

Effet du contexte dans l'évaluation d'un objet social: le cas d'une manifestation collective en France

Rafael Pecly Wolter

Universidade do Estado do Rio de Janeiro – RJ, Brasil

Résumé

Nous pensons que lorsqu'un objet est lié à des mobilisations de masse, sa dimension affective sera suractivée, ce qui se traduira par des attitudes polarisées. Cette polarisation affective liée aux mobilisations et aux foules serait instable. Dans cette observation comportant 2 facteurs explicatifs, nous nous sommes intéressés d'une part à l'affectivité de l'étiquette (étiquette affective vs étiquette non affective) et d'autre part au contexte des passations (pendant des manifestations et 6 mois après). Les 187 participants devaient évaluer sur des échelles de Likert des caractéristiques juridiques associées à une des deux étiquettes. Les résultats montrent que la polarisation du rejet ne se produit que face à l'étiquette affective et pendant les manifestations (significatif à $p < .001$). Ces résultats nous mènent à penser que ces objets à forte polarisation affective ne seraient pas des représentations sociales notamment à cause de leur instabilité.

Mots clefs: Pensée sociale, Nexus, Représentations sociales, Foules.

Effect of context in evaluating a social object: the case of a collective mobilization in France

Abstract

We think that while an object is related to mass arousals, its affective dimension will be over activated, which shall be translated as polarized attitudes. That affective polarization linked to arousals and to the crowds would be unstable. In this experimental study there were 2 independent variables. We have manipulated label affectivity with two modalities (affective label vs non-affective label) and questionnaire administration occasion (during manifestations and 6 months later). The 187 participants should evaluate with Likert scales juridical characteristics associated to one of the two labels. Results show that rejection polarization is produced only by the affective label and during manifestations (significant at $p < .001$). Those results lead us to think that these strongly polarized objects would not be social representations notably due to their instability.

Keywords: Social thinking, Nexus, Social representations, Crowds.

Introduction

Avant de présenter cette recherche, il convient de rappeler les événements en France du printemps 2006. Un nouveau type de contrat de travail, appelé contrat première embauche (CPE), devait être mis en place par le gouvernement. Ce nouveau contrat était destiné aux personnes âgées de moins de vingt-six ans. L'amendement relatif au CPE fut ajouté au projet de loi pour l'égalité des chances, et adopté par l'Assemblée Nationale dans la nuit du 8 au 9 février 2006. Dès février, la quasi-totalité des syndicats s'opposait à cet amendement. Très vite, le milieu étudiant, se

sentant concerné, les a rejoints dans cette opposition. Le 13 février une assemblée générale étudiante à l'Université de Rennes II a lancé un appel à la mobilisation générale en France. Trois jours plus tard des étudiants manifestaient dans une trentaine de villes. Un mois après l'adoption de l'amendement à l'Assemblée Nationale, le 7 mars 2006, entre 400 000 (pour les forces de l'ordre) et 1 million (pour les organisateurs) de personnes étaient dans les rues pour exprimer leur mécontentement face au CPE. Plusieurs manifestations de grande ampleur ont suivi. Le 18 mars, par exemple, plus d'un million de

personnes (selon les organisateurs) étaient dans les rues. Au plus fort de la crise, environ 80% des universités françaises étaient perturbées, selon le Ministère de l'Éducation. On était donc en présence d'une mobilisation sociale de grande ampleur.

Une forme particulière de la pensée sociale, les *nexus*, introduite par Rouquette (1988, 1994a) se manifeste typiquement lors des grandes mobilisations. Ce sont « des noyaux de sens irraisonnés qui ont valeur de référentiels pour une communauté donnée à une époque donnée » (Rouquette, 1994a, pp. 67-68). Dans des situations de crise, ces formes de la pensée sociale se mettent en place, les attitudes se polarisent, les *nexus* entrent en jeu. Rouquette (1994a) distingue les *nexus* des représentations sociales en affirmant que, contrairement aux représentations, le *nexus* « ne coordonne pas à lui tout seul des savoirs et des pratiques, il ne rassemble pas une expérience, il ne permet pas d'interpréter même s'il permet de juger » (p. 71). Face à un *nexus* nous ne voyons pas de demi-mesure, c'est du « tout ou rien ». L'expérimentation de Rouquette avec le *nexus* « nazi » illustre bien ce propos. La seule présence du terme « nazi » induisait les participants à rejeter en bloc les propositions de programme électoral présentées, alors que ces mêmes propositions n'étaient pas rejetées lorsqu'elles étaient attribuées à « un parti politique » sans autre précision. Il y a ainsi un effet d'étiquette.

