](#_Toc418080532)

[A. L’experience de Milgram 15](#_Toc418080533)

[2. Changement d’attitude 17](#_Toc418080534)

[A. Expérience de Festinger et Carlsmith 17](#_Toc418080535)

[3. Processus inconscient de rationalisation 18](#_Toc418080536)

[4. Différentes stratégies de rationalisation 18](#_Toc418080537)

[A. Processus 19](#_Toc418080538)

[IV. Travail social ? 19](#_Toc418080539)

[V. Conclusion 20](#_Toc418080540)

[VI. Biais perceptifs 20](#_Toc418080541)

Conduite de réunions

***Le 02 février 2015***

***DC3 M20***

**Bouvet Floriane**

# Les différents types de réunion :

* **Réunion d’équipe** : Réunion constitué de l’ensemble de l’équipe qui travaillent ensemble quotidiennement.
* **Réunion de service** : réunion constitué de l’équipe mais également des chefs de service, réunions plus officiel que les réunions d’équipe.
* **Réunion institutionnelle** : réunion avec l’intégralité des salariés de l’institution. Cette réunion est peu fréquente. Elle permet de faire passer des informations à l’ensemble des salariés.
* **Réunion de synthèse** : on se réuni sur un ou plusieurs usagers et réflexion sur la prise en charge et l’organisation pour le suivie de l’usager. Réunion qui est pluri-professionnel
* **Réunion clinique** : réunion qui a pour but la résolution de problème, souvent dans un cadre médical ou médico-social (peut aussi être appelé : étude de cas)
* **Réunion de crise** : suite à un évènement, réunion immédiate et parler que de cet évènement et trouver une solution. C’est quand il faut agir très vite.
* **Réunion de régulation** : permet l’organisation du planning et l’organisation du groupe
* **Réunion de concertation** : réunion avec des personnes qui sont complétement extérieur a cette structure et qui vienne spécialement pour prendre une décision
* **Réunion d’informations** (elle peut-être ascendante ou descendante) (réunion institutionnelle) : l’information part des éducateurs vers le groupe. Transmettre des informations sur l’équipe, les différences choix pris dans l’équipe.
* ***Descendante*** : l’animateur gère le déroulement de la réunion. Pour cela il faut savoir adapter le discours, être clair et précis. S’arrêter qu’on est bien compris et permettre l’échange à la fin de la réunion On peut parler de briefing. On énonce les faits. Quand on est animateur si on doit transmettre des informations on doit être vigilant sur la transmissions ; la compréhension. Il faut forcément un échange mais conducteur ver le groupe.
* **Ascendante**: interviewer de groupe qui va aller à chercher les informations. La personne va aller chercher des informations en questionnant tout le monde (souvent le cas en réunion de synthèse)
* **Conseil de la vie social (CVS)** : la parole est entièrement à l’animateur.
* **réunions de négociation**: groupe d’opinions divergentes lors de la réunion on les confronte, dans le but de négocier un ajustement.
* **Réunion anti-rumeur** : permet de ramener la réalité dans la structure.
* **Réunion de discussion ;** ou on retrouve l’analyse des pratiques professionnels, ou on va chercher à favoriser les échanges, les interactions.
* **Réunion de prise de décision, de résolution de problème** : à l’intérieur de cette réunion va aller à chercher à résoudre le problème (ou va retrouver le Jury dans ces réunions) On va chercher à amener le débat dans le but de prendre une solution collective. Le rôle de l’animateur est de relever les faits, chercher les avis des uns des autre, décision, vote, consensus par les experts. Chercher les solutions auxquelles on n’a pas pensé et prendre une décision.
* **Réunion de stimulations** ; se regrouper pour maximiser la créativité, la production d’idée dans le cadre d’un projet. En amont de la réunion de résolution de problème outil : brainstorming sans limite et sans jugement.

# La réunion

## Le rôle de l’animateur dans la réunion :

**Catalyser les faits** : avoir un maximum d’éléments. Faire partager au maximum les points de vue, que tout le monde puisse s’exprimer et aller à la résolution de ce problème.

