

Fabien GIRANDOLA Christophe DEMARQUE Grégory LO MONACO

PSYCHOLOGIE SOCIALE

cours

méthodologie

entraînement

ARMAND COLIN

Des ressources complémentaires sont disponibles en ligne à l'adresse :
<http://armand-colin.com/eau/9782200620387>

Illustration de couverture : Kurt Schwitters,
Motiv : Verschiebungen, 1930, Kurt et Ernst Schwitters Fondation, Hanovre
© AKG-Images

Maquette intérieure : Yves Tremblay

Composition : PCA

<p>Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.</p> <p>Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements</p>	 <p>DANGER LE PHOTOCOPIAGE TUE LE LIVRE</p>	<p>d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.</p> <p>Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).</p>
--	--	--

© Armand Colin, 2019

Armand Colin est une marque de Dunod Éditeur
11 rue Paul Bert 92240 Malakoff

ISBN : 978-2-200-62038-7

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Table des matières

Présentation de l'ouvrage	9
Chapitre 1. Les fondements de la psychologie sociale	13
1. Qu'est-ce que la psychologie sociale ?	13
1.1. Éléments de définition	14
1.2. Un positionnement original : le regard psychosocial	16
1.3. Différents niveaux d'analyse	19
2. Brefs repères chronologiques	20
2.1. Fin du XIX ^e siècle jusqu'aux années 1930 : la difficile émergence de la psychologie sociale	21
2.2. L'après-guerre jusqu'aux années 1970 : l'âge d'or de la psychologie sociale ?	23
2.3. Des années 1970 à nos jours : une discipline toujours vive malgré les crises	24
3. Quelques précurseurs	25
3.1. En France	25
3.2. Aux États-Unis	27
4. Les méthodes en psychologie sociale	29
4.1. La méthode expérimentale	29
4.2. Autres méthodes mobilisées en psychologie sociale	30
■ À retenir	33
■ Notions clés	33
■ Entraînement	35
Chapitre 2. Attributions	39
Introduction	39
1. Les grands modèles théoriques de l'attribution	41
1.1. La conception heiderienne de l'attribution	41
1.2. Le modèle des « inférences correspondantes » de Jones et Davis (1965)	46
1.3. Kelley (1967) : le modèle du cube attributionnel	48

1.4. Les schémas causaux de Kelley : vers une théorisation moins idéalisée	52
1.5. La théorie attributionnelle de la motivation à l'accomplissement de Weiner	55
2. Le <i>locus of control</i> (lieu du contrôle)	56
3. Les biais attributifs	60
3.1. Le biais d'auto-complaisance	60
3.2. Le biais acteur-observateur	61
3.3. Le biais de confirmation d'hypothèses et l'effet Pygmalion	62
3.4. L'erreur fondamentale d'attribution	63
4. De l'explication causale à la norme d'internalité	65
■ À retenir	68
■ Notions clés	68
■ Entraînement	71
Chapitre 3. Les relations interpersonnelles	73
1. L'attraction	73
1.1. Comment définir l'attraction ?	73
1.2. Qu'est-ce qui provoque l'attraction ?	74
2. Les relations amicales et amoureuses	78
2.1. Les relations amicales	78
2.2. Les relations romantiques et amoureuses	79
3. Émotions et relations sociales	82
3.1. Émotions et partage social des émotions : effets interpersonnels et collectifs	82
4. Comportement prosociaux : le cas de l'altruisme	86
4.1. Comportements prosociaux et indices de proximité	86
4.2. L'altruisme	87
5. Relations interpersonnelles et psychologie positive	91
6. L'agression humaine	92
7. Le pouvoir	94
■ À retenir	99
■ Notions clés	100
■ Entraînement	101
Chapitre 4. Normes	105
1. Les conduites normatives	107
1.1. Normes descriptives et normes injonctives : aspects théoriques	107
1.2. Normes descriptives et normes injonctives : aspects appliqués	108

1.3. Normes descriptives et normes injonctives : exemples de messages	111
1.4. Différents types de normes : minoritaires, croisées, situationnelles	113
1.5. Normes et modérateurs : le cas de l'implication personnelle et de l'identification politique	114
1.6. Normes de réciprocité et de consistance	115
2. Le resserrement normatif	116
3. Normes, contrôle social et sanction	119
4. Normes et système culturel : l'exemple de la créativité et de l'innovation	120
■ À retenir	122
■ Notions clés	122
■ Entraînement	124
Chapitre 5. Attitudes et comportements	127
1. L'attitude	128
1.1. Origine de l'attitude et force de l'attitude	128
1.2. La mesure de l'attitude : deux exemples	130
1.3. Prédire le comportement ?	131
2. Persuasion et changement des attitudes	135
2.1. Effets de simple exposition et effets de conditionnement évaluatif	135
2.2. La communication persuasive	137
2.3. Quelques paramètres de la persuasion	142
2.4. La persuasion technologique	143
3. La dissonance cognitive	144
3.1. La soumission forcée ou induite	145
3.2. Les modes de réduction de la dissonance	146
3.3. Les différentes versions de la dissonance	147
3.4. Hypocrisie induite, exposition sélective à l'information	148
3.5. Dissonance, groupe et soutien social	150
4. Soumission-sans-pression et engagement	150
5. La soumission librement consentie	153
6. L'implémentation des intentions et contraste mental	154
7. La communication engageante	156
8. Les techniques de changement de comportements	158
■ À retenir	159
■ Notions clés	160
■ Entraînement	162