Par ailleurs, les *nexus* sont étroitement liés au contexte socio-historique, ainsi « patrie » ralliait les français en 1914 et ne provoque que peu d'effets aujourd'hui (Delouée, 2005). Les *nexus* étant essentiellement activés en période de danger et crise, on peut parler d'un fort effet du contexte dans l'activation de ces « noyaux de sens irraisonnés », plus encore sans doute que dans le cas des représentations sociales (Abric & Guimelli, 1998). Plus précisément en période de crise, les attitudes d'adhésion ou de rejet se polarisent, une fois la crise passée le rejet sera moins extrême et l'on n'aura plus de polarisation. Les attitudes sont comprises ici en accord avec la définition de Eagly et Chaiken (1993) qui affirment que c'est « une tendance psychologique exprimée par l'évaluation d'une entité particulière selon un certain degré de faveur ou défaveur » (p.1).

Dans la présente recherche, nous étudions les effets des étiquettes mobilisatrices et du contexte sur l'évaluation d'un objet social. Pour

étudier l'effet d'une étiquette mobilisatrice, nous avons choisi les termes « CPE » et « contrat première embauche » que nous opposons à l'étiquette supposée non mobilisatrice « contrat de travail ». Nous faisons aussi varier le contexte de passation. Pour la moitié des participants, les passations se déroulaient lors des manifestations de mars 2006, pour l'autre moitié elles se déroulaient 6 mois après lorsque le mouvement s'était estompé. Les participants devaient évaluer le contenu présenté en indiquant leur degré d'accord avec ce dernier. Nous nous attendons à ce que les étiquettes « CPE » et « contrat première embauche » n'agissent qu'en contexte de crise, cela voulant dire qu'en situation de manifestation, il y aura une extrémisation relative des évaluations correspondantes. Quelques mois après lorsque le mouvement s'est arrêté, on peut s'attendre à ce que l'évaluation attribuée aux étiquettes « CPE » et « contrat première embauche » soit moins polarisée, et plus proche de l'évaluation de l'étiquette « contrat de travail ».

Méthodologie

Facteur

Du fait des contraintes de terrain le travail qui suit a un caractère quasi-expérimental, le premier facteur étudié est l'étiquette, avec trois modalités, soient: les étiquettes dites affectives « CPE » et « Contrat première embauche » et l'étiquette neutre « Contrat de travail ». Le choix des étiquettes dites affectives « CPE » et « contrat première embauche » a été fait par suite de leur grande fréquence d'emploi dans les médias. En utilisant les termes « étiquettes affectives » nous reprenons l'appellation donnée par Campos et Rouquette (2000) pour la désignation d'un objet générant des mobilisations.

Le deuxième facteur étudié est le contexte de passation, avec deux modalités: passation pendant les manifestations, c'est-à-dire dans un contexte mobilisateur (que nous appellerons contexte « chaud ») et passation six mois après le mouvement anti-CPE (que nous appellerons contexte « froid »), c'est à dire dans un contexte sans mobilisation. Nous pensons que l'effet des étiquettes affectives (« CPE » et « contrat première embauche ») sur l'évaluation n'aura lieu que dans les contextes « chauds ». En contexte « froid », nous supposons que les

étiquettes affectives ne se distingueront pas de l'étiquette neutre quant aux effets observés.

