

PSYCHOLOGIE SOCIALE

PSYCHOLOGIE SOCIALE

**Fabien GIRANDOLA
Christophe DEMARQUE
Grégory LO MONACO**

2^e édition actualisée et complétée

Cours

Méthodologie

Entraînement

DUNOD

Des ressources complémentaires sont disponibles en ligne à l'adresse :
<https://www.dunod.com/sciences-humaines-et-sociales/psychologie-sociale-2>

Maquette intérieure : Yves Tremblay

Composition : PCA

NOUS NOUS ENGAGEONS EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT :



Nos livres sont imprimés sur des papiers certifiés pour réduire notre impact sur l'environnement.



Le format de nos ouvrages est pensé afin d'optimiser l'utilisation du papier.



Depuis plus de 30 ans, nous imprimons 70 % de nos livres en France et 25 % en Europe et nous mettons tout en œuvre pour augmenter cet engagement auprès des imprimeurs français.



Nous limitons l'utilisation du plastique sur nos ouvrages (film sur les couvertures et les livres).

© 1^{ère} édition, Armand Colin, 2019 ; 2^{ème} édition, Dunod, 2024

11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff

ISBN : 978-2-10-086952-7

Table des matières

Présentation de l'ouvrage	11
Chapitre 1. Les fondements de la psychologie sociale	15
1. Qu'est-ce que la psychologie sociale ?	15
1.1. Éléments de définition	16
1.2. Un positionnement original : le regard psychosocial	18
1.3. Différents niveaux d'analyse	21
2. Brefs repères chronologiques	22
2.1. Fin du XIX ^e siècle jusqu'aux années 1930 : la difficile émergence de la psychologie sociale	23
2.2. L'après-guerre jusqu'aux années 1970 : l'âge d'or de la psychologie sociale ?	25
2.3. Des années 1970 à nos jours : une discipline toujours vive malgré les crises	26
3. Quelques précurseurs	27
3.1. En France	27
3.2. Aux États-Unis	29
4. Les méthodes en psychologie sociale	31
4.1. La méthode expérimentale	31
4.2. Autres méthodes mobilisées en psychologie sociale	32
■ À retenir	35
■ Notions clés	35
■ Entraînement	37
Chapitre 2. Attributions	41
Introduction	41
1. Les grands modèles théoriques de l'attribution	43
1.1. La conception heiderienne de l'attribution	43
1.2. Le modèle des « inférences correspondantes » de Jones et Davis (1965)	48

1.3. Kelley (1967) : le modèle du cube attributionnel	50
1.4. Les schémas causaux de Kelley : vers une théorisation moins idéalisée	54
1.5. La théorie attributionnelle de la motivation à l'accomplissement de Weiner	57
2. Le locus of control (lieu du contrôle)	58
3. Les biais attributifs	62
3.1. Le biais d'auto-complaisance	62
3.2. Le biais acteur-observateur	63
3.3. Le biais de confirmation d'hypothèses et l'effet Pygmalion	64
3.4. L'erreur fondamentale d'attribution	65
4. De l'explication causale à la norme d'internalité	67
■ À retenir	70
■ Notions clés	70
■ Entraînement	73
Chapitre 3. Les relations interpersonnelles	75
1. L'attraction	75
1.1. Comment définir l'attraction ?	75
1.2. Qu'est-ce qui provoque l'attraction ?	76
2. Les relations amicales et amoureuses	80
2.1. Les relations amicales	80
2.2. Les relations romantiques et amoureuses	81
3. Émotions et relations sociales	84
3.1. Émotions et partage social des émotions : effets interpersonnels et collectifs	84
3.2. Les émotions numériques	89
4. Comportement prosociaux : le cas de l'altruisme	90
4.1. Comportements prosociaux et indices de proximité	90
4.2. L'altruisme	91
5. Relations interpersonnelles et psychologie positive	95
6. Relations interpersonnelles et confiance	96
7. Relations interpersonnelles et conflits	97
8. Relations interpersonnelles et agression humaine	98
9. Le pouvoir	100
■ À retenir	105
■ Notions clés	106
■ Entraînement	107

