**BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR**

**SESSION 2019**

**CULTURE GÉNÉRALE ET EXPRESSION**

**Aucun matériel n’est autorisé – Durée : quatre heures**

**Première partie : synthèse (40 points) : vous rédigerez une synthèse concise, objective et ordonnée des documents suivants :**

Document n° 1 : Héloïse Junier, « Sommes-nous tous conformistes ? », *Ça m’intéresse,* n° 386,avril 2013

Document n° 2 : Eugène Ionesco [1912-1994], *Rhinocéros* (1959), Acte I.

Document n° 3 : Dominique Oberlé « Le groupe en psychologie sociale », *Sciences humaines,* Mai 1999

Document n°4 : image internet illustrant l’expérience de S.E Asch

**Deuxième partie : écriture personnelle (20 points)**: Selon vous, pour être soi, faut-il s’opposer à la société ?

**Document n° 1 : Héloïse Junier, « Sommes-nous tous conformistes ? », *Ça m’intéresse,* n° 386,avril 2013**

« Le conformisme revêt des situations très différentes au quotidien, souligne Sylvain Delouvée, maître de conférences en psychologie sociale à l’université Rennes II et auteur de Pourquoi faisons-nous des choses stupides et irrationnelles (Dunod, 2011). Le respect des normes et des règles, comme ne pas parler pendant une pièce de théâtre ou suivre le code de la route en relève aussi » … En 1958, le psychologue social américain Herbert Kelman met en évidence trois degrés de cette puissante influence sociale. Tout d’abord, nous pouvons suivre les autres par complaisance afin de ne pas nous faire remarquer et d’éviter de nous attirer des ennuis. Ainsi, dans une entreprise, nous respectons les règles et habitudes : horaires de travail, tutoiement éventuel, code vestimentaire… Mais nos croyances ne bougent pas d’un cil ! Deuxième type de conformisme : l’identification. Avec des amis, nous adoptons les usages du groupe afin de nous intégrer, de ne pas être mis à l’écart. Enfin, l’intériorisation est plus subtile : nous épousons l’opinion de quelqu’un que nous jugeons expert, un professeur par exemple, à tel point que nous avons l’impression d’adhérer à son jugement de notre plein gré.

La célèbre expérience de Salomon Asch, menée en 1951 démontre la vertigineuse pression que peut exercer un groupe. Le principe ? Des volontaires observent 4 lignes verticales de longueur différente et doivent retrouver celle qui est identique à la première. Un exercice enfantin. Mais si les cobayes sont entourés d’autres participants – en fait des complices de l’expérimentateur- et que ces derniers se trompent volontairement, les premiers donnent en moyenne 36,8% de réponses erronées. Comment tombent-ils dans le panneau ? A l’époque, les piégés ont expliqué : sûrs d’eux, certains ont eu peur d’affronter le groupe. D’autres ont craint le ridicule. Le doute sur la solution correcte s’est même immiscé dans leur esprit.

(…) Ne pas être conformiste, c’est avoir le courage d’être seul contre tous, de se distinguer de la masse et donc de prendre le risque de se séparer du groupe, de se confronter à l’angoisse de l’abandon, de la solitude et de la mort », analyse Ariane Bilheran, docteur en psychopathologie et auteur de *Manipulation : la repérer, s’en protéger* (Armand Colin). Peut-être aussi les anti-conformistes réussissent-ils à s’affranchir des carcans imposés par la société. En ligne de mire : les médias, l’école, la publicité… « La plupart des médias pratiquent une programmation fédérative qui s’efforce, non de satisfaire des besoins et aspirations différenciés mais d’agglomérer des consommateurs », juge Henri Maler, philosophe, maître de conférences en science politique et fondateur de l’Acrimed (Action Critique Médias). « La diffusion par les médias de propos angoissants suscitant des peurs archaïques et la sélection de scoops et d’informations identiques inhibent largement l’esprit critique », ajoute Ariane Bilheran. Au banc des accusés figure aussi la publicité, qui propose la vision d’un monde stéréotypé (le père dans sa belle voiture, la mère qui fait la lessive pour sa famille..) mais exploite aussi le rôle du groupe, comme en témoignent les spots mettant en avant que « 99% des clients sont satisfaits ». Avec le bouton « j’aime », Facebook surfe sur cet effet puisque les usagers savent quels amis plébiscitent la page d’une entreprise.

