
Conduites dopantes : à quoi s'engage-t-on ?

Armelle FAVRE, Patrick LAURE
Laboratoire de Psychologie appliquée,
UFR-STAPS, Bât.6, Moulin de La Housse,
51687 Reims CEDEX 2

Résumé—*Les conduites dopantes, ou consommations de produits aux fins de performance, sont adoptées par des personnes qui, confrontées à un obstacle, s'engagent dans l'action de le surmonter ou, au minimum, de l'affronter avec un ou des produits. On pourrait donc postuler que les conduites dopantes sont des actes d'engagement. Cet article a pour objectif d'explorer cette hypothèse sous l'angle de la théorie de l'engagement de Kiesler, selon laquelle nos actes nous engagent et ce, à des degrés divers. À la lueur des travaux de Beauvois et Joulé, il esquisse l'intérêt de ce concept dans l'analyse et la compréhension de ce comportement et il souligne le danger qu'il y aurait, notamment en matière de prévention, à focaliser son attention uniquement sur l'usager du produit, sans se préoccuper des fonctionnements psychosociaux qui sous-tendent la consommation.*

Abstract—*Doping behaviours, or consumptions of drugs for the purposes of performance, are adopted by persons who, confronted with an obstacle, undertake into action to surmount it or, at least, to face it with one or several products. One could so postulate that doping behaviours are acts of commitment. This article has for objective to investigate this hypothesis under the angle of Kiesler's theory of commitment, according to which our acts commit us and on to different degrees. In the light of Beauvois and Joulé's works, it sketches the interest of this concept in the analysis and the*

understanding of this behaviour and it underlines the danger which there would be, notably in prevention, to focus attention only on the drug user, without worrying about psychosociological functionings which sub-aim consumption.

Mots clés — *Dopage – Comportement – Consommation – Théorie – Psychologie – Motivation.*

Une conduite dopante est un comportement de consommation de produits aux fins de performance adoptée par une personne confrontée à un obstacle.

Cet obstacle peut prendre diverses formes (examen oral, prise de parole en public, compétition sportive, etc.) et tout l'intérêt de la situation réside dans le désir qu'à la personne de le surmonter ou, au minimum, de l'affronter en d'autres termes de s'impliquer dans l'action et non de rester en retrait, ou indifférent.

Mais en prenant un produit pour affronter une situation, ne s'engage-t-on pas, aussi, à autre chose ?

Pour apporter des éléments de réponse à cette question, imaginons la situation suivante, mettant en scène Marie, une secrétaire appliquée et volontaire.

« En cette fin d'année, le travail ne manque pas. Avec la meilleure des volontés, elle doit bien admettre que le dossier que son supérieur lui a demandé pour le lendemain, est loin d'être achevé. Or, pour elle, il est important de respecter le délai, il en va de sa compétence. Mais, en raison de nombreuses heures supplémentaires, elle se sent actuellement plutôt fatiguée. Auparavant, dans ce genre de situation, elle prenait des médicaments stimulants et elle se sentait plus efficace.

Cet après-midi, son patron lui rappelle, avec un grand sourire, toute l'importance du dossier qu'elle doit peaufiner : « Nous comptons sur vous, nous pouvons décrocher un gros budget... Mais vous êtes la meilleure, c'est pour cela que nous vous l'avons confié ! ».

Marie n'a rien dit, mais elle n'a pas encore trouvé le temps ne serait-ce que de l'entrouvrir. Dès lors, deux options s'offrent à elle :

- Travailler très tard au bureau et y revenir plus tôt le lendemain matin ;
- Prendre l'un des stimulants qu'elle a dans son sac et travailler un peu plus tard.

Marie retient la seconde, qui lui permettra, selon elle, de boucler le dossier dans les temps ».

Dans ce court récit, Marie adopte, volontairement, une conduite dopante, et le fait à son profit, mais aussi à celui de son patron. Elle s'est donc engagée à la fois dans un comportement de consommation de produit, mais aussi dans une action de confrontation à un obstacle.

Le concept de conduite dopante pourrait-il être regardé comme une double conduite d'engagement et quel intérêt aurait-on à le faire ?