Variables mesurées

Pour mettre en évidence l'influence de l'étiquette et du contexte, on a retenu certaines caractéristiques juridiques du CPE que les participants devaient évaluer. Dans un premier temps, on a présenté une vingtaine de caractéristiques juridiques à une trentaine d'étudiants. On a conservé les caractéristiques jugées les plus compréhensibles et perçues comme les plus neutres, cela voulant dire que les étudiants ne les estimaient ni comme positives, ni comme négatives.

Voici les caractéristiques conservées pour l'étude:

- Réembauche du salarié licencié: Possible 3 mois après le licenciement. La durée travaillée auparavant est déduite de la période d'essai.
- Embauche d'un autre salarié après un licenciement: Possible immédiatement et indéfiniment.
- Indemnité de licenciement: 8% du salaire brut total versé depuis l'embauche.

- Allocations chômage: Après 4 mois de travail: 16,40€ par jour pendant 2 mois. Après 6 mois de travail: les conditions sont les mêmes qu'après un CDI.

- Exonération des cotisations sociales patronales: Totale pendant 3 ans pour l'embauche d'un jeune qui était au chômage depuis plus de 6 mois.

Après le pré-test, ces cinq caractéristiques ont été présentées aux participants des six conditions expérimentales. Ces derniers devaient exprimer leur degré d'accord/désaccord avec les dites caractéristiques. Pour cela, ils devaient se positionner sur une échelle de Likert en 5 points allant de +2 (accord maximal) à -2 (désaccord maximal). Pour chaque participant, on a calculé un score global (correspondant à la moyenne de ses cinq réponses).

Population

187 étudiants en Sciences Humaines et Sociales ont participé à cette étude. Les participants « à chaud » ont été interrogés lors des manifestations du 7 et du 19 mars 2006, à Paris, alors que les passations « à froid » ce sont déroulées en octobre de la même année à l'Université Paris-Descartes (Tableau 1).

Tableau 1 - Répartition des participants par condition.

	CPE	Contrat première embauche	Contrat de travail	Total
A « chaud »	29	28	29	86
A « froid »	29	36	36	101
Total	58	64	65	187

Hypothèses

Dans cette étude, nous avons deux séries d'hypothèses, liées à des caractéristiques différentes des *nexus*. La première série d'hypothèses concerne la force du rejet/adhésion, qui traduirait l'aspect polarisé des étiquettes affectives (nous sommes tout-à-fait pour ou tout-à-fait contre, il n'y a pas de milieu). La deuxième série d'hypothèses concerne le fait que les étiquettes affectives effaceraient momentanément les différences intergroupes, on devrait donc constater un rejet/adhésion partagé par tous.

Concernant la force du rejet/adhésion

- Effet de contexte

On s'attend à ce que les étudiants en manifestation rejettent plus fortement les affirmations présentées, inversement, six mois plus tard une dépoliarisation des réponses devrait avoir lieu, ce qui correspondrait à des réponses plus proches de 0 quelle que soit l'étiquette.

- Effet de *nexus*

Les participants dans les conditions où une étiquette affective est présente (« CPE » et « contrat première embauche ») rejeteraient plus fortement les affirmations alors que face à l'étiquette neutre (« contrat de travail ») les participants auraient des attitudes moins polarisées. Nous attendons aussi que le terme « CPE » engendre un rejet plus grand que

«contrat première embauche », cette hypothèse est exploratoire et concernerait un hypothétique « effet de sigle ».

- Interaction

On s'attend à ce que l'effet des étiquettes affectives (« CPE » et « contrat première embauche ») se produise plus fortement en contexte mobilisateur.

Concernant la proportion de rejet/adhésion

Les étiquettes affectives effaceraient les différences inter et intragroupales en contexte mobilisateur : on aurait donc une majorité de participants rejetant le contenu présenté dans les conditions où une étiquette affective est présentée en contexte « chaud ». Dans les autres conditions la proportion de personnes rejetant le contenu serait moins importante.