Chapitre 4. Normes	111
1. Approche sociocognitive des normes et registres cognitifs	112
2. Norme de jugement : exemple de l'internalité	113
3. Les conduites normatives	114
3.1. Normes descriptives et normes injonctives : aspects théoriques	115
3.2. Normes descriptives et normes injonctives : aspects appliqués	116
3.3. Normes descriptives et normes injonctives : exemples de messages	119
3.4. Différents types de normes : minoritaires, croisées, situationnelles, personnelles, dynamiques	121
3.5. Normes et modérateurs : le cas de l'implication personnelle et de l'identification politique	123
3.6. Normes de réciprocité et de consistance	124
4. Le resserrement normatif	124
5. Faux consensus, contrôle social et sanction	127
6. Normes et système culturel : l'exemple de la créativité et de l'innovation	129
■ À retenir	132
■ Notions clés	132
■ Entraînement	134
Chapitre 5. Attitudes et comportements	137
1. L'attitude	138
1.1. Origine de l'attitude et force de l'attitude	138
1.2. La mesure de l'attitude : deux exemples	140
1.3. Prédire le comportement ?	141
2. Persuasion et changement des attitudes	146
2.1. Effets de simple exposition et effets de conditionnement évaluatif	146
2.2. La communication persuasive	148
2.3. Quelques paramètres de la persuasion	154
2.4. La résistance à la persuasion	155
2.5. La persuasion technologique	158
3. La dissonance cognitive	159
3.1. La soumission forcée ou induite	160
3.2. Les modes de réduction de la dissonance	162
3.3. Les différentes versions de la dissonance	163

3.4. Hypocrisie induite, exposition sélective à l'information	164
3.5. Dissonance, groupe et soutien social	166
4. Soumission-sans-pression et engagement	166
5. La soumission librement consentie	168
6. L'implémentation des intentions et contraste mental	170
7. La communication engageante	172
8. Les techniques de changement de comportements	174
8.1. Les heuristiques de l'influence sociale	174
8.2. Le rôle des émotions dans le changement des comportements : exemple d'un programme expérimental sur la technique « peur-puis-soulagement »	178
■ À retenir	182
■ Notions clés	183
■ Entraînement	185
Chapitre 6. L'influence sociale	191
1. La normalisation	191
2. Le conformisme	199
2.1. L'effet Asch	199
2.2. Influence normative et influence informationnelle	203
3. L'influence minoritaire	205
3.1. Repenser le statut du déviant	205
3.2. Consistances diachronique et synchronique, influences directe et indirecte, dissociation et conversion	208
4. L'obéissance et la soumission à l'autorité : des travaux de Milgram aux recherches actuelles	211
5. La prison de Stanford, les rôles sociaux et la désindividuation : d'une expérience fondatrice à « l'histoire d'un mensonge »	216
■ À retenir	219
■ Notions clés	219
■ Entraînement	221
Chapitre 7. La perception sociale : formation d'impression, stéréotypes, préjugés et discrimination	223
1. Comment se forme-t-on une représentation d'autrui ?	224
1.1. La formation des impressions	224
1.2. Les théories implicites de la personnalité	226

2. La perception sociale sous influence: les stéréotypes	228
2.1. Qu'est-ce qu'un stéréotype ?	228
2.2. Un processus de base: la catégorisation sociale	232
3. Les effets des stéréotypes: quand la perception sociale mène jusqu'à la discrimination	233
3.1. Effets sur le jugement et l'interprétation des situations	234
3.2. Effets sur les explications mobilisées par les individus	236
3.3. Effets sur les performances: la menace du stéréotype	236
3.4. Effets sur les comportements: la discrimination	238
4. Conclusion: le rôle central de la motivation	240
■ À retenir	242
■ Notions clés	242
■ Entraînement	244
Chapitre 8. Les relations intergroupes	247
Introduction	247
1. La compétition pour l'acquisition de ressources limitées: la théorie des conflits réels	249
2. Le conflit intergroupe pour acquérir ou maintenir une identité collective positive	251
2.1. La théorie de l'identité sociale	251
2.2. La théorie de l'autocatégorisation	256
3. Réduire les tensions intergroupes ?	257
3.1. La décatégorisation	257
3.2. Vers une identité de groupe commune ?	258
3.3. La différenciation mutuelle intergroupe	259
3.4. Vers une reformulation de la théorie du contact (Pettigrew, 1998)	260
4. Conclusion : une prédisposition humaine à former des sociétés hiérarchisées ?	261
■ À retenir	263
■ Notions clés	263
■ Entraînement	265
Chapitre 9. Pensée sociale et représentations sociales	267
1. L'étude de l'« autre pensée »	267
2. La théorie des représentations sociales: panorama des orientations théoriques	269
2.1. Le modèle sociogénétique	271