Parfois l’animateur a l’obligation de se positionner face à un problème et donc avoir la position de médiateur et faire avoir les avis de chacun et de contenter tout le monde pour aller à la meilleur solution possible

## Pourquoi préparer la réunion :

**Première chose à faire :** ou se situer, quelle type de réunion il faut mettre en place et donc se positionner pour savoir quelle rôle nous devront prendre.

**QQOQCCP**: QUI**, QUOI, OU, QUAND, COMMENT, COMBIEN, POURQUOI** 🡪 quand la réunion est prête, il faut répondre aux questions :

* **QUI**? Public, usagers, mais aussi qui sont présent à la réunion, qui doit venir, qui ne doit pas venir, qui est concerné par la réunion, pour qui on fait la réunion. Qui sont les acteurs de la réunion, qui est la cible
* **QUOI ?** De quoi on va parler, en relation avec qui.
* **OU**? Le lieu de la réunion est important. Plus le lieu est sûr, calme, restreint, est plus sûr d’être plus efficace
* **QUAND**? Date de la réunion, la durée, la périodicité, c’est important de dire la durée de la réunion.
* **COMMENT ?** Ce sont les conditions de la réunion, s’il y a besoin de matériel…
* **COMBIEN ?** S’il y a besoin d’argent

* **POURQUOI ?** S’il la réunion a vraiment une utilité, le motif, le facteur déclenchant de la réunion

**QQCOQP : QUI, QUOI, OU, QUAND, POURQUOI** 🡪 une autre type de façon de traiter la réunion.

## Que faire avant la réunion :

Organisations des tables (souvent en cercle, en rond ou ovale, ce sont les meilleurs conditions) de la salle et des chaises, gérer l’espace, préparer l’ordre des jours.

Préparer qui doit venir ou pas, préparer les documents si nécessaire. Attendre les retardataires. L’animateur doit être le premier arrivé et le dernier partie

## Pendant la réunion

L’animateur doit veiller à ce que tout le monde prenne la parole

Il doit être régulateur des échanges et faire parler ce qu’ils ne parlent pas et faire ce taire ce qu’ils parlent trop.

Il doit accueillir les personnes avant la réunion et expliquer l’ordre du jour

Recentré sur le sujet qui est donné.

Quand il y a une prise de décision, il faut la reformuler, d’utiliser des outils de communication pour voir que tout le monde est bien d’accord avec cette décision.

Parler fort, distinctement, articuler

On peut retourner une question (demander l’avis et savoir l’avis des autres)

Les moyens de communication à utiliser pendant les réunions :

* Feuille avec les points importants
* La reformulation
* Le compte-rendu de réunion
* Il va falloir regarder les gens, chercher le regarder

## A faire à la fin de la réunion

Demander s’il y a des questions

Faire un récapitulatif

Faire une pause si c’est trop loin

Responsabilité les gens : Faire le rappel que qui met quoi en place

Remercier les participants

Faire une évaluation de la réunion

## Comment le groupe peu mettre en difficulté

Si le groupe ne parle pas : faire de l’humour, faire un tour de table, ramener du café et des chocolat (le temps informel en début de réunion est important)

Si le groupe est trop bavard : faire preuve d’autorité, rappeler le but de la réunion,

Si la discussion dévie

 Si c’est quelque chose d’important, il faut dire qu’on va parler de ce sujet à un autre moment et qu’une réunion va être prévue à cet effet

Si c’est une chose futile : proposer l’ouverture quand même et voir le résultat

Perceptions, influences et jugements social

***Le 07 avril 2015***

***DC3 M20***

**Gille Spigolon**

Evaluation le 5mai de 10h à 12h DC3 module 20 « influence et perception social ».

Compétences visées : savoir analyser une situation soit comprendre ce qui motive le jugement et travailler et équipe soit conduite de réunion coté magistrale, coté comment animé une réunion et analyse d’une réunion.