Résultats

Concernant la force du rejet/adhésion

- Effet de contexte

Si l'on s'intéresse à l'effet du contexte, on peut observer qu'« à chaud » le score moyen est de -0.93 alors qu'« à froid » ce score est de -0.33. Les participants « à chaud » rejettent donc davantage les caractéristiques présentées que les participants de la condition « à froid ». Cette différence est significative au seuil .001 ($t [185] = 5.6$), ce qui confirme l'hypothèse sur la dépoliarisation des attitudes en contexte non mobilisateur.

- Effet de *nexus*

En regardant les différences entre les modalités du facteur étiquette, il est possible d'observer que lorsque les caractéristiques sont attribuées à une étiquette affective (conditions « CPE » et « contrat première embauche ») les scores sont plus polarisés: soit -0.74 pour « CPE » et -0.82 pour contrat première embauche contre -0.34 pour « contrat de travail ». Ce résultat est significatif ($F [2,184] = 6,2$ à $p. = 002$). On peut donc affirmer que les participants des conditions « CPE » et « contrat première embauche » rejettent davantage les caractéristiques présentées, ce qui va dans le sens de l'hypothèse sur l'existence d'un effet de *nexus*.

Si l'on compare les résultats des conditions « CPE » et « contrat première embauche » on voit que les résultats sont

semblables ($t [120] = -0.54$ ns.) nous devons donc rejeter l'hypothèse d'un « effet de sigle ».

N'observant pas de différences entre « CPE » et « contrat première embauche », on a regroupé deux conditions en une seule. Le score moyen de cette condition que nous appellerons « étiquette affective » est de -0.78 (avec $n=122$). Si nous la comparons à la condition contrat de travail nous obtenons un résultat significatif ($t [185] = 3,5$ au seuil $p. < .001$). On peut donc affirmer que lorsqu'une caractéristique est attribuée à une « étiquette affective », celle-ci est davantage rejetée par les participants que lorsqu'elle est attribuée à une « étiquette neutre ».

- Interaction contexte x étiquette

En s'intéressant à l'interaction entre les deux facteurs (voir la Figure 1) nous avons un ($F[3,183] = 17,22$ à $p. < .001$). On peut observer qu'à « chaud » il y a une différence des scores entre les conditions « étiquette affective » (« CPE » et « contrat première embauche ») et la condition « étiquette neutre », (« contrat de travail »), cette différence étant significative ($F [2,83] = 6,61$ à $p. < .002$). Par contre, en contexte « à froid », cette différence n'est plus significative ($F [2, 98] = 1,49$ ns.). Il convient de souligner que le score aux conditions « contrat de travail » ne changent pas significativement (au test t) selon le contexte. Par contre, dans les conditions « étiquette affective » on rejette davantage les caractéristiques en contexte « à chaud » qu'en contexte « à froid » ($t [120] = -6,2$ à $p. < .001$).

Concernant la proportion de rejet/adhésion

La figure précédente montre qu'« à chaud » les étiquettes affectives ont une évaluation moyenne fortement négative, ce qui traduit un rejet important. Mais ce rejet ne traduit qu'une des caractéristiques de cette forme de la pensée sociale, que constituent les *nexus*. Ceux-ci ont une autre caractéristique distinctive, qu'est d'effacer les différences inter et intragroupes. Pour étudier cet aspect nous avons séparé les participants entre ceux qui rejettent les caractéristiques présentées et ceux qui ne les rejettent pas. En cas de mobilisation d'un *nexus* la proportion de sujets rejetant ou approuvant l'objet devrait être proche de 100%.