2.2. Le modèle structural	276
2.3. Le modèle sociodynamique	279
2.4. Le modèle dialogique	281
3. La distance à l'objet : une conception multifactorielle du rapport entretenu avec l'objet	282
3.1. Le rôle du niveau de pratique	283
3.2. Le rôle du niveau d'implication	284
3.3. Le rôle du niveau de connaissance	285
4. Les méthodes de recueil et d'analyse des représentations sociales	286
4.1. L'entretien de recherche	287
4.2. Les associations verbales	288
4.3. L'identification du statut structural des éléments : la technique de mise en cause	290
4.4. Le Test d'Indépendance au Contexte (TIC)	291
4.5. Les voies d'analyse des données	292
5. Les non-dits de la pensée sociale : entre contextes et expression(s)	293
5.1. L'imputation représentationnelle	296
6. Les nexus ou l'étude des passions collectives	297
6.1. Le nexus «Nazi»	298
■ À retenir	300
■ Notions clés	301
■ Entraînement	303

Références bibliographiques	305
------------------------------------	------------

Corrigés	343
-----------------	------------

Présentation de l'ouvrage

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, sociodynamique et dialogique) 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 ?

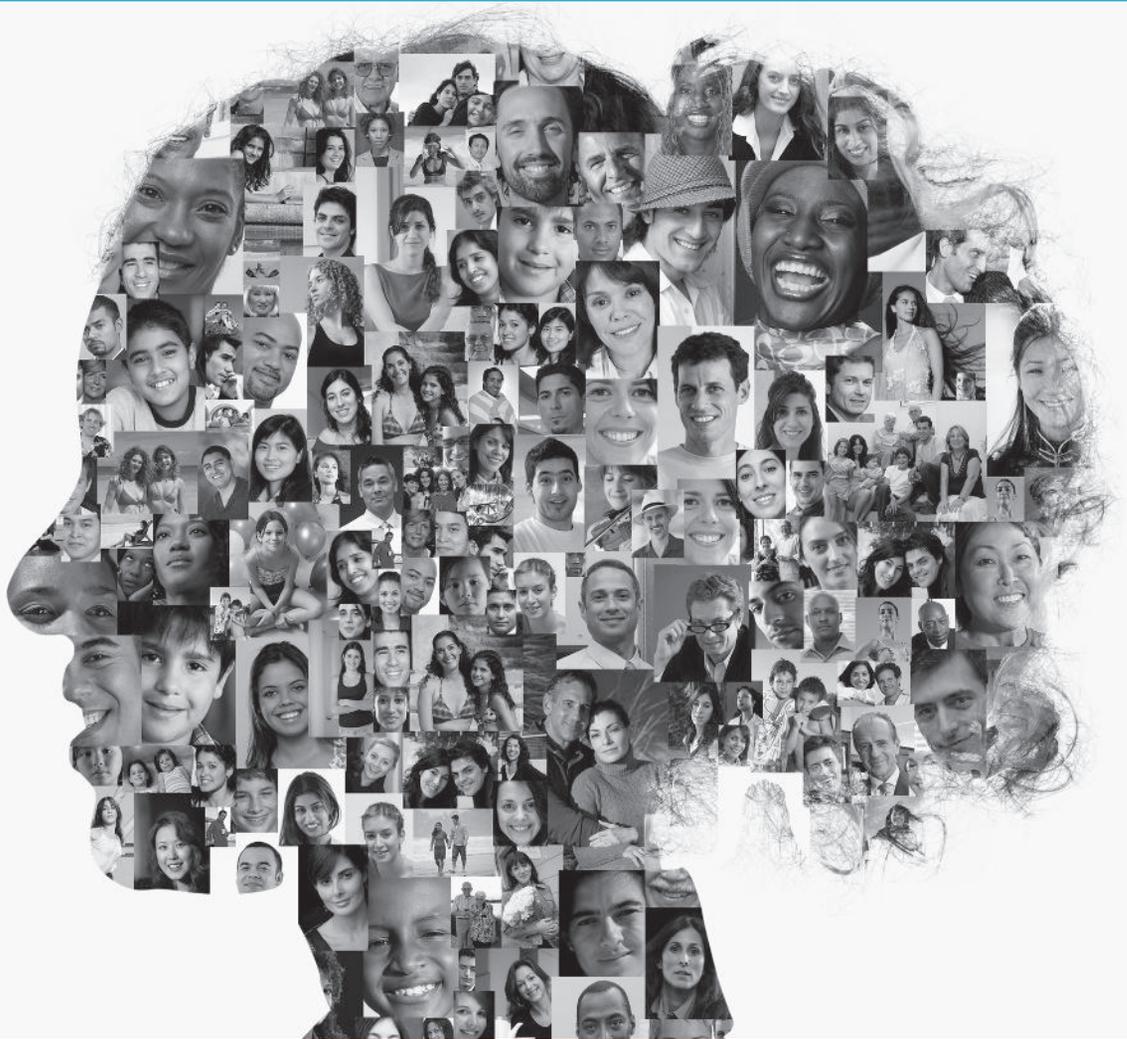
L'objectif de cet ouvrage est de vous permettre d'apprendre et retenir les notions clés en psychologie sociale. Chaque chapitre est structuré de la façon suivante :