La notion d'accompagnement dans le champ du travail social recouvre :

Des réalités, des missions différentes.

Résultats de jugements quotidiens pour comprendre et agir.

Champ disciplinaire :

Discipline = manière d'aborder le monde. Elles se distinguent les unes des autres par le regard qu'elle porte sur les choses.

Kurt LEWIN développe l'idée qu'il existe 3 styles qui influencent le comportement agressif de l'enfant :

Style autocratique : agressivité/passivité => effets agressifs ++

Style démocratique : débat/discussions => - de comportements agressifs

Style « laisser aller » : beaucoup de comportements agressifs

=> Un environnement social a une influence sur un comportement.







Soi

La psychologie porte son regard sur les interactions entre ces trois pôles. Elle essaie de rendre intelligible les effets du soi sur les autres dans un certain contexte.

4 niveaux d'analyse en psychologie sociale :

* analyse intrapsychique
* processus interpersonnel ou interindividuel
* interactions intra-groupe (entre les individus et le groupe)
* intergroupe (les idéologies, les normes et les valeurs d'un même groupe)
1. **Préjugés, stéréotypes**

**Stéréotype** : croyances socialement partagées concernant les caractéristiques communes attribuées à un groupe social. Désigne catégories descriptives simplifiées par lequel nous cherchons à situer autrui. Peut participer à l'élaboration d'un préjugé.

**Préjugé** : attitude de l'individu comportant un jugement de valeur souvent négative visant une personne ou un groupe en fonction de son identité sociale. Quelque chose de négatif. A pour conséquence la discrimination.

|  |  |
| --- | --- |
| Stéréotypes | préjugés |
| partagé | Partagé ou non  |
| Cible : groupe | Cible : individu ou groupe |
| Affecte la connaissance | Affecte le jugement |
| Déforme la réalité | Irrationnel  |
| Positif ou négatif | négatif |
| Écart possible : attitudes/conduites | Affecte les attitudes et conduites |

**La formation des stéréotypes** est liée à l'identité des groupes => différence entre l'endorgroupe (force qui rassemble tous les individus) et l'exogroupe (ce qui les différencie). Il s'agit souvent d'une construction imaginaire et non vérifiée.

Principaux biais perceptifs :

* surestimer les différences entre les différents groupes.
* Sous-estimer les variations à l’intérieur de chaque groupe.
* Bienveillance endorgroupe (bienveillance envers son propre groupe)

3 processus :

* généralisation : un trait perçu chez une personne généralisée à tous les membres du groupe
* mémorisation sélective : les trais négatifs restent alors que les neutres et nuancés disparaissent
* organisation imaginaire : on créer des liens former un lien imaginaire

Stéréotypes => effet inter et intra individuels sur la construction des connaissances :

* effets sur plusieurs grandes fonctions psychologiques : perception, intention, interprétation et mémorisation => oriente notre conception des choses
* effets sur la perception et le jugement => ce qu'on pense prime sur ce que l'on voit.

Processus de catégorisation sociale : pour construire nos connaissances il est nécessaire d'organiser les informations qu'on reçoit => nous les catégorisons => ces catégories orientent notre perception.

=> C’est un processus intra-individuel : Information => mobilisation ressources cognitives => catégorisation => simplification […]

But de la catégorisation => économiser cognitives, adaptation, définir notre propre ID, peut être source de discrimination.

**CCL : catégories sociales utiles à la construction des connaissances pour nous adapter. Catégories descriptives mais aussi évaluatives. Permet structurer ID perso et sociale en partageant des croyances avec un groupe. Affecte estime de soi : processus de comparaison sociale.**

Perception, influence et jugement social

***Le 09 avril 2015***

***DC3 M20***

**Gille Spigolon**

# Le conformisme

**Le conformisme** : un individu change son comportement pour être en adéquation avec un groupe majoritaire

**Suivisme** : on suit l’avis majoritaire ou de l’expert

Trois caractéristiques importantes :