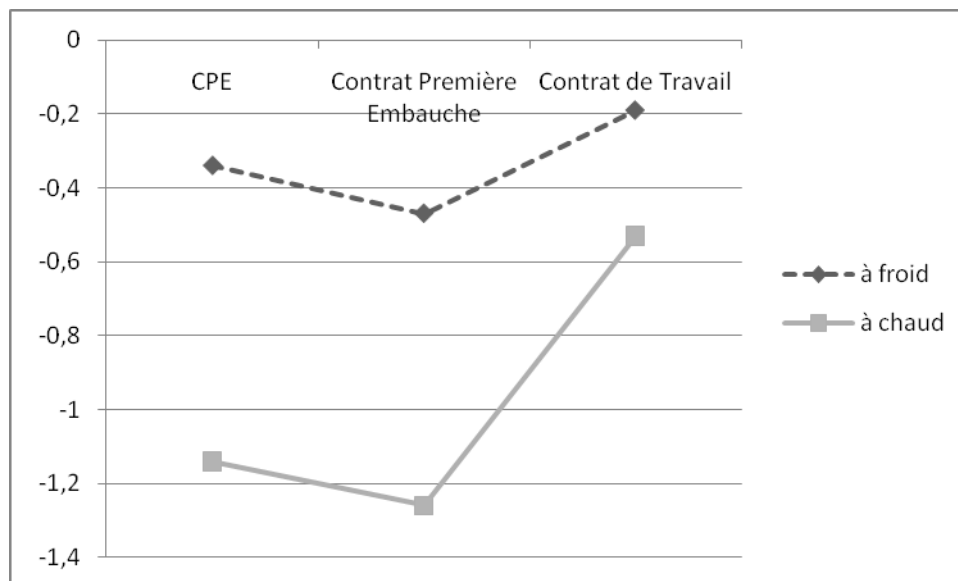


Figure 1 - Scores (allant de +2 à -2) des six conditions.

On observe en fait que l'évaluation de l'étiquette non affective ne subit pas l'effet du contexte. Que l'on soit en contexte « chaud » ou « froid » la même proportion de participants rejette les caractéristiques associées à l'étiquette « contrat de travail », la différence des deux proportions n'étant pas statistiquement significative au test du χ^2 ($\chi^2 o = 0,093 < \chi^2 c = 3,84$). Le Tableau 2 montre qu'indépendamment du contexte on retrouve la même proportion de participants défavorables au contenu présenté lorsque l'étiquette n'est pas affective indépendamment du contexte. La proportion de défavorables est d'environ 60% alors que les participants favorables au contenu sont environ 40%. Nous serions donc en présence de deux groupes avec des attitudes différentes, en aucun cas nous ne pouvons alors parler d'effet de *nexus*.

Le Tableau 3 nous montre que contrairement aux étiquettes non affectives les

étiquettes émotionnellement chargées subissent significativement l'effet du contexte. En situation « à chaud » seuls 4 participants sur 57 ne rejettent pas les caractéristiques des étiquettes affectives, alors qu'ils sont 24 sur 65 à le faire en condition « à froid ». Ces résultats montrent bien qu'« à chaud » les étiquettes affectives « CPE » et « contrat première embauche » agissent comme des *nexus*, avec 93% des participants rejetant les caractéristiques présentées. Les participants ne sont plus que 63% à rejeter les étiquettes affectives quelques mois après, les différences inter individuelles sont réapparues, nous ne sommes plus face à un *nexus*. Cette différence de proportion de personnes rejetant l'étiquette affective selon le contexte est statistiquement significative ($\chi^2 o = 15,36 > \chi^2 c = 3,85$) à $p < .001$.

Tableau 2 - Répartition des participants des conditions « non affectives » favorables ou défavorables au contenu présenté selon le contexte.

	Etiquette non affective « à chaud »	Etiquette non affective « à froid »
Favorables ou neutres	11 (38%)	15 (42%)
Défavorables	18 (62%)	21 (58%)
total	29	36

Note: Sont considérés comme favorables ou neutres les participants ayant un score supérieur ou égal à 0 dans l'évaluation des 5 caractéristiques, les participants ayant un score inférieur à 0 sont considérés comme défavorables aux caractéristiques présentées.

Tableau 3 - Répartition des participants des conditions « affectives » favorables ou défavorables au contenu présenté selon le contexte.

	Etiquette affective « à chaud »	Etiquette affective « à froid »
Pour ou neutre	4 (7%)	24 (37%)
contre	53 (93%)	41 (63%)
total	57	65

Note: Sont considérés comme favorables ou neutres les participants ayant un score supérieur ou égal à 0 dans l'évaluation des 5 caractéristiques, les participants ayant un score inférieur à 0 sont considérés comme défavorables aux caractéristiques présentées.

