

Article original

Représentations sociales et influence sociale

Social representations and social influence

G. Mugny^{a,*}, L. Souchet^b, C. Codaccioni^c,
A. Quiamzade^a

^a *Faculté de psychologie et des sciences de l'éducation, université de Genève,
40, boulevard du Pont-d'Arve, 1205 Genève, Suisse*

^b *Pôle AAFE, Département de psychologie, université de Bourgogne, esplanade Erasme,
B.P. 26513, 21065 Dijon cedex, France*

^c *Laboratoire de psychologie sociale, université de Provence,
29, avenue Robert-Schuman,
13621 Aix-en-Provence cedex 1, France*

Reçu le 28 février 2007 ; accepté le 5 décembre 2007

Résumé

Puisque le contenu et la structure des représentations sociales sont déterminés par des communications, leur lien avec l'étude de l'influence sociale devrait éclairer la compréhension des dynamiques représentationnelles. Trois axes de recherche sont présentés. Dans la tradition des études sur l'influence sociale, le premier montre qu'une source majoritaire produit une influence manifeste et la minorité une influence plus latente. Le deuxième confirme à propos d'une source experte que les sources de haut statut social encourent le risque d'une influence plutôt superficielle et montre que ces obstacles au changement proviennent d'enjeux identitaires. Le troisième examine l'influence réciproque que les représentations sociales peuvent exercer sur les processus d'influence eux-mêmes.

© 2008 Société française de psychologie. Publié par Elsevier Masson SAS. Tous droits réservés.

Abstract

Since content and structure of social representations are determined through communication, their link with the study of social influence should be of relevance. Three research programs are presented. In the tradition of social influence studies, the first one demonstrates that a majority source induces manifest influence on a social representation, whereas influence induced by a minority is latent. Considering an expert source, the second one confirms that high status sources may induce only superficial influence, showing that such

* Auteur correspondant.

Adresse e-mail : gabriel.mugny@pse.unige.ch (G. Mugny).

dynamics are due to identity stakes. The third one examines the reciprocal influence that social representations may exert on the social influence processes themselves.

© 2008 Société française de psychologie. Publié par Elsevier Masson SAS. Tous droits réservés.

Mots clés : Représentations sociales ; Communication ; Influence manifeste ; Influence latente ; Enjeux identitaires

Keywords: Social representations; Communication; Manifest influence; Latent influence; Identity stakes

1. Introduction

L'évolution des pratiques sociales a été longtemps considérée comme le principal déterminant de la transformation des représentations sociales (Flament, 1987), ce qui a limité l'intérêt porté aux processus d'influence. Pourtant, selon Moscovici (1961), les communications modèlent le contenu et la structure des représentations, qualifiées de sociales parce qu'elles sont partagées par un grand nombre de personnes et ne se limitent pas à la somme des représentations individuelles. Les représentations sociales sont portées par l'interaction, réelle ou symbolique, entre individus et n'existent qu'au travers de la construction du sens commun. C'est pourquoi l'articulation directe des paradigmes d'influence et des représentations sociales peut être en mesure d'apporter un éclairage pertinent.

Nous aborderons la question sous deux angles. D'une part, on étudiera des processus d'influence qui permettent aux représentations sociales d'être transformées par les membres d'un groupe social. En effet, elles sont composées de croyances et de stéréotypes qui sont modelés par des influences diverses. D'autre part, il convient de s'intéresser à la façon dont la communauté de représentation sociale au sein d'une société détermine la façon dont ces processus d'influence s'expriment et sont rendus possibles. En tant qu'objets socialement déterminés, les représentations sociales constituent des cadres de référence qui permettent de donner du sens aux autres connaissances, aux interactions et aux rapports sociaux. Déterminées par des processus d'influence, les représentations sociales sont à leur tour des déterminants de ces derniers, en une sorte de causalité en spirale.

2. Changement d'attitude et modification d'une représentation sociale

Dans sa présentation de la théorie des représentations sociales, Moscovici (1961) a souligné que toute prise de position envers un objet donné suppose une représentation minimale de celui-ci. Plus tard, Jaspars et Fraser (1984) ont proposé de considérer les attitudes comme des variations interindividuelles dans les évaluations d'un objet, qui seraient produites à partir d'un cadre de référence commun renvoyant à sa représentation sociale. On retrouve ici une conception ancienne des attitudes où leur dimension évaluative est orthogonale à leur contenu en tant que connaissance sur l'objet (cf. Peabody, 1968).

Ce type de distinction a également été formulé à propos des représentations sociales, notamment par Moliner (1994, 1995) dont le modèle bidimensionnel suggère une différenciation entre une dimension évaluative et une dimension structurale qui organise le contenu d'une représentation sociale. Nous n'entrerons pas ici dans le débat de savoir si les représentations et les attitudes sont des objets distincts ou non (pour une revue de l'articulation entre les concepts d'attitude et de représentation sociale, voir Tafani, 1997). Nous retiendrons simplement que les dimensions affective et cognitive peuvent être considérées comme relativement indépendantes dans les représentations sociales, comme il peut en être dans les attitudes. Cela signifie que l'on peut trouver

متن کامل مقاله

دریافت فوری ←

ISIArticles

مرجع مقالات تخصصی ایران

- ✓ امکان دانلود نسخه تمام متن مقالات انگلیسی
- ✓ امکان دانلود نسخه ترجمه شده مقالات
- ✓ پذیرش سفارش ترجمه تخصصی
- ✓ امکان جستجو در آرشیو جامعی از صدها موضوع و هزاران مقاله
- ✓ امکان دانلود رایگان ۲ صفحه اول هر مقاله
- ✓ امکان پرداخت اینترنتی با کلیه کارت های عضو شتاب
- ✓ دانلود فوری مقاله پس از پرداخت آنلاین
- ✓ پشتیبانی کامل خرید با بهره مندی از سیستم هوشمند رهگیری سفارشات