* Un phénomène de **l’endo-groupe**
* Renvoie à une **pression implicite**
* **Pas de rapport hiérarchique entre la source et la cible** d’influence

## L’expérience de ASCH

Le but est de montrer que l’individu peut changer son avis pour adhérer à la majorité. Pour cela, il va y avoir un texte de perception visuelle 🡪 identifier la couleur de dispos bleues/vertes

Modalités de l’expérience :

* 7 à 9 personnes qui connaissent le but de l’expérience sont réunies avec eux, il y a un sujet «  naïf » placé en avant-dernière position.
* Les réponses sont données à haute voix et à tour de rôle
* Les personnes qui connaissent le but de l’expérience donnent de mauvaises réponses de manière concertée

Résultats : les participants « Naïfs » se rallient à la mauvaise réponse donnée par les personnes qui connaissent l’expérience dans 33% des cas

## L’expérience de MOORE

Dans cette expérience les sujets sont amenés à porter des jugements sur trois types d’objets qui se différencient par la plus ou moins grande subjectivité des normes :

* Des jugements grammaticaux : phrasent
* Des jugements moraux : traits de caractère acceptables
* Des jugements esthétiques : qualité d’exécution de morceaux de musique

Dans les trois premières mesures effectuées : stabilité du jugement ?

Au quatrième jugement, on confronte les sujets à l’une de ces trois situations :

* Soit on ne lui dit rien : groupe « contrôle »
* Soit on lui donne l’avis de la majorité
* Soit on lui donne l’avis d’un groupe désigné comme expert

On regarde les changements de jugement éventuels chez les sujets « naïfs » entre le temps 3 et le temps 4

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Conditions expérimentales | Phrases | Traits de caractère | musique |
| Groupe contrôle | 13 % | 10 %  | 25% |
| Majorité  | 62%  | 50 %  | 48%  |
| Expert  | 48% | 48%  | 46% |

## Comment expliquer le conformisme

Interrogation des participants à l’expérience :

2 types de réponses :

-la peur du ridicule, d’avoir l’air idiot, d’être rejeté, stigmatisé par l’autre

Le doute quant à la validité de sa propre réponse

Ce qui correspond à deux formes d’influences sociales :

* Influence normative
* Influence informationnelle

#  Formes d'influence sociale :

Normative : individu suit le groupe pour respecter les normes établies. Repose sur peur de la désapprobation sociale.

* Conflit interne (écart en individu et groupe)
* Important quand le groupe est important pour nous
* Repose sur une peur de la désapprobation sociale

Informationnelle : on utilise les réponses des autres pour évaluer l'exactitude de nos propres réponses.

* Confronté à une situation ambiguë, besoin de confronter son avis à celui des autres
* Plus importante quand on est confronté à une tâche que l’on ne maîtrise pas

## Les attitudes Conformisme varient en fonction de :

* la tâche à réaliser : difficulté, ambigüité
* de la personne (cible d’influence) : caractéristiques personnelles, confiance en soi, estime de soi
* du groupe (source d’influence) taille, unanimité ou pas, normes internes
* des relations personne-groupe : attrait, statut au sein du groupe
* des caractéristiques sociales/ culturelles

## L’influence minoritaire :

Elle désigne le processus d’influence d’une minorité sur une majorité. 🡪 Au sein d’un groupe, la minorité est aussi source de changements.

***Comment l’influence minoritaire est-elle possible ? A quelles conditions ?***

### Expérience 1 : MOSCOVICI, LAGE et NAFFRECHOUX

But : évaluer la couleur et l’intensité lumineuse de six diapositives bleues/vertes, construite à l’image de l’expérience de ASCH sur le conformisme

On prend pour l’expérience un groupe de six personnes : 2 compères en position 1 et 2, 4 participants «  naïfs » qui donnent à tour de rôle et à haute voix leur réponse

Il y a un groupe « contrôle » de six sujets naïfs qui donnent leurs réponses par écrit.