(….) Si décrié soit-il, le conformisme n’a pas que des inconvénients. Selon la théorie de l’Evolution, si notre cerveau est équipé des circuits cérébraux le favorisant, ils doivent jouer sur notre survie. « Les sociétés ne peuvent fonctionner que si la majorité des membres se conforme à des règles communes », souligne Sylvain Delouvée. Nous sommes des créatures sociales : si tout le monde parle du best seller *50 nuances de Grey* à la machine à café du bureau, nous avons envie de participer. « Si une société n’était peuplée que d’originaux, nous vivrions dans l’anarchie ! », ajoute Michel Fize. « Certains individus sont particulièrement rassurés par la pensée dominante qui leur évite de se confronter à leur propre angoisse existentielle, une forme de soumission qui les protège de la solitude » renchérit Ariane Bilheran.

C’est justement pour échapper à la solitude que les adolescents sont parfois prêts à tout pour arborer un blouson Abercrombie ou une chemise Kaporal. « L’ado se retrouve subitement propulsé dans un monde d’adultes, il cherche à se regrouper avec d’autres jeunes pour développer son autonomie, que j’appelle une autonomie collective, explique Michel Fize. Quand on parle d’adolescence, on parle d’adolescents au pluriel. Il s’agit d’un conformisme subit. La pression sur la tête du collégien est considérable ». En 2009, Gregory Berns, neuro-économiste à l’université d’Emory, étonné du succès de la chanteuse Miley Cyrus auprès des ados s’est posé une question simple : aiment-ils sa musique ou l’écoutent-ils pour se fondre dans la masse ? Pour le savoir, il leur a demandé d’évaluer des chansons à la mode, à l’aveugle puis avec un indice sur leur popularité. Pendant l’expérience, il a enregistré l’activité de leur cerveau. Lorsque les ados apprécient une chanson, le nucleus caudate, zone du plaisir s’active. Mais si à la vue de l’audience d’un clip, ils changent d’opinion, ce sont les régions liées à l’anxiété et à la douleur qui se mettent en branle. Conclusion : c’est bien la terreur d’être exclu qui entraîne un revirement.

Dans ces conditions, pas simple pour les jeunes et les moins jeunes d’imposer leur différence. Alors, comment taire les comportements moutonniers qui sommeillent en nous ? « Trouvez des alliés !, conseille Véréna Aebischer, maître de conférences de psychologie sociale et co-auteur avec Dominique Oberlé de « Le groupe en psychologie sociale » (Dunod, 2012). Dans son étude, Asch avait déjà montré qu’à partir du moment où une autre personne soutient votre point de vue, vous résistez au conformisme». Ariane Bilheran va plus loin : il est impératif de se créer des espaces intimes, de se cultiver, de voyager. Seule l’ouverture à la différence permet de développer l’esprit critique et d’accéder à d’autres champs de conscience…»

**Document n° 2 : Eugène Ionesco [1912-1994], *Rhinocéro*s (1959), Acte I.**

*Au début de la pièce, deux amis se retrouvent, dans une ville où une étrange maladie, "la rhinocérite", transformera peu à peu les habitants, sauf Bérenger, en rhinocéros. Cette transformation constitue une image de la montée du nazisme ou d'autres formes de totalitarisme.*

JEAN, *l'interrompant*. — Vous êtes dans un triste état, mon ami.

BERENGER - Que voulez-vous dire par là, mon cher Jean ?﻿

JEAN. — Je ne suis pas aveugle. Vous tombez de fatigue, vous avez encore perdu la nuit, vous bâillez, vous êtes mort de sommeil...

BERENGER. — J'ai un peu mal aux cheveux...

JEAN. — Vous puez l'alcool !

BERENGER. — J'ai un petit peu la gueule de bois, c'est vrai !

JEAN. — Tous les dimanches matin, c'est pareil, sans compter les jours de la semaine.