Chapitre 6. L'influence sociale	167
1. La normalisation	167
2. Le conformisme	175
2.1. L'effet Asch	175
2.2. Influence normative et influence informationnelle	179
3. L'influence minoritaire	181
3.1. Repenser le statut du déviant	181
3.2. Consistances diachronique et synchronique, influences directe et indirecte, dissociation et conversion	184
4. L'obéissance et la soumission à l'autorité : des travaux de Milgram aux recherches actuelles	187
5. La prison de Stanford, les rôles sociaux et la désindividuation : d'une expérience fondatrice à «l'histoire d'un mensonge»	192
■ À retenir	195
■ Notions clés	195
■ Entraînement	197
Chapitre 7. La perception sociale : formation d'impression, stéréotypes, préjugés et discrimination	199
1. Comment se forme-t-on une représentation d'autrui ?	200
1.1. La formation des impressions	200
1.2. Les théories implicites de la personnalité	202
2. La perception sociale sous influence : les stéréotypes	203
2.1. Qu'est-ce qu'un stéréotype ?	203
2.2. Un processus de base : la catégorisation sociale	207
3. Les effets des stéréotypes : quand la perception sociale mène jusqu'à la discrimination	208
3.1. Effets sur le jugement et l'interprétation des situations	209
3.2. Effets sur les explications mobilisées par les individus	211
3.3. Effets sur les performances : la menace du stéréotype	211
3.4. Effets sur les comportements : la discrimination	213
4. Conclusion : le rôle central de la motivation	214
■ À retenir	216
■ Notions clés	216
■ Entraînement	218

Chapitre 8. Les relations intergroupes	221
Introduction	221
1. La compétition pour l'acquisition de ressources limitées: la théorie des conflits réels	223
2. Le conflit intergroupe pour acquérir ou maintenir une identité collective positive	225
2.1. La théorie de l'identité sociale	225
2.2. La théorie de l'autocatégorisation	230
3. Réduire les tensions intergroupes?	231
3.1. La décatégorisation	231
3.2. Vers une identité de groupe commune?	232
3.3. La différenciation mutuelle intergroupe	233
3.4. Vers une reformulation de la théorie du contact (Pettigrew, 1998)	234
■ À retenir	235
■ Notions clés	235
■ Entraînement	237
Chapitre 9. Pensée sociale et représentations sociales	239
1. L'étude de l'«autre pensée»	239
2. La théorie des représentations sociales: panorama des orientations théoriques	241
2.1. Le modèle sociogénétique	243
2.2. Le modèle structural	248
2.3. Le modèle sociodynamique	250
3. La distance à l'objet: une conception multifactorielle du rapport entretenu avec l'objet	253
3.1. Le rôle du niveau de pratique	254
3.2. Le rôle du niveau d'implication	255
3.3. Le rôle du niveau de connaissance	256
4. Les méthodes de recueil et d'analyse des représentations sociales	257
4.1. L'entretien de recherche	258
4.2. Les associations verbales	258
4.3. L'identification du statut structural des éléments: la technique de mise en cause	260
4.4. Le Test d'Indépendance au Contexte (TIC)	261
4.5. Les voies d'analyse des données	262
5. Les non-dits de la pensée sociale: entre contextes et expression(s)	263

■ À retenir	266
■ Notions clés	267
■ Entraînement	269

Références bibliographiques	271
------------------------------------	-----

Corrigés	301
-----------------	-----

Présentation de l'ouvrage

Dans le cadre de la **collection Portail**, cet ouvrage s'adresse à tous celles et ceux qui souhaitent se familiariser avec la psychologie sociale théorique et appliquée. Il ne propose pas une vision exhaustive de la discipline mais des clés pour l'acquisition d'un questionnement, d'un vocabulaire, de connaissances et de méthodes spécifiques de travail.

■ Objectif principal de l'ouvrage

Cet ouvrage vise à une présentation de la psychologie sociale théorique et appliquée. Il a pour objectif de présenter les concepts et méthodes fondamentaux de cette discipline et leurs articulations pour expliquer des phénomènes de la vie quotidienne et sociale, en les resituant autant que possible dans l'histoire du développement des idées.

Il s'agit également de présenter au lecteur les controverses théoriques, méthodologiques et éthiques actuelles.

■ Plan de l'ouvrage

Cet ouvrage présente tout d'abord ce qu'est la psychologie sociale et insiste sur ses spécificités ainsi que sur les grandes étapes de son émergence. Il introduit également les principales méthodes d'étude de la discipline (**chapitre 1**).