* Les participants et compères donnent à tour de rôle et à haute voix leur réponse
* Les deux compères donnent une réponse erronée pant à la couleur

Résultat de l’expérience :

Une majorité peut-être cible d’influence mais une minorité à beaucoup moins d’effet qu’une majorité 🡪 les participants se rallie à la mauvaise réponse donnée par les compères dans 8,25% des cas.

***La perception de «  ceux qui ne sont pas ralliés » est-elle modifiée ?***

### Expérience 2 : MOSCOVICI, LAGE et NAFFRECHOUX

But : analyser l’impact de l’influence minoritaire sur le plan psychologique et perceptif 🡪 même participants, même type de tache et comparaison groupe contrôle de l’expérience 1.

Montrer la différence entre attitude et comportement.

Résultat et analyse : les participants classent plus de pastilles dans le vert que ceux du groupe contrôle de l’expérience 1.

* Seuil de détection du vert abaissé
* Modification plus ou moins inconsciente de la perception visuelle

L’influence minoritaire influence davantage les structures psychologiques que les structures comportementales

### Expérience 3 : les limites de l’influence minoritaire

Les compères (position 1 et 2) ne sont pas toujours d’accord entre eux (pas de consistance sociale)

Changent d’avis d’une fois sur l’autre (pas de consistance interne)

Résultat : absence d’influence

### Expérience 4 : les limites de l’influence minoritaire

Lees compères adoptent un comportement plus flexible, ouverte mais toujours consistant.

Résultat : l’influence est encore plus importante que dans l’expérience 1 (21 % des participants suivent la réponse)

Tableau comparatif

|  |  |
| --- | --- |
| conformisme | Influence minoritaire |
| Affecte plus les conduites que les attitudesOn adhère pour ne pas être exclu, pour réduire l’incertitude changements plus fréquents mais superficiels  | Affecte plus attitudes que conduiteson adhère par conviction, doutechangements plus profonds et durable 🡪 à condition d’y mettre les cormes et la conviction  |

## Conclusion sur les différentes formes d’influences

 Le processus d’influence est un construit social variable en fonction de situation de groupe

Les mécanismes d’influence majoritaire et minoritaire sont de nature et de portée différente (conscient/inconscient) et (surface/profond)

Variabilité en fonction du statut (expert, majorité, autorité) ou de la consistance

# La persuasion

## Soumission à une autorité

### L’expérience de Milgram

**But**: recrute par petites annonces des individus pour participer à un «  test visant à mesurer l’effet d’un choc électrique sur la mémoire » 🡪 libre adhésion des recrutés

Met en scène 3 personnes : expérimentateur, moniteur, et sujet

* Sujet et expérimentateur compère
* Tisage au sort truqué : la personne recrutée est toujours «  moniteur de l’expérience »

**Cadre de l’expérience :**

***Tâche du sujet :***

* se souvenir de l’association de 30 mots appris (exemple : ciel-bleu, herbe-verte)

***Tâche de l’expérimentateur :***

* Attacher le sujet : sujet attaché sur un fauteuil et relié à des électrodes au niveau des bras
* Place le « moniteur » dans une autre pièce, séparée dans la première par une cloison vitrée
* Faire pression sur le moniteur (il reste avec lui)

***Tâche du moniteur***

* Lire les associations de mot au sujet et l’interroger
* Administrer au sujet un choc électrique croissant à chaque mauvaise réponse (tableau de commande équipé de 30 boutons gradués de 15 à 450 Volts)

**Protocole expérimentale : deux phases**

***1ere phase*** : mémorisation

***2eme phase*** : tache de rappel 🡪 consigne de l’expérimentateur au moniteur : choc électrique si mauvaise réponse du sujet

* Ordre de monter en puissance à chaque mauvaise réponse 🡪 choc factice et réaction du sujet simulée
* L’expérimentateur demande au moniteur de continuer si le moniteur a une hésitation 🡪 il doit engager sa responsabilité en cas d’hésitation importante
* L’expérimentateur arrête l’expérience et note le niveau de choc électrique atteint si le moniteur refuse par trois fois de suite