BERENGER. — Ah non, en semaine c'est moins fréquent, à cause du bureau...

JEAN. — Et votre cravate, où est-elle ? Vous l'avez perdue dans vos ébats !

BERENGER, *mettant la main à son cou*. — Tiens, c'est vrai, c'est drôle, qu'est-ce que j'ai bien pu en faire ?

JEAN, *sortant une cravate de la poche de son veston*. — Tenez, mettez celle-ci.

BERENGER. — Oh, merci, vous êtes bien obligeant. *(il noue la cravate à son cou.)*

JEAN, *pendant que Bérenger noue sa cravate au petit bonheur*. — Vous êtes tout décoiffé ! (*Bérenger passe les doigts dans ses cheveux.*) Tenez, voici un peigne ! (*Il sort un peigne de l'autre poche de son veston.*)

BERENGER, *prenant le peigne*. —Merci. (*Il se peigne vaguement.*)

JEAN. — Vous ne vous êtes pas rasé ! Regardez la tête que vous avez. (*Il sort une petite glace de la poche intérieure de son veston, la tend à Bérenger qui s'y examine ; en se regardant dans la glace, il tire la langue.*)

BERENGER. — J'ai la langue bien chargée.

JEAN, *reprenant la glace et la remettant dans sa poche*. — Ce n'est pas étonnant !... (*Il reprend aussi le peigne que lui tend Bérenger, et le remet dans sa poche.*) La cirrhose vous menace, mon ami.

BERENGER, *inquiet*. — Vous croyez ?...

JEAN, *à Bérenger qui veut lui rendre la cravate*. — Gardez la cravate, j'en ai en réserve.

BERENGER, *admiratif*. — Vous êtes soigneux, vous.

JEAN, *continuant d'inspecter Bérenger*. — Vos vêtements sont tout chiffonnés, c'est lamentable, votre chemise est d'une saleté repoussante, vos souliers... (*Bérenger essaye de cacher ses pieds sous la table*.) Vos souliers ne sont pas cirés... Quel désordre !...

Vos épaules...

BERENGER. —Qu'est-ce qu'elles ont, mes épaules ?...

JEAN. — Tournez-vous. Allez, tournez-vous. Vous vous êtes appuyé contre un mur... (*Bérenger étend mollement sa main vers Jean*.) Non, je n'ai pas de brosse sur moi, cela gonflerait les poches. (*Toujours mollement, Bérenger donne des tapes sur ses épaules pour en faire sortir la poussière blanche ; Jean écarte la tête.*) Oh là là... Où donc avez-vous pris cela ?

BERENGER. — Je ne m'en souviens pas.

JEAN. — C'est lamentable, lamentable ! J'ai honte d'être votre ami.

BERENGER. — Vous êtes bien sévère...

**Document n° 3 : Dominique Oberlé « Le groupe en psychologie sociale », *Sciences humaines*, Mai 1999**

Même si vous faites partie de ces personnes qui se sentent autonomes, libres d'esprit et non influençables, il vous est arrivé de vous ranger, à votre corps défendant ou non, à l'avis d'un groupe ou de ce que vous avez ressenti comme tel. Cette adhésion plus ou moins forte, ou plus ou moins feinte, et qui concerne aussi bien les pensées, les opinions que les conduites, recouvre deux phénomènes différents : la normalisation et le conformisme.

La normalisation renvoie à des situations assez floues, dans la mesure où aucune norme n'existe à leur propos, et celles-ci vont progressivement être créées, par tâtonnements successifs et influence mutuelle Par exemple, dans ce groupe avec lequel vous faites depuis peu de la musique, il devient clair pour tous les participants qu'un retard d'un quart d'heure est acceptable, jusque-là personne ne dit rien, mais pas plus. Inutile d'ailleurs d'arriver à l'heure exacte, car personne n'est là et vous attendez bêtement. (…)

Le conformisme, lui, concerne des situations où une norme existe déjà, soutenue par la majorité du groupe. Qu'est-ce qui peut amener un individu à modifier ses opinions ou ses comportements pour les mettre en accord avec ceux prônés par la majorité ? En 1958, le psychologue social Herbert C. Kelman a mis en évidence trois raisons :

- On peut se conformer par complaisance : le conformisme est alors utilitaire, il n'atteint pas les croyances profondes de l'individu, il lui permet seulement de ne pas se faire remarquer, de ne pas avoir de problèmes.