Il aborde ensuite les principaux modèles de l'attribution causale, le locus of control et les biais attributifs, ainsi que la conception normative de l'internalité (**chapitre 2**), avant de revenir sur les relations interpersonnelles en présentant les concepts et les principales théories de

l'attraction, des relations amicales et amoureuses, du partage social des émotions, de l'altruisme, de la psychologie positive, de l'agression et du pouvoir (**chapitre 3**). Par la suite, l'ouvrage introduit la question des normes sociales, leur influence et impact sur les jugements et comportements interindividuels et sociétaux, le concept de resserrement normatif et ses effets sociétaux (**chapitre 4**). Il présente les principales théories de l'attitude et du changement des attitudes, comme les modèles de la communication persuasive et la théorie de la dissonance cognitive, les théories de la prédiction comportementale et celles du changement des comportements comme l'engagement (**chapitre 5**). Le champ de l'influence sociale occupe le chapitre suivant, à travers une introduction aux grandes thématiques (normalisation, soumission à l'autorité, conformisme, influence minoritaire, rôles sociaux) qui ont marqué et qui marquent encore aujourd'hui l'histoire de la discipline à travers certaines controverses très récentes (**chapitre 6**). Les processus en jeu dans la perception sociale (formation d'impression, stéréotypes) et leurs effets (discrimination) sont ensuite exposés (**chapitre 7**) avant de présenter les modèles théoriques rendant compte des relations intergroupes (**chapitre 8**).

Enfin, le dernier chapitre est consacré à la présentation des concepts et des méthodes d'étude de la pensée sociale. Il constitue une introduction aux principales orientations (sociogénétique, structurale et sociodynamique) de la théorie des représentations sociales et de ses outils d'analyse et de recueil de données (**chapitre 9**).

Chaque chapitre de l'ouvrage peut se lire indépendamment, mais vous pourrez constater que des liens sont établis entre les chapitres, entre autres parce que certains concepts et certaines méthodes sont communs à l'étude de phénomènes psychosociaux différents.

■ Les niveaux d'analyse en psychologie sociale

De par les nombreux concepts abordés dans le cadre de l'ouvrage, le lecteur pourra se familiariser avec les différents niveaux d'analyse de la psychologie sociale.

La psychologie sociale ne se limite pas à l'étude de ce qui se passe au niveau strictement cognitif. Ce niveau est sous la dépendance des relations entretenues avec d'autres personnes dans le cadre des interactions

interpersonnelles, des relations entre différents groupes sociaux ou encore certaines variables de nature idéologique en capacité de peser sur nos attitudes et conduites individuelles. De ce qui précède, on peut comprendre que les aspects sociaux de « moyen » (par exemple : relations interpersonnelles) ou de « haut » (par exemple : représentation, idéologie) niveaux sont très importants et régulent, le plus souvent, les activités cognitives.

■ Comment utiliser chaque chapitre ?

L'objectif de cet ouvrage est de vous permettre d'apprendre et retenir les notions clés en psychologie sociale. Chaque chapitre est structuré de la façon suivante :

- le(s) questionnement(s) à l'origine du chapitre ;
- une partie présentant les principaux concepts et cadres théoriques mobilisés ;
- une section « à retenir », reprenant certains éléments importants du chapitre ;
- une section « notions clés » proposant un rappel des définitions de certaines notions abordées dans le chapitre ;
- quelques supports conseillés (lectures, films) pour aller plus loin dans la compréhension des phénomènes en question ;
- des exercices visant à vous permettre de tester les connaissances acquises dans ce chapitre.

Ces éléments ne sont pas exhaustifs, mais visent à constituer une aide dans l'appropriation et la maîtrise des concepts abordés.

Par ailleurs, vous pourrez également retrouver des supports en ligne vous permettant d'aller un peu plus loin dans la maîtrise des notions abordées au lien internet suivant :

<http://armand-colin.com/ean/9782200620387>



© John M Lund Photography Inc / Getty Images

Qu'allons-nous étudier dans ce chapitre ?

- Ce chapitre introduit la psychologie sociale. Il propose des éléments de définition de la discipline et insiste sur ses spécificités.
- Dans une perspective historique, il revient sur les grandes étapes de son émergence. Ses précurseurs sont également évoqués, en lien avec les courants théoriques qui ont marqué leur époque.
- Il présente les principales méthodes d'étude de la discipline.

Les fondements de la psychologie sociale

PLAN DU CHAPITRE

1. Qu'est-ce que la psychologie sociale ?
2. Brefs repères chronologiques
3. Quelques précurseurs
4. Les méthodes en psychologie sociale

Dans le film Seul au monde, le personnage de Chuck Noland (incarné par Tom Hanks) se retrouve seul sur une île déserte suite au crash de son avion. Dans cette variation moderne de Robinson Crusoé, il trouve pour unique compagnon... un ballon de volley-ball sur lequel il dessine un visage et qu'il prénomme Wilson. Au fil du récit, Chuck interpelle régulièrement Wilson, lui fait part de ses réflexions intimes et, finalement, s'y attache émotionnellement. Absurde de prime abord, ce comportement traduit la nécessité vitale pour Chuck d'établir des interactions sociales, même par le biais d'un objet inanimé.