Ce qui est observé chez le moniteur

* Son degré d’obéissance
* Son comportement général
* Sa capacité à se dérober à l’autorité que représente l’expérimentateur

Les sujets sont des hommes dans les 4 premières situations expérimentales

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variantes de l’expérience | Pourcentage de moniteur allant jusqu’à 450 volts | moyenne des chocs électriques délivrés |
| Expérience standard | 65% | 405 volts |
| Pas de contact visuel mais contact auditif | 62,5 % | 370 volts |
| Même pièce que sujet | 40% | 310 volts |
| Contrainte physique sur le sujet | 30% | 265 volts |
| Sujets féminins (expérience standard) | 65% | 370 volts |
| Absence de l’expérimentateur  | 20 ,5% | 275 volts |
| Choix du choc | 2,5% | 82 volts |

#### Les conditions de l’obéissance

Les sujet est **progressivement engagé** dans l’escalade des punitions (15 v par 15v)

**La volonté de paraitre cohérent** : le choix d’un comportement pousse le sujet à continuer (j’y suis, j’y reste ») au nom de la cohérence de son choix

**La reconnaissance de l’autorité**

**Rendre l’obéissance psychologiquement confortable** : il agit par procuration, moniteur exposé à un conflit intérieur

#### Les variables importantes qui influences l’obéissance

* **Concernant le moniteur** : sentiment de responsabilité et intensité du conflit intérieur
* **Concertant la victime** : proximité (dans la même salle) 40% d’obéissance et docilité du sujet
* **Concernant l’autorité :**
	+ ***Reconnaissance et crédibilité plus faible*** (bureaux délabrés, expérimentateur inconnu) : 48% D’obéissance
	+ ***Cohérence*** : si remise en question par un autre expérimentateur : 0% d’obéissance
	+ ***Présence physique auprès du moniteur*** : 21 % d’obéissance si absent

#### Conclusion

**Les individus recrutés s’en remettent assez facilement à une autorité malveillante** : ne nombreuses fois répétés 🡪 pour aller plus loin : le jeu de la mort diffusé par France 2 en 2009

**Cause de l’obéissance** :

* valeur éducative acquise
* hiérarchie : inscription dans un système ordonné de (dé)responsabilisation :
* disparition de la responsabilité individuelle l’agent ne se sent pas l’auteur, il agit par délégation

## Changement d’attitude

### Expérience de Festinger et Carlsmith

Tache : réaliser une activité ennuyeuse (enrouler un fil autour d’une bobine)

Dire aux futurs participants que l’activité était intéressante

Les participants sont payés soit 20£ soit 1£

On interroge ensuite les **participants sur l’intérêt réel qu’ils ont porté à la tâche** : les sujets peu payés ont jugé plus intéressante que les sujets bien payés

Théorie de la dissonance cognitive(FESTINGER)

**Dissonance cognitive** : présence simultanée d’élément contradictoire, opposées dans la pensée :

* ***Lien contradictoire attitude*** 🡪 je dois faire des choses avec lesquelles je suis en désaccord
* ***Attitude contradictoires*** 🡪 un ami vient de faire quelque chose qui m’est insupportable

**Niveau intra-individuel**

* ***Entraine un état de malaise***, tension psychologique désagréable et insupportable
* ***Nécessité de réduite cette tension***

## Processus inconscient de rationalisation

**Exemple de dissonance cognitive :**

* La tâche est ennuyeuse et je dois dire son intérêt à des tiers
* Etre contre tout moyen contraceptif de donner un moyen contraceptif prescrit à un usager
* Contre un apprentissage précoce de la propreté chez les jeunes enfants mais les parents nous le demandent
* En désaccord avec les nouveaux critères de l’obtention d’une aide sociale et chargé de l’appliquer
* Une amie me propose de voir un film considéré par beaucoup comme un « navet »