Les Tableaux 2 et 3 montrent bien que la disparition des différences inter et intragroupales ne se fait qu'avec les étiquettes affectives en contexte de manifestation, 6 mois après ces mêmes étiquettes ne génèrent plus un rejet massif partagé. En d'autres termes l'étiquette affective subit l'influence du contexte alors que l'étiquette non affective ne le subit pas. En contexte « froid » la proportion des participants rejetant les caractéristiques associées à une étiquette affective ne se distingue pas significativement ($\chi^2_0 = 0,22 < \chi^2_c = 5,99$) de la proportion de rejet des participants de la condition non affective. Alors qu'en contexte « chaud » les proportions se distinguent, face à l'étiquette affective on observe un consensus.

Les étiquettes affectives de mars 2006 sont devenues des étiquettes non affectives 6 mois après.

Discussion

Depuis la fin du XIX^{ème} siècle on s'intéresse à la malléabilité et à l'inconstance des foules, Le Bon (1895) notamment a souligné l'instabilité des foules, qu'il affirme être versatiles passant d'une opinion extrême à une autre acceptant des « opinions unilatérales extrêmes » (p. 25). En plus de décrire l'instabilité des foules, cet auteur souligne aussi leur polarisation puisqu'il dit que « la simplicité et l'exagération des sentiments des foules les préservent du doute et des incertitudes, elles vont tout de suite aux extrêmes » (p. 25). Tarde (1901) aussi avait souligné cet aspect de l'homme en foule, car comme il dit « chez les hommes rassemblés ou même unis de loin, tout, pensée ou désir, est vite poussé au dernier excès » (p. 23).

On peut rapprocher cette exacerbation des sentiments dans les foules aux résultats

observés dans cette étude, dans les conditions « à chaud » les participants étaient totalement opposés au contenu présenté lorsqu'il était rattaché à l'objet honni. Cette opposition était extrême et donc polarisée. En plus d'être extrême, ce rejet était partagé par tous. Nous avons donc un rejet extrême et partagé par tous. Ces résultats souligneraient aussi le fait que lorsque la charge affective devient prépondérante, on ne discute plus, les opinions et attitudes deviennent prélogiques puisqu'elles précèdent la réflexion.

On remarque que la polarisation observée « à chaud » est instable car six mois après elle n'existe plus, les scores se dépolarisent et se rapprochent de 0. Ceci nous rappelle que les *nexus* sont mobilisateurs, ou tout du moins, apparaissent essentiellement en période de mobilisation et seraient bien plus instables que d'autres formes de la pensée sociale. Avec ces résultats nous ne pouvons pas affirmer que la charge affective associée à un objet est instable, ou si seules les charges affectives extrêmes sont instables.

Cette étude a montré un effet de *nexus* (ou effet de l'affectivité de l'étiquette), ce qui vient renforcer les études précédentes (Rouquette, 1994a; Campos & Rouquette, 2000, 2003; Delouée, 2004, 2005, 2006; Wolter & Rouquette, 2006; Lo Monaco, Guimelli, & Rateau, 2008). Mais une question essentielle concernant cette forme de la pensée sociale reste en suspens (Wolter, 2009), quelle est son lien avec les représentations sociales? Une première réponse a été de dire que les *nexus* formeraient la composante affective de la représentation sociale (Rouquette, 1994a; Campos & Rouquette, 2000, 2003). En étudiant des objets polémiques générant des polarisations attitudeles, Delouée (2005b) remarque que la valence partielle attribution des schèmes cognitifs de base (notamment