1. Qu'est-ce que la psychologie sociale ?

Cet exemple illustre bien le caractère éminemment social de l'être humain. Pour pouvoir vivre, nous avons besoin d'**Autrui**, qu'il soit un individu ou un groupe (et que sa présence soit réelle ou symbolique, comme dans notre exemple). Tout au long de notre vie sociale, Autrui influence nos pensées, nos façons de voir le monde ou nos comportements et nous l'influençons en retour. Partant de ce constat très général, nous allons tenter de définir plus précisément la psychologie sociale, cette « **science des interactions humaines** » (cf. Bègue & Desrichard, 2013).

1.1. Éléments de définition

La psychologie est communément définie comme l'étude scientifique des **faits psychiques**.

Les faits psychiques englobent (cf. Delhomme & Meyer, 1997) :

- les **comportements** (manifestations observables de notre activité, p. ex. : *serrer la main de votre nouveau supérieur hiérarchique*) ;
- les **états mentaux** (ce qui est éprouvé par les individus et réfléchi par la conscience, p. ex. : *se dire qu'il a l'air charismatique dans son costume sur mesure et qu'il est préférable de ne pas se montrer trop familier envers lui*) ;
- les **processus mentaux** (les activités mentales qui se situent à l'origine des comportements et des états mentaux, p. ex. : *la perception visuelle de ce collègue et le traitement de l'information concernant ses choix vestimentaires, dont le port d'une cravate du dernier cri*).

Au travers de l'exemple précédent, on voit qu'Autrui joue très souvent un rôle au quotidien dans l'élaboration des faits psychiques. L'ajout du qualificatif « sociale » renvoie à cette idée, que l'on retrouve dans la définition classique proposée par le psychologue social américain Gordon Allport (frère de Floyd Allport^{*}) :

► Cf. *infra*, p. 27.

La psychologie sociale consiste en « l'étude scientifique de la façon dont les pensées, sentiments et comportements des individus sont influencés par la présence réelle, imaginaire ou implicite des autres » (Allport, 1954, p. 5).

Cette définition souligne également l'importance du rôle des **dimensions symboliques** dans les relations interpersonnelles.

Quand l'habit fait le moine

Prenons le cas de votre supérieur hiérarchique et de son costume-cravate. De nombreux travaux ont montré l'influence de la tenue vestimentaire sur notre perception d'autrui et sur nos comportements à son égard. Howlett et ses collaborateurs (2013) ont ainsi observé qu'un individu était évalué plus



favorablement (en termes de confiance, de succès, de revenus...) quand il portait un costume sur mesure plutôt qu'un costume prêt-à-porter. Il a également été montré que la probabilité qu'on accepte une requête augmentait sensiblement quand le demandeur portait une cravate (Green & Giles, 1973, cités par Guéguen, 2011). Dans certains contextes, les tenues vestimentaires ne sont pas neutres et symbolisent nos positions sociales.

Pour compléter cette définition, il convient de préciser que les relations interpersonnelles sont également déterminées par le **contexte** dans lequel elles prennent place.

Pour Maisonneuve (1973), les relations interpersonnelles s'inscrivent toujours dans un environnement social organisé, constitué des techniques, des règles et des valeurs qui s'appliquent aux relations humaines.

Revenons à notre exemple : dans votre vie privée, vous êtes connu comme un vrai « boute-en-train ». Mais vous ne vous êtes pas permis de familiarité avec votre supérieur car nous sommes dans un contexte professionnel, peut-être moins propice aux petites plaisanteries. Votre différence de statut hiérarchique a également influencé votre réaction. Si vous le croisez le soir dans un bar, vêtu en jeans et baskets, il est probable que vos rapports soient un peu plus détendus.

Au-delà de paramètres objectifs, chaque situation est donc également porteuse de dimensions sociales qui influencent nos relations, rendant plus ou moins saillants les statuts et les rôles des acteurs en présence et interagissant avec leurs caractéristiques personnelles.

Kurt Lewin ▶ a traduit cette idée dans une équation :

▶ Cf. *infra*, p. 28.

le comportement (**B** pour Behavior) est une fonction (**f**) de la personnalité (**P**) et de l'environnement (**E**), soit de manière formalisée : **B = f(P,E)**.

Si notre exemple initial met en scène une relation entre deux individus, la psychologie sociale étudie également les relations entre l'individu et **le groupe** mais également **les relations intergroupes** ▶.

▶ Cf. chapitre 8.

- Cf. chapitre 9.
- En outre, la psychologie sociale s'intéresse à la façon dont les individus « incorporent » ces dimensions sociales, de façon plus ou moins consciente, dans leur façon de voir le monde ou dans leurs **représentations**►. Comme le dit le sociologue Pierre Bourdieu, « *le corps est dans le monde social mais le monde social est dans le corps* » (1982, p. 38).

Quand le social influence notre perception : l'expérience de Bruner et Goodman (1947)

Dans une expérience devenue célèbre, les psychologues Jerome Bruner et Cecile Goodman ont demandé à des enfants d'évaluer la taille d'une pièce de monnaie et celle d'un disque de carton de même surface. Les enfants avaient tendance à surévaluer la taille de la pièce de monnaie. En outre, cette surestimation était d'autant plus importante chez les enfants issus de milieux défavorisés.

