

[Accueil](#)[Revenir à l'accueil](#)[CollectionBoite_044_B | Neurophysiologie Lagache & EEG. \[B\]](#)[CollectionBoite_044_B-49-chem | Psychologie des attitudes.](#)
[ItemObservation expérimentale des attitudes](#)

Observation expérimentale des attitudes

Auteur : Foucault, Michel

Présentation de la fiche

Coteb044_B_f0928

SourceBoite_044_B-49-chem | Psychologie des attitudes.

LangueFrançais

TypeFicheLecture

RelationNumérisation d'un manuscrit original consultable à la BnF, département des Manuscrits, cote NAF 28730

Références éditoriales

Éditeuréquipe FFL (projet ANR *Fiches de lecture de Michel Foucault*) ; projet EMAN (Thalim, CNRS-ENS-Sorbonne nouvelle).

Droits

- Image : Avec l'autorisation des ayants droit de Michel Foucault. Tous droits réservés pour la réutilisation des images.
- Notice : équipe FFL ; projet EMAN (Thalim, CNRS-ENS-Sorbonne nouvelle).
Licence Creative Commons Attribution - Partage à l'Identique 3.0 (CC BY-SA 3.0 FR).

Notice créée par [équipe FFL](#) Notice créée le 25/08/2020 Dernière modification le 23/04/2021

Observation et de l'attitude.

927

Lazarsfeld : "The people's choice : how the voter makes up his mind in a presidential campaign." (1948)

Pb : comment évoluent les attitudes des autres, d'une petite collectivité (district d'Érie et l'Ohio) et l'influence de la campagne électorale pr l'élection à la présidence en 1940.

Méthode : interview répétée (panel).

- on prend 1 échantillon important (3.000 sur 43.000 personnes), on le divise en 4, et dans chacun de ces quartiers, il y a 1 autre analogue d'individu des diverses catégories sur lesquelles est basé l'échantillonnage (âge, sexe, lieu de résidence et de naissance, niveau d'instruction, caractéristiques socio-économiques).

- 3 de ces échantillons firent figure de groupes témoins et ne furent interrogés qu'une fois. Le 4^e fut soumis à 6 interviews successives, à 1 mois d'intervalle.

Ces interviews portent non seulement sur les attitudes propres d'elles, mais aussi

corriger les erreurs dues à la répétition de l'interview

- sur les différentes caractéristiques quant à la nature et la fermeté de ces attitudes.
- sur l'ampleur du système de ref. auquel elles se rattachent (moyens d'information, influences subies)

Résultats.

1. Les attitudes sont très stables (+ de 80% des individus n'ont pu varier p. la campagne).
2. Il n'y a eu aucune influence que d'un manière selective (en prêtant attention à ce qui renforce leur inclination)
3. Les interactions à l'int. du groupe (en prenant comme ex. les interactions des positions hiérarchiques et du conf. lib. de ces). renforcent cette stabilité.
4. Les motifs et les interactions sont en g. pris entre des appartenances sociales et culturelles contradictoires. Ce sont les moins bien informés et les moins intéressés.
5. Si l'influence de la campagne, par suite du peu des interactions sociales, les attitudes de chaque groupe tendent à devenir de + en + homogènes, au lieu de se diversifier.
6. La campagne renforce les attitudes prévalentes et cristallise en attitudes homogènes les incertitudes vagues.

(Girard - pp 193-195)