

Bonjour,

\*\*\*

*Cette newsletter fait partie du thème de cet été que vous avez choisi : petite introduction à la psychologie sociale !*

\*\*\*

Au début des années 50, en plein Maccarthysme (période où il n'était pas très populaire de sortir du rang au risque d'être soupçonné de communisme - bouh, c'est mal !), Solomon Asch a publié un article qui a fait grand bruit (du moins dans les milieux scientifiques) : *Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgments !*

Il y démontrait sans ambiguïté que la perception visuelle d'un individu pouvait être influencée par la pression sociale qu'un groupe exerçait sur lui.

Quoi ? Oui, vous avez bien lu.

Il est légitime d'imaginer que nos opinions puissent être modelées par notre environnement social (même si nous voulons toutes et tous croire que nous sommes des personnes autonomes aux idées bien tranchées imperméables à l'influence, mon œil) mais de là à imaginer que celui-ci puisse modifier ce que nous apprennent nos sens, alors là non, c'en est trop !

Et pourtant c'est le cas... dans des conditions favorables, nous pouvons être enclin-es à modifier nos perceptions de phénomènes strictement physiques.

Mais je vais trop vite puisque je vous parle du résultat avant de vous expliquer comment Asch en est arrivé à l'obtenir. Reprenons donc l'histoire au début (je ne vais pas vous décrire toutes les subtilités et détails de l'expérience - rassurez-vous - mais le dispositif général, comme si vous y étiez).

A l'époque, les sujets étaient souvent recrutés sur les campus universitaires et ce fut le cas également pour cette expérience. Asch proposa à des étudiants de tester leur vision et comme beaucoup d'entre eux n'étaient pas extrêmement occupés, il parvint à les enrôler assez facilement (et en plus, aux USA, un test gratuit de la vision, ça ne se refuse pas). Bref !

Lorsque les étudiants arrivaient au labo (en petits groupes de 7 à 9 personnes), ils étaient invités à comparer la taille de trois lignes verticales à une taille de référence. Parmi les trois lignes, l'une avait la même taille, l'autre était plus courte et la troisième plus longue (évidemment, les lignes étaient présentées de manière aléatoire et les rapports de longueur - de 10%, 20% plus long ou plus court - aussi). Il y avait plusieurs présentations de planches et à chaque fois la référence restait visible.

Lorsqu'ils étaient seuls (c'est la situation "contrôle"), les sujets ne faisaient quasiment aucune erreur d'appréciation (moins de 0,05 % - ce qui est très peu, vous en conviendrez) parce que les lignes étaient nettement différentes. Mais là où c'est croustillant, c'est que lorsqu'ils étaient en groupe, le taux d'erreur a pu atteindre 36% !!! Dingue, non ?

En fait non parce que je dois vous révéler ici le subterfuge qu'Asch a mis en place : les groupes n'étaient pas constitués au hasard. En fait, au sein de chacun d'entre eux, un seul individu était le sujet de l'expérience (évidemment, il n'était au courant de rien), les autres étaient des comparses de l'expérimentateur et ils avaient pour consigne de donner une réponse erronée unanime pour voir dans quelle mesure le sujet allait se conformer à l'avis du groupe. Mais comme Asch était plutôt malin, les

complices ne commençaient pas à déconner tout de suite. Au cours des premiers essais, ils donnaient la bonne réponse de manière à s'assurer que le sujet pouvait avoir confiance en l'opinion du groupe. L'ordre des réponses était également très important puisque le sujet était toujours l'avant-dernier à répondre ; il entendait donc 5 ou 6 fois la même réponse fautive avant de formuler la sienne et cette erreur était ensuite confirmée une dernière fois après lui.

Lors des briefings post-expérience, les sujets ont mis en avant leur mauvaise vue ou leur anxiété de ne pas voir "comme les autres" mais quasiment aucun n'a "avoué" s'être conformé au groupe par peur du rejet. Et pourquoi ? Parce qu'ils n'avaient même pas eu conscience d'être le jouet de la pression du groupe.

Comme je vous l'ai expliqué dans la [NL n°177](#), les expériences de psychologie sociale sont reproduites de nombreuses fois. Celle-ci a été répliquée en faisant varier les contextes, les types de sujets, leur âge ou leur genre, leur culture, le nombre de complices, la place du sujet, le matériel (on a par exemple utilisé assez souvent l'effet auto-cinétique ou d'autres dispositifs du même acabit). Les pourcentages d'adhésion ont varié mais le résultat principal a quasiment toujours été obtenu : lorsqu'on se conforme on ne s'aperçoit souvent même pas qu'on le fait en référence à une pression sociale.

Ce que nous devons retenir ici, c'est que face à un groupe qui ne pense pas comme nous, nous avons une tendance naturelle à adhérer non par paresse intellectuelle (quoique, ça arrive quand même parfois) ou par goût du panurgisme mais parce que spontanément, nous doutons de nos opinions et de nos ressentis.

Je vous laisse tirer les conclusions que vous voulez de cette expérience mais j'ai quand même dans l'idée que ce serait pas mal d'apprendre dès le plus jeune âge à muscler les arguments qui soutiennent nos convictions et à renforcer nos connaissances de manière à devenir plus autonomes intellectuellement. Parce que quand-même, il est possible de résister - d'ailleurs la grande majorité des sujets de l'expérience de Asch l'ont fait (64% environ).

Enfin, je dis ça mais vous en faites bien ce que vous voulez.

\*\*\*

*Comme à peu près toutes les expériences dont je parle cet été, celle-ci fait partie d'un champ d'étude à part entière au sein de la psychologie sociale et de nombreux. ses chercheurs et chercheuses à travers le monde travaillent toujours à comprendre ce mécanisme. Si ce sujet vous intéresse particulièrement, je vous conseille de faire quelques petites recherches complémentaires avec des mots-clés ad hoc dans les bases de données spécialisées en science que sont [persée](#) (en français) ou encore [pubmed](#) (en anglais mais beaucoup plus riche).*

\*\*\*

J'espère que ça vous a plu et que vous serez encore plus nombreux et nombreuses à me lire la semaine prochaine.

N'oubliez pas d'encourager vos proches [à s'inscrire](#).

En attendant vendredi, je vous souhaite la meilleure des semaines possibles,

Marie