Ces résultats montrent bien que la perception d'un objet ne dépend pas uniquement de ses caractéristiques objectives, mais également **de la valeur ou du sens** que nous lui accordons en fonction de nos **ancrages sociaux**.

- Cf. chapitre 6.
- Si la définition d'Allport (1954) constitue un point de départ intéressant pour définir la psychologie sociale, elle comporte une limite importante : l'individu serait toujours influencé unilatéralement par Autrui. Nous verrons, notamment au travers des processus d'influence minoritaire►, que les individus peuvent également influencer Autrui en retour. Pour les psychologues sociaux, la socialisation doit être conçue comme un **processus actif**.

1.2. Un positionnement original : le regard psychosocial

On pourrait objecter, à juste titre, que d'autres disciplines s'intéressent à des objets similaires à ceux de la psychologie sociale (p. ex., la sociologie et les relations intergroupes). Pour Serge Moscovici (1984), la psychologie sociale se définit moins par ses objets d'étude que par le *regard* porté sur ces objets (réel ou imaginaire, physique ou social). Selon lui, la psychologie et la sociologie ont tendance à envisager les faits selon des grilles de lecture binaire, ces dernières risquant d'engendrer une explication réductrice des phénomènes.

Serge Moscovici

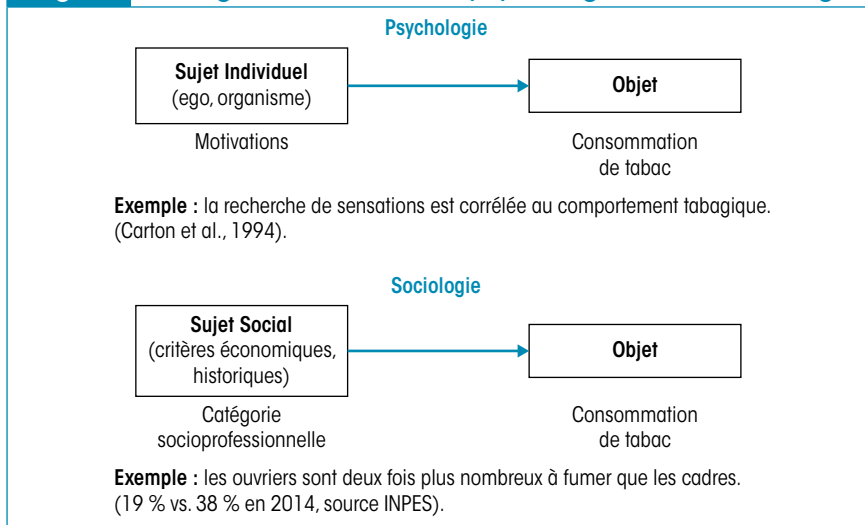
Serge Moscovici (1925-2014) est un psychologue social français d'origine roumaine. Durant la Seconde Guerre Mondiale, il est contraint au travail obligatoire en Roumanie, où des lois antisémites sont en vigueur. Installé en France à la fin des années 1940, il soutient sa thèse à la Sorbonne en 1961 sous la direction de Daniel Lagache. Consacré à l'étude des **représentations sociales** de la psychanalyse, ce travail fondateur ouvre la voie à un nouveau champ de recherche en psychologie sociale. À partir des années 1960, il est un des principaux acteurs de la structuration institutionnelle de cette discipline en France et en Europe, notamment au sein de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS). Il a également été le premier président de l'Association Européenne de Psychologie Sociale. Dans les années 1970, ses travaux sur **l'influence minoritaire** ont permis de renouveler le champ de l'influence sociale. Auteur d'une œuvre considérable, il est en outre reconnu pour ses travaux sur l'histoire des sciences et sa contribution à l'émergence de l'écologie politique.

► Cf. chapitre 9.

► Cf. chapitre 6.

Prenons l'exemple de la consommation de tabac. La psychologie privilégiera des caractéristiques personnelles pour en rendre compte (motivations, niveau de dépendance, etc.), là où la sociologie mettra prioritairement en avant des facteurs sociaux (catégorie socioprofessionnelle, niveau de diplôme, etc.) :