La théorie de l'engagement

On considère habituellement que les individus s'engagent dans une action en fonction de leurs idées, de leurs convictions et autres croyances, qui traduisent finalement autant de formes d'influence sociale. Différents facteurs, dits internes, et issus du champ de la motivation, permettent d'expliquer ses conduites, comme l'autodétermination, les besoins et les compétences, et autres auto-efficacité (Vallerand *et al.*, 1993).

Toutefois, on peut aussi envisager une situation inverse de la précédente, qui supposerait que les individus soient engagés non pas en fonction de leurs opinions, mais en fonction de leurs actes. C'est le postulat de la théorie de l'engagement, selon laquelle seuls nos actes nous engagent et ce à des degrés divers (Kiesler, 1971). Elle revient à explorer le lien qui relie l'individu à ses actes, comme celui de s'engager dans une consommation de produits ou celle d'affronter un obstacle.

Selon Beauvois et Joulé (1998), deux caractéristiques de l'acte interviennent de façon importante dans l'engagement.

La première est sa dimension : une personne est d'autant plus engagée que l'acte est visible, c'est-à-dire qu'il a un caractère public (par exemple : accompli sous le regard d'autrui), explicitement formulé, impliquant suffisamment la personne pour qu'elle ne puisse pas oser le remettre en question, qu'il est répété plusieurs fois, et qu'il est conséquent.

La seconde tient dans la raison de l'acte : une personne est d'autant plus engagée que ses motifs sont d'ordre interne (critères de personnalité) et d'autant plus désengagée qu'ils sont externes (récompense, punition) et qu'elle est libre de ses choix.

D'après cette théorie, les conduites dopantes seraient des actes engageants. L'escalade dans le recours aux produits en constitue une illustration. Par exemple, ce cycliste hollandais qui, pour faire face à un besoin d'argent, remplace un jour le bidon de son soigneur par des pilules de Centramine®, une amphétamine. Grâce à quoi il remporte la classique française Paris-Valencien-

nes. Encouragé par ce premier succès, il recourt à d'autres amphétamines, de plus en plus fortes : le Pervitin© pendant les épreuves des Six Jours puis, avec l'aide de son pharmacien, l'Actédron©. Enfin, ultime échelon de cette escalade, la Méthédrine© injectable, lors du championnat de Belgique. Et pourtant, le coureur est conscient des risques encourus : « ...deux tours avant la fin, tout devint noir devant mes yeux. Je descendis de machine et allai m'asseoir sur un tas de sable. Celui qui me fit boire quantité de bouteilles d'eau m'a certainement sauvé la vie... » (Bastide, 1970).

La liberté de choix, la répétition, le coût, l'internalité de l'acte sont autant de facteurs liés à l'acte de dopage de ce sportif. Cet exemple suggère, sans toutefois le démontrer, qu'il pourrait exister, dans les conduites dopantes, des caractéristiques qui relient l'individu et son action.

Processus d'engagement et conduites dopantes

La théorie de l'engagement décrit un processus dans lequel l'acte de l'individu et ses caractéristiques sont au premier plan, ce qui permet de focaliser son attention ailleurs que sur le seul acteur. L'exploration de certains aspects de ce processus pourrait donc contribuer à élaborer des éléments compréhensifs, et non plus seulement descriptifs, des conduites dopantes, regardées comme des actes d'engagement.

Le premier point intéressant est le constat, selon cette théorie, qu'une personne liant un acte à des éléments internes (personnalité, intention) est plus disposée à s'engager qu'une autre, liant un acte à des éléments externes (chances, circonstances). Ainsi, dans l'exemple de Marie, c'est d'être reconnue compétente qui la disposerait à prendre un stimulant, plus que le manque de temps. Par ailleurs, les personnes qui adoptent des conduites dopantes lient presque toujours leur consommation à des motifs qui leur sont propres : devenir plus performant (ou le rester), augmenter les capacités intellectuelles et/ou physiques, être plus courageux, améliorer l'apparence physique, etc. D'ailleurs, les motifs évoqués pour ne pas consommer n'en sont pas moins internes, comme le fait de ne « pas en voir l'intérêt », de ne « pas aimer le goût du produit », que celui-ci « nuit à la santé », ou encore fait « gaspiller de l'argent » (Laure, 2000).

