

Facilitation Sociale, explications et conclusion

Soumis par Stephane Desbrosses

A la suite de Zajonc, Cottrell propose un nouvel angle d'étude en effectuant ses recherches sur la personne qui observe plutôt que sur l'effet direct sur l'observé. La Facilitation sociale démontre selon lui, l'influence de l'observateur (pas n'importe quel observateur, mais cet observateur précis) sur tout comportement, sur la société et chaque interaction. En quelque sorte, on pourrait y voir l'analogie des inéquations d'Heisenberg : l'observateur influe nécessairement sur son objet d'étude.

1. L'explication de Cottrell (1972) L'observateur ne se réduit pas à sa seule présence mais porte une signification Cet auteur adoptera un point de vue quelque peu différent de la théorie de l'activation de Zajonc. Pour expliquer les effets d'audience et de coaction, il mettra l'accent non pas sur les caractéristiques du sujet évalué, mais sur les caractéristiques de la personne qui assiste (de façon passive ou active) à l'exécution de la tâche. Plus précisément, pour Cottrell, les effets (coaction et audience) ne sont pas automatiques, ils dépendent des anticipations de jugements que le sujet évalué fait concernant l'individu qui assiste à l'exécution de la tâche.

- Dans les situations d'audience, selon cet auteur, la présence d'autrui n'est pas neutre, et ce qui est le plus important n'est pas tant sa présence physique que le jugement qu'elle pourra éventuellement porter sur l'individu évalué. C'est donc précisément cette possibilité de jugement qui accroîtrait la motivation de l'individu et augmenterait ses performances. Si l'observateur n'a pas la possibilité de porter un jugement, alors on ne devrait pas observer d'effet d'audience. Cette hypothèse est testée par Cottrell et al (1968), lorsqu'il place des sujets en situation d'audience, et en faisant varier les conditions de l'audience. En situation d'observation normale, un effet d'audience classique se développe. Par contre, lorsque l'observateur a les yeux bandés (et ne peut alors plus porter un jugement sur la performance de l'acteur), l'effet est absent.

- Dans les situations de coaction, la présence d'autrui aurait également pour conséquence d'augmenter la motivation de l'individu seulement dans la mesure où il existe des phénomènes de rivalité entre les sujets. Ainsi, par exemple, pour ce qui concerne les effets d'audience, l'explication de Cottrell permet de réinterpréter les résultats de Bergum et Lehr (1963 - l'effet d'audience) : ce qui augmente la performance du premier groupe, ce n'est pas le simple fait qu'une personne vienne les voir régulièrement et observer ce qu'ils font, mais c'est le fait que cette personne soit précisément un supérieur hiérarchique. La présence de ce supérieur hiérarchique implique un jugement (plus fortement que celui d'un subordonné ou d'un pair) et accroît donc la motivation du groupe de recrues auxquelles le supérieur hiérarchique rend visite. Bergum et Lehr avaient par ailleurs remarqué un effet d'audience faible dans une situation de co-action mettant en présence deux recrues de même niveau hiérarchique, par rapport à une expérimentation précédente de Frazer (1953). L'hypothèse de l'évaluation de Henchy & Glass L'hypothèse de Cottrell s'appuie également sur des résultats expérimentaux relatifs à la compétence de l'observateur. Ainsi, par exemple, on peut se référer à Henchy et Glass (1968), qui réalisent une expérimentation dans laquelle ils manipulent le facteur présence/absence de l'observateur ainsi que les facteurs compétence de l'observateur et type d'observation dans des situations où les sujets ont été entraînés à donner une bonne réponse dominante.

Le dispositif permet de tester 4 Conditions :

- Condition 1 : les acteurs croient que leurs performances sont anonymes, et que même celui qui faisait passer l'expérimentation ne connaîtra pas leurs performances.

- Condition 2 : les observateurs sont censés observer le déroulement de manière classique, et ils évalueront les sujets (lesquels savent qu'ils seront évalués), mais sont présentés aux acteurs comme n'étant pas particulièrement compétents.

- Condition 3 : les observateurs sont censés être très compétents sur la tâche réalisée par les acteurs.

- Condition 4 : le sujet est seul mais on lui indique (avant l'expérience) qu'il sera enregistré et filmé, et que sa performance sera évaluée par la suite par des experts.