Fig. 1 Les regards binaires de la psychologie et de la sociologie

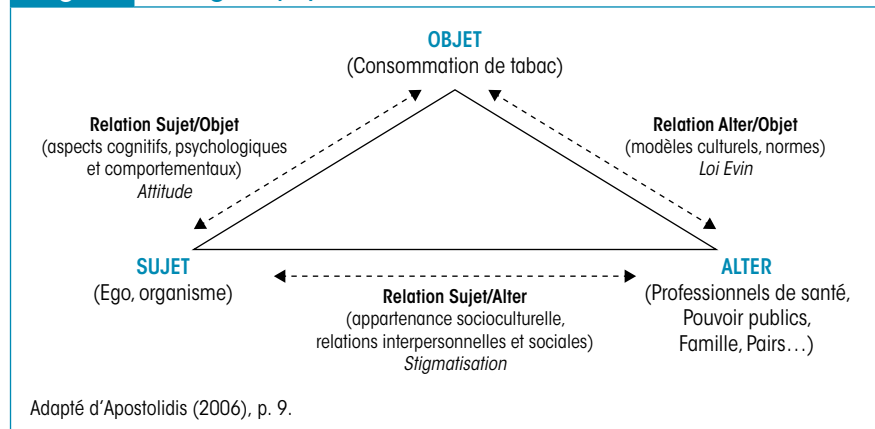


La psychologie sociale cherche, quant à elle, à expliquer les conduites humaines dans l'articulation de ces deux types de facteurs. Pour Moscovici (1984, p. 13), «le caractère original et même subversif de son regard est de remettre en question la séparation de l'individuel et du collectif, de contester le partage entre psychique et social dans les domaines essentiels de la vie humaine». Elle tente alors d'adopter une **lecture ternaire** des phénomènes :

Sujet individuel/Ego – Sujet social/Alter – Objet.

Reprenons notre exemple. Comment expliquer de façon satisfaisante que des individus ayant une attitude favorable envers l'arrêt du tabac continuent à consommer ? En parallèle de facteurs individuels incontournables (plaisir, dépendance, échecs des tentatives d'arrêt précédentes, etc.), une analyse psychosociale de ce phénomène montre l'intérêt de prendre en compte simultanément le rôle d'Autrui (professionnels de santé, pouvoirs publics, entourage...). Falomir-Pichastor et Mugny (2004) montrent par exemple que les recommandations des experts peuvent être ressenties comme fortement contraignantes pour l'individu et, paradoxalement, renforcer son identité sociale de fumeur.

Fig. 2 Le regard psychosocial



1.3. Différents niveaux d'analyse

La psychologie sociale se caractérise également par les différents niveaux d'analyse qu'elle peut mobiliser. Dans son ouvrage *L'explication en psychologie sociale* (1982), le psychologue social suisse **Willem Doise** en propose quatre.

■ Le niveau intra-individuel

Les modèles de recherche au niveau 1 se préoccupent des processus internes par lesquels les individus traitent et organisent les informations issues de leur environnement.

Doise prend entre autres exemples la théorie de la dissonance cognitive (Festinger, 1957[▶]), ou le processus de catégorisation sociale (Tafjel & Wilkes, 1963), qui désigne notre tendance spontanée à regrouper en catégories des stimuli qui nous paraissent semblables et à accentuer les différences entre ces catégories[▶].

▶ Cf. chapitre 5.

▶ Cf. chapitre 7.

■ Le niveau interindividuel ou situationnel

Ce niveau s'intéresse aux effets cognitifs et comportementaux des interactions interindividuelles qui se produisent dans une situation donnée.

Doise cite ici les expériences de Bavelas (1951) sur les **structures des réseaux de communication** (p. ex. participants disposés en ligne ou en cercle) et leurs effets sur la résolution de problèmes. L'expérience de Sherif (1935) sur la **normalisation** en constitue également une illustration[▶]. Ces travaux ont en commun de ne pas prendre en considération les positions sociales occupées en dehors des situations expérimentales, contrairement au niveau suivant.

▶ Cf. chapitre 6.

■ Le niveau positionnel

Contrairement au niveau 2, les modèles de recherche au niveau positionnel intègrent les effets des différences de position sociale (en termes de statut, rôle, catégorie sociale, etc.) sur les relations interpersonnelles, les perceptions et les jugements des acteurs en présence. Plusieurs travaux dans le champ des **théories de l'attribution**[▶] se situent à ce niveau. Dans une expérience de Thibaut et Riecken (1955, cités par Doise), les sujets doivent convaincre deux personnes (en réalité des complices des expérimentateurs) de donner leur sang dans le cadre d'une collecte de

▶ Cf. chapitre 2.

la Croix-Rouge. Les sujets expliquent différemment ce comportement de don en fonction du statut social du complice : quand ce dernier est présenté comme ayant un bas statut social, les sujets pensent qu'il a été réellement convaincu par leur argumentaire. Quand il est présenté comme étant de haut statut, il est considéré comme plus autonome et il aurait donc agi pour des raisons qui lui sont propres.

■ Le niveau idéologique

Il consiste à étudier l'influence des systèmes de croyances et de représentations, des normes et des modèles culturels sur les façons d'être, de voir et d'agir des individus et des groupes. Il s'agit du **niveau d'analyse le plus global**. Il repose souvent sur des interprétations *a posteriori* de résultats expérimentaux.

Doise prend ici l'exemple de la ***croyance en un monde juste*** (Lerner, 1980). Cette dernière désigne une tendance largement répandue à croire qu'on obtient ce qu'on mérite et qu'on mérite ce qu'on obtient. Cette croyance générale peut influencer notre façon d'évaluer les situations. Dans l'expérience de Lerner (1965), les sujets observent deux participants, Bill et Tom (complices de l'expérimentateur), en train de réaliser une tâche rémunérée (résoudre des anagrammes). Les sujets apprennent en cours d'expérience que seul un des deux participants sera rémunéré, suite à un tirage au sort, du fait de restrictions budgétaires à l'université. En parallèle, ils doivent évaluer lequel des deux a fourni l'effort le plus important (en réalité, ils ont fourni strictement la même quantité de travail). Quand Bill est tiré au sort, c'est lui qui est perçu comme ayant le plus contribué à la réalisation de la tâche.