Le second point intéressant est la stratégie du « pied dans la porte » (Freedman *et al.*, 1966), selon laquelle une petite confrontation préalable à l'acte (acte préparatoire) permet de s'engager davantage dans celui-ci, par la suite. En somme : « demander peu avant de demander beaucoup ». Par exemple, pour Marie, accepter le dossier (une simple parole), l'incite à faire un pas de plus (prendre un stimulant) pour répondre aux critères d'engagement qui sont liés à

son acte (son choix personnel, le caractère irrévocable de son acceptation, sa connaissance des stimulants, etc.) Elle a « le pied dans la porte », et se trouve implicitement soumise à sa propre liberté de choix. Dans le domaine du dopage, bien des travaux montrent une forme d'escalade potentielle dans le recours aux produits. Ainsi a-t-il été constaté que l'usage de stéroïdes anabolisants est plus élevé chez les adolescents qui, antérieurement, ont consommé de l'alcool et du tabac (Radakovich *et al.*, 1993), et que la prise de cocaïne est corrélée à la consommation de ces anabolisants (Durant *et al.*, 1993).

Le troisième point que nous retiendrons est « l'effet de gel » : l'engagement dans un acte a pour effet de rendre cet acte plus résistant au changement (Lewin, 1947), même s'il s'avère, par la suite, que la prise de décision initiale était inadaptée (Staw, 1976). Par exemple, plusieurs études soulignent la persistance d'une conduite dopante chez des personnes pourtant informées des dangers potentiels encourus pour leur santé (Korkia *et al.*, 1997 ; Lindström *et al.*, 1990). Ce constat est lourd de sens si on l'applique à la prévention des conduites dopantes et, d'une façon générale, à la prévention des conduites à risque, rapidement définies comme des comportements d'expérimentation mettant potentiellement en danger la santé de l'individu ou celle des autres.

Engagé ou influencé ?

Certaines études ont souligné que lorsqu'une personne s'engage, l'environnement pourrait l'engager également (Cialdini *et al.*, 1975). Par exemple, lorsqu'une personne reçoit une demande extrême à laquelle elle refuse de donner suite, elle peut éventuellement consentir à une seconde de moindre importance. Cette acceptation proviendrait de la minimisation de la deuxième demande par rapport à la première, de la peur de « perdre la face », et de l'impression d'accorder une faveur. Toutefois, cette situation n'est envisageable qu'en présence d'un demandeur qui vit l'acte de faveur autant que la personne.

Ce concept pourrait signifier qu'une personne, toute résolue qu'elle soit, peut être amenée à changer d'opinion ou de comportement presque à son insu.

C'est ce que l'on observe, notamment, en matière de dopage. Un sportif qui refuse de se doper et qui se voit proposer de l'EPO ou de l'hormone de croissance, bref des produits « médiatiquement connus », réputés « efficaces » et ayant déjà été impliqués dans des « affaires de dopage », rejettera l'offre en manifestant son indignation. Mais qu'advient-il si la même personne lui proposait alors un autre produit, jugé plus insignifiant, comme un corticostéroïde ? Pour peu que le « pourvoyeur » soit connu du sportif, la « faveur » qui lui serait faite en acceptant son offre serait d'autant plus conséquente. La

probabilité de prendre le produit (mais pas forcément de le consommer) semble donc importante. Ce qui pourrait expliquer le constat fait par la grande majorité des études : la principale source de produits dopants est représentée par l'entourage des sportifs (coéquipiers, entraîneurs, etc.).

Pour autant, le fait d'accepter ne serait-ce que de prendre un produit, alors qu'on se déclare opposé au dopage, ne va pas nécessairement de soi et peut revêtir un caractère plus ou moins déstabilisant.

Beauvois et Joulé (1981, 1996) décrivent cette situation, où une personne placée dans un contexte d'engagement (en étant libre de ses décisions), peut être amenée à réaliser des actes qui lui sont problématiques. Elle est alors en dissonance avec ce qu'elle pense (Festinger, 1957) et va modifier a posteriori ses attitudes pour mieux les faire s'accorder avec ce qu'elle fait. Par exemple en adoptant un positionnement général admis, en pratiquant l'évitement, en modifiant ses idées dans une démarche générale de rationalisation (« ce produit n'est pas vraiment dopant », « il faut bien que je me soigne », etc.).