- 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 :

[https://www.dunod.com/sciences-humaines-et-sociales/
psychologie-sociale-2](https://www.dunod.com/sciences-humaines-et-sociales/psychologie-sociale-2)



© 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

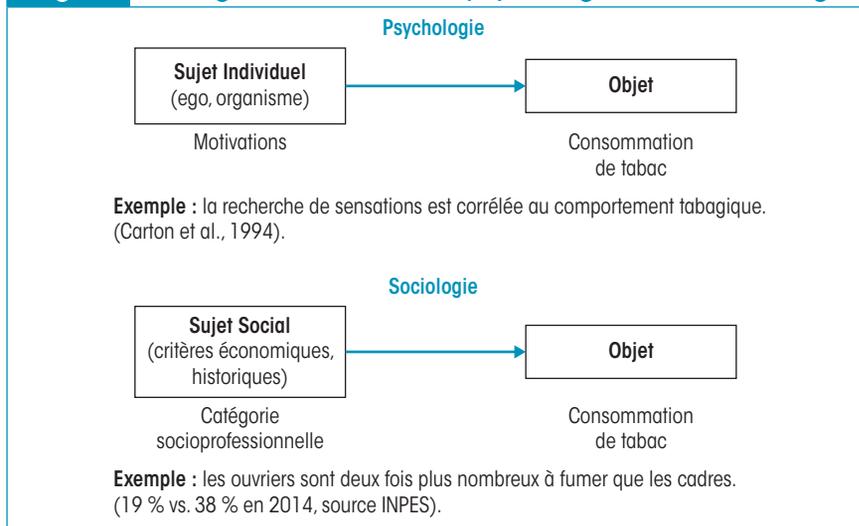
Serge Moscovici (1925-2014) est un psychologue social français d'origine roumaine. Durant la Seconde Guerre Mondiale, il est contraint au travail obligatoire en Roumanie, où des lois antisémites sont en vigueur. Installé en France à la fin des années 1940, il soutient sa thèse à la Sorbonne en 1961 sous 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

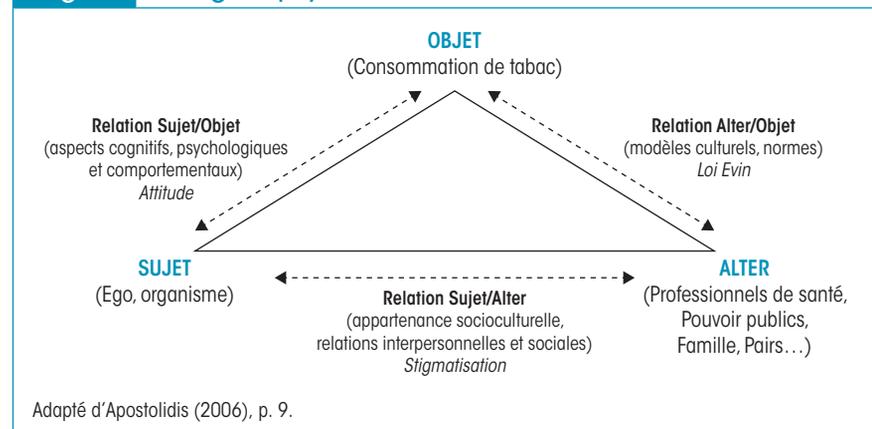


La psychologie sociale cherche, quant à elle, à expliquer les conduites humaines dans l'articulation de ces deux types de facteurs. Pour Moscovici (1984, p. 13), « le caractère original et même subversif de son regard est de remettre en question la séparation de l'individuel et du collectif, de contester 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 inter-culturelles, 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 (Delouvé, 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

renvoient parfois une image de l'homme difficilement acceptable (p. ex. le fait que deux tiers des sujets aillent au bout de l'expérience princeps de Milgram sur la soumission à l'autorité).