Le niveau idéologique rend également compte de différences interculturelles, par exemple dans les conduites de conformisme (Berry, 1967).

Afin d'expliquer au mieux les processus étudiés, Doise suggère d'articuler autant que possible ces différents niveaux d'analyse.

2. Brefs repères chronologiques

La psychologie sociale est une discipline récente, apparue à la fin du XIX^e siècle. Il ne s'agit pas ici d'en dresser une histoire exhaustive mais

de proposer aux lecteurs un bref tour d'horizon, nécessairement schématique et partial, des étapes marquantes de sa constitution. Certains aspects liés à l'émergence d'un cadre théorique ou d'un champ d'étude particulier seront davantage développés au début des chapitres qui composent l'ouvrage.

2.1. Fin du XIX^e siècle jusqu'aux années 1930 : la difficile émergence de la psychologie sociale

C'est seulement au milieu du XIX^e siècle que la psychologie commence à se constituer comme discipline scientifique et à s'émanciper progressivement de la philosophie. Les premiers laboratoires de psychologie se développent. Un des plus influents reste celui de **Wilhelm Wundt** (1832-1920), fondé en 1879 à l'Université de Leipzig en Allemagne.

Se démarquant des philosophes de l'époque, Wundt développe une psychologie physiologique et préconise l'utilisation de la méthode expérimentale et des statistiques pour étudier les processus psychologiques élémentaires[►]. Il contribue à faire de la psychologie une science empirique. Un nombre important de psychologues européens et nord-américains séjournent dans son laboratoire, ce dernier ayant une grande influence sur le développement des sciences humaines et sociales alors naissantes. Méfiant envers l'introspection comme seul moyen d'investigation des états internes, il n'en exclut cependant pas l'étude.

► Voir aussi *Psychologie cognitive*, chap. 1, dans la même collection.

Wundt et la psychologie sociale

Bien qu'il reste célèbre avant tout comme pionnier de la psychologie expérimentale, Wilhelm Wundt se centre sur l'étude de la « psychologie des peuples » dans la seconde partie de sa carrière (cf. son ouvrage *Völkerpsychologie* paru en 1920). Il s'y intéresse aux fondements socioculturels et aux lois psychologiques générales qui régissent le développement du langage, de la religion, des mythes et des mœurs, dans une perspective de psychologie collective.

La fin du XIX^e siècle marque ainsi le début de l'institutionnalisation de la psychologie. Des revues scientifiques consacrées à la discipline apparaissent, en parallèle des premiers congrès internationaux (le premier

Émile Durkheim

(1858-1917) : il est considéré comme le fondateur de la sociologie moderne. Influencé par le positivisme d'Auguste Comte, il propose une méthodologie d'étude systématique des « faits sociaux » (p. ex. le suicide ou la religion). Fondateur d'une revue (*L'Année sociologique*) et du premier département de sociologie en France, il a fortement contribué à l'institutionnalisation de cette discipline.

► Cf. *infra* p. 26.

est organisé à Paris en 1889). On assiste également à la dissémination de laboratoires et de chaires en Europe et aux États-Unis.

Dans ce contexte, la psychologie sociale – discipline « carrefour » – peine toutefois à émerger comme une spécialité clairement identifiée, entre la psychologie physiologique marquée par le modèle physicaliste (Pétard, 2007) et la sociologie, s'institutionnalisant plus efficacement (en France notamment, sous l'impulsion décisive d'**Émile Durkheim**).

L'émergence de la psychologie sociale est donc un lent processus, dont on trouve toutefois plusieurs traces significatives à partir de la fin des années 1800. À titre d'exemples, en France, **Gustave Le Bon** publie *Psychologie des foules* en 1895, un des ouvrages fondateurs de la discipline, tandis que paraissent les *Études de psychologie sociale* de **Gabriel Tarde** en 1898. La section de « psychologie sociale et criminelle » est créée lors du Congrès international de Paris en 1900 (Delouée, 2013). Aux États-Unis, les deux premiers ouvrages explicitement consacrés à la psychologie sociale sont publiés la même année, en 1908, respectivement par le sociologue Edward Ross et le psychologue William McDougall.

Dans les années 1920, la psychologie sociale est dominée par le **béhaviorisme**, lui-même influencé par la **philosophie positiviste** d'Auguste Comte.

Behavior = comportement.

Le béhaviorisme : une manifestation du positivisme en psychologie

Le **positivisme**, courant philosophique fondé par **Auguste Comte** (1798-1857) au XIX^e siècle, postule que les connaissances scientifiques ne doivent reposer que sur des faits observables empiriquement, au travers de l'observation et de la méthode expérimentale. Le positivisme exclut également l'étude des causes pour s'en tenir à l'étude des relations entre phénomènes.

En psychologie, le **béhaviorisme** repose sur des fondements épistémologiques positivistes dans la mesure où il propose de se centrer uniquement sur les comportements objectivement observables, excluant toute étude de la conscience ou de l'esprit (notamment par l'introspection).