**Rationalisation** = (re)mise en cohérence inconsciente pour :

* Réduire l’écart entre des éléments opposés présents dans ma pensée
* Rendre rationnel (logique, harmonieux, consonnant, cohérent) ce qui ne l’est pas ou plus (pour moi)

**Que se passe-t-il ?**

**Rationalisation** = je suis payé pour le faire

Justification externe importante

Comportement contraire aux convictions *= faire une activité ennuyeuse + convaincre qu’elle ne l’est pas*

**Pas de changement d’attitude**

**Changement d’attitude**

**Rationalisation** = Finalement, ce n’est pas si ennuyeux

Justification externe faible

## Différentes stratégies de rationalisation

Elle permet de modifier la valeur des éléments dissonants, le requalifier, relativiser.

Mais également ajouter un élément consonnant.

**Lorsqu’on ne peut faire autrement, pour diminuer une tension interne, on adapte ce qu’on pense à ce qu’on fait.**

### Processus

Demande d’un comportement contraire aux attitudes

*Sentiment de liberté*

*Conscience de la contrainte*

Processus de rationalisation

*Interrogation des attitudes*

*Contrainte extérieure*

Nature du changement

*Attitude*

*Comportement*

# Travail social ?

* **Changement d’attitude (social/éducatif) souvent visé par les travailleur sociaux**

*Le POULTIER : relation des travailleur sociaux – usager : système de double contrainte :*

* Les risques et les menaces encourues
* Les avantages obtenus en cas de soumission
* **Comment l’usager «  contraint » peut-il réagir :**
* Résister au changement d’attitude : inertie, faux-semblant, conflit, fuite
* Changer de comportement au regard de la pression sociale
* Intérioriser un changement d’attitude
* **Conséquences possibles d’un état de dissonance cognitive :**
* Démission
* Changement de façade
* Intériorisation et changement d’attitude

# Conclusion

La pression sociale peut affecter de manière différente attitudes et comportements  🡪 changer son comportement est différent que changer d’attitude

Le changement d’attitude s’opère : si le sujet se sent responsable et conserve un sentiment de liberté

Système trop dirigiste = déresponsabilisation

# Biais perceptifs

= une information perceptive inconsciente et qui conduit à avoir de l'autre, de soi ou de la situation une vision déformée (erronée)

 *Quelles sont les biais les plus courants ? Sur quels éléments fondons-nous l’analyse des problèmes ?*

## Différents biais :

### L’erreur fondamentale d'attribution

 On surestime les facteurs liés aux caractéristiques de l'acteur et on sous-estime les facteurs environnementaux. L’acteur est sur-responsabilisé et l’environnement sous-responsabilisé.

Les explications sont : Besoin de contrôle et de compréhension. Et les besoin de prévisibilité.

### Biais Acteur/observateur

 L’analyse est biaisée en fonction de la position de celui qui juge. L’acteur surestime les facteurs liés à l’environnement. L’observateur surestime les facteurs liés aux personnes

Explications :

* Divergence de points de vue : pour l’acteur ce qui bouge c’est la situation, pour l’observateur ce sont les acteurs
* , justifier son comportement différent et expliquer celui des autres.
* Besoin de valorisation de soi

### Autres biais :

Illusion de complétude : tendance à croire que l'autre est toujours plus cohérent que soit.

Le faux consensus : la croyance à prendre son propre avis pour représentatif de celui des autres.

Biais négativité : on marque plus généralement plus d'attention pour les informations chargées négativement

Préférence pour l'information concrète : une information concrète et pratique a plus de valeur qu'une information abstraite et générale.

Favoritisme intragroupe : tendance à privilégier les membres de son propre groupe.

Norme d’internalité (Jellison et Green)

Conviction à croire que les personnes sont en grande partie responsables de leurs conduites sociales et en grande partie maitresse de leur destinée.

Force de cette croyance liée à la fonction exercée dans le système social (BEAUVOIS et LE POULTIER) caractérise ceux qui gèrent, décident, organisent 🡪 un des modes privilégiés de l’exercice du pouvoir.