La psychologie sociale – à l'instar d'autres disciplines – connaît également depuis quelques années une « **crise de la reproductibilité** ». Le fait de reproduire plusieurs fois un résultat est important dans toute démarche scientifique. Or, une étude parue en 2015 dans *Science* a montré que, parmi 100 recherches parues dans des revues de psychologie de référence en 2008, le taux de reproduction des résultats initiaux était seulement de 36 %. Face à ces difficultés, les psychologues sociaux tentent de renouveler leurs pratiques, par une exigence accrue de transparence des procédures mobilisées et des données recueillies.

3. Quelques précurseurs

Identifier des précurseurs est une entreprise périlleuse (Pétard, 2002). Il ne s'agit en aucun cas de présenter ici une histoire exhaustive de la psychologie sociale mais simplement de donner quelques repères au lecteur, forcément partiels et schématiques, la pensée d'un auteur évoluant au cours de son parcours académique. En outre, nous circonscrivons ce panorama à la France et aux États-Unis. Nous retrouverons par ailleurs au fil de l'ouvrage la plupart des auteurs qui ont marqué la discipline.

3.1. En France

■ Gustave Le Bon (1841-1931)

Médecin de formation, Le Bon est l'auteur d'un des textes fondateurs de la psychologie sociale, *Psychologie des foules* (1895). L'œuvre de Le Bon est à resituer dans le contexte socio-politique de l'époque : la France du XIX^e siècle connaît plusieurs périodes d'instabilité gouvernementale et de soulèvements populaires (révolutions de 1830 et 1848, révolte des Canuts à Lyon en 1831, Commune de Paris en 1871).

Le Bon propose de se centrer sur le comportement des foules pour rendre compte de ces événements. Pour lui, une foule est à distinguer

Le saviez-vous ?

Au XIX^e siècle, les défenseurs de la **physiognomonie** supposaient que cette méthode permettait de déduire le caractère ou la personnalité d'un individu par l'observation de son apparence physique et, en particulier, des traits de son visage. Sans fondements scientifiques solides, cette méthode fut progressivement abandonnée.

d'un simple agrégat d'individus et posséderait une « âme collective ». Il met ainsi en évidence que le comportement d'individus réunis dans une foule n'est pas le même que lorsque les individus agissent ou raisonnent de manière isolée. Une fois fusionnés au sein d'une foule, les individus deviendraient très suggestibles (disparition de la conscience individuelle au profit du collectif). En parallèle, la foule est marquée par une « contagion » rapide (les affects et les comportements des individus vont être dirigés dans la même direction, vers le même objectif). Ce phénomène permettrait d'expliquer, selon lui, l'influence des meneurs et certaines conduites collectives qui peuvent paraître irrationnelles. Ses idées vont être reprises et discutées par de nombreux auteurs, comme Sigmund Freud dans son ouvrage *Psychologie collective et analyse du Moi* (1921).

■ Gabriel Tarde (1843-1904)

Sociologue et psychologue social français, Tarde est juriste de formation (il exercera comme juge d'instruction pendant près de vingt ans) et un des premiers penseurs de la criminologie. Il s'illustre dans ce domaine par son opposition aux théories sur les origines biologiques du crime portées par Cesare Lombroso (basées notamment sur la **physiognomonie**). Avec d'autres sociologues, Tarde met quant à lui en avant l'influence du milieu social.

Tout au long de sa carrière, Tarde cherche à identifier les lois générales qui régissent les sociétés humaines. En 1890, il publie *Les Lois de l'imitation*, son ouvrage le plus célèbre. Il y défend l'idée que les groupes sociaux se constitueraient à partir de liens d'imitation. Cette dernière serait une tendance générale des individus à adopter les idées, les affects et les comportements de modèles (comme par exemple dans le développement des modes, des coutumes ou encore des communications de masse). C'est donc ce processus d'imitation qui est à la base de l'intégration sociale. En opposition avec Émile Durkheim, Tarde va s'attacher à prendre les individus et leurs interactions comme point de départ de son analyse du social, à travers la notion d'**interpsychologie**. Pour lui, ce sont des interactions entre des consciences individuelles que naissent les réalités sociales, ce qui en fait un précurseur de la psychologie sociale en France. Signe de reconnaissance du milieu académique, il occupe la chaire de philosophie moderne au Collège de France de 1900 jusqu'à sa mort en 1904.