Guimelli & Rouquette, 1992; Rateau, 1995a, 1995b, 1995c; Rouquette, 1994b) augmente avec la polarisation. Ce résultat pourrait nous indiquer qu'en présence d'un *nexus*, où la polarisation est forcément importante, le schème attribution aura une valence très forte, c'est-à-dire une valence attribution maximisée, ce qui traduirait peut-être un état particulier d'une représentation sociale, où l'affect et le jugement primeraient. Ce point de vue n'a pas été pris par Delouée (2005b) qui compare les *nexus* à des molécules d'eau à l'état de vapeur « désordonnées, espacées, non liées et très agitées » (p. 185), ce qui ne peut pas être une représentation sociale car cette dernière est forcément structurée et stable. Il suggère alors que le *nexus* n'est pas un état particulier de représentation sociale, mais une autre espèce de représentation. Les résultats de cette étude montreraient que les *nexus* sont instables, contrairement à une représentation sociale qui possède un noyau stabilisateur (Abric, 1994).

Références

- Abric, J.-C. (1994). Les représentations sociales: Aspects théoriques. In J-C Abric (Ed.), *Pratiques sociales et représentations* (pp.11-35). Paris: PUF.
- Abric J.-C., & Guimelli, C. (1998). Représentations sociales et effet de contexte. *Connexions*, 72(2), 31-42.
- Campos, P. H. F., & Rouquette, M-L. (2000). La dimension affective des représentations sociales: Deux recherches exploratoires. *Bulletin de Psychologie*, 53, 435-441.
- Delouée, S. (2004). D'une guerre à l'autre: Deux illustrations historiques des *nexus*. *Psihologia sociala*, 14, 93-102.
- Delouée, S. (2005). *Conduites collectives et cognitions polarisées. Etude expérimentale de la composante affective des représentations sociales*. Thèse de Doctorat, Université Paris Descartes, Paris.
- Delouée, S. (2006). Haine populaire, monnaie satirique et oubli: Le *nexus* « Sedan » d'hier à aujourd'hui. *Bulletin de psychologie*, 59(4), 407-420.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The Psychology of Attitudes*. Forth Worth: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers
- Guimelli, C., & Rouquette, M.-L. (1992). Contributions du modèle associatif des schèmes cognitifs de base à l'analyse structurale des représentations sociales. *Bulletin de psychologie*, XLV, 405, 196-202.
- Le Bon, G. (1895). *Psychologie des foules*. Paris: Alcan.
- Lo Monaco, G., Rateau, P., & Guimelli, C. (2008). *Nexus, représentations sociales et masquage des divergences intra et intergroupes*. *Bulletin de Psychologie*, 60(6), 581-592.
- Rateau, P. (1995a). Le noyau central des représentations sociales comme système hiérarchisé: Une étude sur la représentation du groupe. *Les cahiers internationaux de psychologie sociale*, 26, 29-52.
- Rateau, P. (1995b). Dimensions descriptive, fonctionnelle et évaluative des représentations sociales: Une étude exploratoire. *Papers on Social Representations*, 4(2), 133-146.
- Rateau, P. (1995c). Hiérarchie du système central des représentations sociales et processus de rationalisation de la mise en cause de ses éléments. *Bulletin de psychologie*, XLIX (422), 73-87.
- Rouquette, M-L. (1988). *La psychologie politique*. Paris: PUF.
- Rouquette, M-L. (1994a). *Sur la connaissance des masses*. Grenoble: PUG.
- Rouquette, M-L. (1994b). Une classe de modèles pour l'analyse des relations entre cognèmes. In C. Guimelli (Ed.), *Structures et transformations des représentations sociales* (pp. 152-170). Neuchâtel: Delachaux & Niestlé.
- Tarde, G. (1901). *L'opinion et la foule*. Paris: PUF.
- Wolter, R. P. (2009). Les objets à forte valence affective: la notion de *nexus*. In M-L. Rouquette (Ed.), *La pensée sociale: Perspectives fondamentales et recherches appliquées*. Ramonville St. Agne: Eres.

Wolter, R. P., & Rouquette, M-L. (2006). A influência de certos termos socialmente salientes (nexus) e da imagem sobre a percepção de um objeto social. *Revista de Educação Pública*, 29, 79-89.

Enviado em Dezembro de 2010

Aceite em Abril de 2011

Publicado em Julho de 2011