On obtient l'ordre suivant en ce qui concerne la performance des sujets

1 < 2 < 4 < 3 (les sujets de la condition 3 ont les meilleures performances)

Les résultats vont à l'encontre de l'hypothèse de Zajonc, mais dans le sens de l'hypothèse de Cottrell : si l'hypothèse de Zajonc était exacte, les performances dans les conditions 1 et 4 devraient être semblables (pas d'évaluation, donc pas de motivation), de même pour les performances entre les conditions 2 et 3 (évaluation par des experts donc forte motivation dans les deux cas). Or on constate que la performance en 4 est supérieure à la performance en 1. Les réponses dominantes apparaissent plus fréquemment : bien que les observateurs ne soient pas physiquement présents, la possibilité de l'évaluation augmente la motivation, et donc l'effet d'audience. De la même manière la performance en 3 est meilleure qu'en 2 : la compétence à juger de l'acteur a une influence directe sur la motivation, et plus l'observateur est capable de jugement, plus fort est l'effet d'audience. Plus révélateur encore, le fait que des sujets avec audience virtuelle (condition 4) réalisent de meilleures performances que des sujets en présence physique de non-

experts (condition deux), confirme que la compétence de l'évaluateur, et donc la légitimité ou l'acuité du jugement, prévaut sur la seule présence. Contrairement à ce qu'avancait Zajonc, l'observateur n'a pas que la valeur d'augmenter la motivation, mais il est porteur de signification.

Cette expérience montre que la présence d'une audience ne suffit pas à déclencher un phénomène de facilitation, encore faut-il que cette audience soit jugée compétente. Si elle l'est, alors elle n'a même pas besoin d'être physiquement présente, mais peut être virtuelle.

Le phénomène de facilitation sociale est donc, en accord avec l'hypothèse de Cottrell, la résultante d'anticipation de jugements que fait le sujet sur sa performance, en fonction notamment de son expérience personnelle.

2. En conclusion... En situation d'audience, la motivation du sujet dépend de la perception qu'il a de l'audience : s'il estime qu'il sera jugé, alors sa motivation augmentera ; par contre s'il estime qu'il ne sera pas jugé ou que l'audience n'est pas compétente pour le juger, alors sa motivation ne sera pas plus grande.

En situation de coaction, le processus est semblable : si le sujet n'estime pas être en compétition avec l'autre (s'il sait par exemple qu'il sera récompensé quelle que soit sa performance) alors sa motivation ne sera pas augmentée. Par contre s'il estime être en compétition, (parce qu'il y a un enjeu, par exemple), alors on observera une augmentation de la motivation. Dans les deux cas une forte motivation n'améliore pas forcément la performance, car le sens de l'effet dépend de la maîtrise que le sujet a de la tâche qu'il effectue. Si cette maîtrise est bonne, alors la présence d'autrui entraîne un phénomène de facilitation sociale. Par contre, si elle est mauvaise, il n'y a pas de facilitation (voire, une inhibition sociale).

NB : La facilitation sociale soulève plusieurs réflexions concernant de manière générale, les expérimentations en psychologie. D'un point de vue strictement méthodologique, il ne faut pas oublier que dans une expérimentation, la présence de l'expérimentateur et l'anticipation du jugement qu'il pourra faire va avoir une incidence sur la motivation du sujet, et en second lieu sur sa performance. Qu'ils soient nommés effet d'évaluation, biais d'observation, effet d'audience, peur du jugement... Le simple fait qu'autrui soit au courant des résultats de tests, d'évaluations, de nos performances, va inévitablement les modifier par rapport à une situation dans laquelle autrui ne serait nullement impliqué. De la même façon, une passation individuelle ou collective de l'expérimentation aura une incidence sur les performances. Ces variables sont théoriquement à prendre en compte dans chaque expérimentation, en tant que variable parasites.

Source : Cours de Psychologie Sociale - Dijon

Dossier : La facilitation sociale 1. Cours : La facilitation sociale, définition et origines du concept News : Non, Norman Triplett (1898) n'est pas le premier!

2. Cours : La facilitation sociale, l'effet de co-action et l'effet d'audience Expérience : Allport (1920, 1924) : l'effet de co-action

Expérience : Bergum et Lehr (1963) : l'effet d'audience 3. Cours : La facilitation sociale, Inhibition, facilitation et l'hypothèse de Zajonc (1965) 4. Cours : La facilitation sociale, L'évaluation, l'explication de Cottrell (1972), Conclusions