On pourrait également considérer cette situation sous un autre angle et faire l'hypothèse que d'un acte d'engagement, la personne peut se laisser « dépasser » par son environnement et, de fait, être « sous influence ». Y compris celle de produits... Bien entendu, on pourrait objecter qu'à chaque engagement, la personne est libre de faire ou de ne pas faire l'action. La liberté de choix étant l'une des conditions essentielles de l'acte d'engagement. Mais, en consentant à se soumettre librement, la personne peut s'engager dans des actions qu'elle n'aurait peut-être pas faites spontanément.

Conclusion

Aborder les conduites dopantes en les regardant comme autant d'actes d'engagement, revient à s'intéresser plus particulièrement aux conditions dans lesquelles elles se réalisent. Bien que la personne soit partie prenante de son acte, la théorie de l'engagement permet, en la repositionnant, d'approcher la situation par d'autres voies jusque là peu défrichées.

Sans chercher à minimiser la responsabilité de chacun dans le mécanisme des conduites dopantes, il paraît essentiel de ne pas centrer son attention uniquement sur la personne, mais d'aller explorer les fonctionnements psychosociaux qui sous-tendent l'engagement.

Peut-être est-ce l'une des clés qui, en donnant un éclairage complémentaire sur les conduites dopantes, permettra de construire des outils propres à aider à

désengager la personne de l'acte de consommer des produits aux fins de performance.

Bibliographie

- BASTIDE R., *Doping. Les surhommes du vélo*, Paris, Solar, 1970.
- BEAUVOIS J-L., JOULÉ R-V., *Soumission et idéologies. Psychosociologie de la rationalisation*, Paris, P.U.F, 1981.
- BEAUVOIS J-L., JOULÉ R-V., *A radical dissonance theory*, London, Taylor & Francis, 1996.
- BEAUVOIS J-L., JOULÉ R-V., *La soumission librement consentie*, Paris, PUF, 4^e édition, 1998.
- CIALDINI R.B., VINCENT J.E., LEWIS S.K. *et al.*, Reciprocal concessions procedure for inducing compliance : the door-in-the-face technique. *J Personality Social Psychology*, 1975, 34, 599-604.
- DUBOIS N., *La norme d'intériorité et le libéralisme*, Grenoble, P.U.G., 1994
- DURANT R.H., RICKERT V.I., ASHWORTH C.S., NEWMAN C., SLAVENS G., Use of multiple drugs among adolescents who use anabolic steroids. *N Engl J Med*, 1993, 13,922-6.
- FESTINGER L., *A theory of cognitive dissonance*. Evanston, Row and Peterson, 1957.
- FREEDMAN J-L., FRASER S.C., Compliance without pressure : the foot in the door technique. *J Personality Social Psychology*, 1966, 4, 195-202.
- KIESLER C.A., *The psychology of commitment. Experiences linking behaviour to belief*, New York, Academic Press, 1971.
- KORKIA P., STIMSON G.V., Indications of prevalence, practice and effects of anabolic steroid use in great Britain, *Int. J. Sports Med.*, 1997, 18, 557-62.
- LAURE P., *Dopage et société*, Paris, Ellipses, 2000.
- LEWIN K., Group decision and social change, In Newcomb, T., Hartley, E., *Readings in social psychology*, (eds) Holt., 1947.
- LINDSTRÖM M., NILSON A.L., KATZMAN P.L., JANZON L., DYMILING L.F., Use of anabolic steroid among bodybuilders- frequency and attitudes, *J. Intern. of Med.*, 1990, 227, 407-11.
- RADAKOVICH J., BRODERICK P., PICKELL G., Rate of anabolic-androgenic steroid use among students in junior high school, *J. Am. Board. Fam. Pract.*, 1993, 6, 341-5.
- STAW B.M., Knee-deep in the big muddy : A study of escalating commitment to a chosen course of action, *Organizational Behaviour and Human Performance*, 1976, 16, 27-44.
- VALLERAND R.J., THILL E., *Introduction à la psychologie de la motivation*, Laval, Québec, Édition Études Vivantes, 1993.