- On peut se conformer par identification : il importe dans ce cas de préserver des relations positives avec un groupe auquel on tient. On se conforme parce que l'on s'identifie à ce groupe et que l'on veut plaire à ses membres. On parle alors d'influence normative. Son enjeu est l'acceptabilité sociale.

- On peut se conformer par intériorisation : le contenu évoqué par la majorité est alors intériorisé au point que l'individu, convaincu par ce qu'il a entendu ou vu, n'a pas l'impression de se conformer mais d'adhérer de son plein gré. C'est notamment quand la majorité a une haute crédibilité que ce type de conformisme se développe.

Quoi qu'il en soit, du seul fait qu'elle existe, la majorité exerce une pression à se conformer, comme l'a bien montré l'expérience de S.E. Asch, dans laquelle les sujets avaient à évaluer les tailles de bâtonnets. C'était une tâche très simple, facile, sans aucune ambiguïté. Le hic, c'est que les sujets effectuaient cette évaluation après avoir entendu plusieurs compères de l'expérimentateur donner des réponses fausses. Un nombre significatif des sujets se conforma à l'opinion de la majorité, en adoptant les réponses erronées ! Ils exprimèrent après l'expérience leur malaise de s'être trouvés dans une si troublante situation : d'abord persuadés qu'ils avaient raison, puis progressivement ébranlés par la constance des réponses de la majorité.

Mais la résistance à la pression majoritaire n'est-elle pas envisageable ? Plusieurs cas peuvent se présenter. Ainsi, par exemple, vous avez osé affirmer votre point de vue opposé à celui de la majorité après vous être aperçu qu'il y avait quelqu'un dans le groupe qui pensait comme vous, c'est-à-dire que vous avez bénéficié d'un *« support social »*. Ou bien, le fait de vous être opposé à l'avis majoritaire a provoqué votre rejet du groupe. Ou encore, non content de vous être opposé à la majorité, vous n'avez eu de cesse de la convaincre de la justesse et du bien-fondé de votre point de vue. A la condition d'avoir développé vos arguments de manière consistante, convaincue et calme à la fois, sans dénigrer les membres de la majorité, vous êtes parvenu à vos fins et ils ont fini par renoncer à leur point de vue pour adopter le vôtre ! Dans ce cas, vous avez agi comme un minoritaire actif.

On le voit, même si ce n'est pas évident, il est possible non seulement de résister à l'influence majoritaire, mais aussi de lui opposer une alternative. (…)

Il est frappant de voir combien la normativité des groupes contribue à l'uniformité des conduites. Ce que pensent, ce que disent, ce que font les membres des groupes auxquels nous appartenons ou auxquels nous nous référons exerce incontestablement une grande influence sur nos propres choix. Est-ce à dire que la vie de groupe correspond forcément à une sorte d'embrigadement plus ou moins forcé ou consenti, et à une dépersonnalisation ? La première réponse qui s'impose est évidemment de rappeler que, si les autres nous influencent, nous influençons aussi les autres ! Et que si les groupes façonnent les gens en leur imprimant leur mode de faire et de pensée, ils sont aussi produits par eux. Par ailleurs, c'est la connaissance d'un phénomène qui permet de se prémunir de ses aspects éventuellement néfastes. Ainsi, l'étude des groupes a mis en évidence que la meilleure façon d'éviter les inconvénients de la pression à la conformité, consiste à favoriser le doute, la réflexion, l'esprit critique, en particulier par l'acceptation des points de vue minoritaires.

Cela dit, l'adhésion à des normes communes n'a pas que des aspects négatifs. Elle facilite non seulement les rapports avec les autres, car les normes partagées fournissent un cadre de référence commun, mais elle permet aussi d'entreprendre des actions salutaires, impossibles à accomplir seuls, et de construire des rêves de lendemains meilleurs.

**Document n°4 : image internet illustrant l’expérience de S.E Asch**