► Cf. *infra* p. 27.

La publication en 1924 de *Social Psychology* de **Floyd Allport** illustre bien cette influence. En parallèle, une psychologie sociale

davantage inspirée par les travaux sociologiques se développe, bien que minoritaire. On en retrouve les principales traces à l'Université de Chicago. Par exemple, le sociologue **William Isaac Thomas** (1863-1947) accorde une grande importance à la subjectivité. Il considère la psychologie comme l'étude scientifique des attitudes sociales, ces dernières constituant le versant subjectif de la culture. Une des contributions de l'École de Chicago est également méthodologique, avec le développement de méthodes d'investigation innovantes, telle que **l'observation participante** ▶.

▶ Cf. *infra* p. 31.

2.2. L'après-guerre jusqu'aux années 1970: l'âge d'or de la psychologie sociale ?

L'arrivée au pouvoir d'Adolf Hitler en 1933 en Allemagne marque, indirectement, un tournant dans le développement de la psychologie sociale. Plusieurs psychologues allemands et autrichiens vont émigrer aux États-Unis à cette période. Ces derniers, dont **Fritz Heider** ▶ ou **Kurt Lewin** ▶, vont orienter la psychologie sociale vers une psychologie sociale plus cognitive, très influencée par le **gestaltisme** et, plus largement, par la **philosophie phénoménologique** (Farr, 1993).

▶ Cf. chapitre 2, p. 40.

▶ Cf. *infra* p. 28.

On retrouvera cette influence après-guerre chez certains psychologues sociaux américains éminents, comme par exemple **Solomon Asch** et ses travaux sur la formation d'impression ▶.

▶ Cf. chapitre 7, p. 200 sq.

Le gestaltisme

Le gestaltisme (de l'allemand **gestalt**: forme) désigne un courant en psychologie né en Allemagne à dans les années 1920. À partir de leurs travaux sur la perception, ses fondateurs (Max Wertheimer, Kurt Koffka et Wolfgang Kohler) proposent une **psychologie de la forme** selon laquelle nous traitons les informations issues de notre environnement en les réorganisant spontanément comme des formes significatives pour nous (p. ex. dans la figure ci-dessous, nous verrons spontanément un visage souriant). Ainsi, « le tout est différent de la somme des parties » et les informations prennent toujours sens dans un certain contexte.



Ces principes gestaltistes vont influencer les psychologues sociaux. Par exemple, pour Kurt Lewin, un groupe ne peut être réduit à la somme des individualités qui le composent.

Le saviez-vous ?

Dans son acception la plus large, la **phénoménologie** désigne un courant philosophique qui se centre sur l'étude de l'expérience vécue par un sujet et ses contenus de conscience.

► Cf. chapitre 5.

► Cf. chapitre 5.

Durant la Deuxième Guerre mondiale et les années qui suivent, la psychologie sociale apparaît comme une discipline capable d'apporter des éléments de compréhension à différentes questions sensibles et se développe comme **une discipline appliquée**. Sous la direction de Carl Hovland (1912-1961) de l'Université de Yale, l'étude expérimentale de la communication de masse donne lieu à un grand nombre de travaux[►]. En parallèle, une génération talentueuse de chercheurs émerge, notamment au Massachusetts Institute of Technology (MIT). On y retrouve par exemple **Leon Festinger**[►] (1919-1989), élève de Kurt Lewin et père de la théorie de la dissonance cognitive. En France, la première licence de psychologie est ouverte en 1947 à la Sorbonne par le psychiatre et psychanalyste **Daniel Lagache** (1903-1972) et comprend notamment un certificat de *psychologie de la vie sociale*. Lagache crée également en 1952 le Laboratoire de psychologie sociale de la Sorbonne. L'association européenne de psychologie sociale est créée en 1966, sous l'impulsion (entre autres) de Serge Moscovici et Henri Tajfel.

De nombreuses expériences marquantes de la psychologie sociale datent de cette période. Ces dernières, parfois controversées, contribuent à la reconnaissance de la psychologie sociale auprès du grand public et auprès des institutions. Nous les retrouverons tout au long de cet ouvrage.

2.3. Des années 1970 à nos jours : une discipline toujours vive malgré les crises

► Cf. chapitre 6
sur l'influence sociale.

Comme toute discipline scientifique, la psychologie sociale connaît régulièrement des crises. Les années 1970 voient ainsi apparaître un certain nombre de critiques. Les plus vives portent d'abord sur l'éthique. Dans le cadre des expériences sur la soumission à l'autorité ou sur le conformisme[►], il est reproché aux psychologues sociaux d'infliger une souffrance psychologique disproportionnée aux participants. En outre, il est fréquent que les expérimentateurs soient contraints de dissimuler l'objet véritable de leurs expériences dans un premier temps, ce qui pose la question du consentement libre et éclairé (pour un aperçu des débats à ce sujet, cf. Beauvois, 2005). Pour Joule (2006), ces critiques pourraient aussi refléter une forme de défiance du grand public envers la psychologie sociale. En effet, les connaissances issues de cette discipline