



**HAL**  
open science

## Le changement en psychologie sociale

Jean-Marie Seca

► **To cite this version:**

Jean-Marie Seca. Le changement en psychologie sociale. Idées, la revue des sciences économiques et sociales, 2000, n° 120, pp. 17-22. hal-03015033

**HAL Id: hal-03015033**

<https://hal.univ-lorraine.fr/hal-03015033v1>

Submitted on 25 Nov 2020

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

La psychologie sociale, en tant que « science de l'interaction » (Fischer, 1987 ; Maisonneuve, 1997) ou « du conflit entre l'individu et la société » (Moscovici, 1984), est directement concernée par la problématique du changement et par les interconnexions entre le niveau des représentations et celui des pratiques. Cette science n'a été vue comme pertinente qu'au moment de bouleversements importants (guerres, conflits) ou de la multiplication des problèmes culturels liés à l'intégration urbaine, à l'assimilation des immigrés aux États-Unis et ailleurs (Mucchi-Faina, 1982 ; Paicheler, 1985). Beaucoup d'études ont été consacrées durant plusieurs dizaines d'années à l'adaptation des individus aux évolutions qu'ils subissaient (engagements dans l'armée ; généralisation et diffusion des cultures publicitaires ; directions d'entreprises centrées sur la motivation ou l'animation des équipes de travail).

Le changement est ici essentiellement étudié à travers les travaux sur les phénomènes de foule, l'influence, les représentations sociales et les relations intergroupes. Ces thèmes composent le plan de notre écrit.

### **I. Psychologie des foules : le changement comme donnée brute**

Le terrain des foules fut un laboratoire d'analyses et d'observations spécifiques qui allait donner naissance à une théorisation du changement. Quoi de plus représentatif en la matière que l'irruptive et violente agitation révolutionnaire ou que les manifestations prolétaires de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle ? La foule a constitué un espace de réflexion critique sur ce qu'est la société et sur son évolution, son autoconstruction et sur la primauté du fait collectif sur l'identité individuelle.

Ce courant va prendre appui sur le raisonnement explicatif de l'hypnose. Ce rapprochement entre suggestion et états psychosociaux sera élaboré par Gustave Le Bon et Gabriel de Tarde. La psychologie des foules va naître de cette intuition. La vision que l'on a alors est très négative et dépréciative. Certains qualificatifs sont très évocateurs : racaille, populace, bas peuple, vermine, classes dangereuses ou délinquantes... Le Bon publie, en 1895, un livre phare : *Psychologie des foules*, dans lequel il va comparer explicitement les conduites dans ces agrégats à des situations d'hypnose. L'œuvre de Le Bon, comme celle de Tarde, puis de Freud, est fortement contemporaine des grandes peurs bourgeoises du XIX<sup>e</sup> siècle (les révolutions de 1789, 1815, 1830, 1848, 1851, 1870, la Commune, le 16 mai 1877). Angelina Mucchi-Faina rappelle que, durant les années 1850-1900, les pays européens connaissent une croissance démographique très importante (+34 %) et une industrialisation accélérée. La grande grève belge de 1886, débordant durant 1887 et 1888 sur les autres pays (Prusse, France, Espagne, Italie, Serbie,

Autriche...), les mouvements socialistes et anarchistes, divers attentats, les bouffées populistes (boulangisme en France) et bien d'autres événements indiquent pourquoi une telle question est au centre des préoccupations politiques et scientifiques (Mucchi-Faina, 1983).

« Machiavel des sociétés des masses » pour reprendre le bon mot de Serge Moscovici (Moscovici, 1981), Le Bon comme d'autres auteurs énonce une thèse qui va à l'encontre de la philosophie politique rationaliste de son temps : les masses, aimant être dominées et gouvernées par des chefs influents, se comporteraient d'une façon non rationnelle. Il faut, dans cette optique, bien comprendre leur psychisme et leurs conduites spécifiques pour pouvoir correctement les orienter. On doit s'attacher alors à décrire le comportement de l'homme-masse, les lois de fonctionnement des foules et les moyens à mettre en œuvre pour les diriger. En dépit des progrès scientifiques et techniques qui étaient considérés comme majeurs et porteurs d'utopie à cette période, les facteurs irrationnels auraient continué à exercer leur emprise sur les conduites économiques, culturelles et politiques. Tarde utilise, à cet égard, la métaphore de la suggestion, en établissant que la société résulte d'une cascade d'imitations, de magnétisations : « L'imitation, c'est une espèce de somnambulisme » (Tarde, 1890 : 95.)

Le parallèle est fait entre état social, état hypnotique, somnambulisme et rêve. La société est, en grande partie, le résultat d'interactions entre individus ou d'individus face à des masses, ce qui peut expliquer - notamment - l'influence des minorités, l'effet des systèmes de communication et les innovations.

À contre-courant de l'idée démocratique, Le Bon insiste, pour sa part, sur le fait que l'unité mentale des foules est fondée sur le style de comportement et les messages du meneur. Ce type de formation collective est la conséquence d'un processus d'influence puissant et à effets différés. L'idée hypnotique appartient à la pensée par images. Celles-ci correspondent à la force des traditions, des souvenirs de groupes, des représentations sociales (Jodelet, 1989), de ce qui vient de l'inconscient, au sens de Sigmund Freud, c'est-à-dire de l'essence du collectif. Les croyances, les désirs communs, les traditions formeraient un ensemble cohérent auquel la foule serait plus sensible que l'individu. C'est pourquoi ces psychologues ont tant insisté sur ce point.

Freud, dans *Psychologie des foules et analyse du moi* (1921), *Le Moi et le ça* (1923), *L'Homme Moïse et le monothéisme* (1939), s'interroge sur l'origine de notre culture, de nos valeurs et de nos normes. La suggestibilité est appréhendée comme une tendance, définie par le terme « identification », lequel renvoie à un processus d'attachement affectif en action chez tout individu lorsque celui-ci renonce à posséder un objet d'amour et finit par le copier pour le recueillir en soi. L'énergie qui propulserait chacun d'entre nous à fusionner dans la masse serait le désir amoureux. La *mimesis* et la *libido* constituent ici les deux clés conceptuelles d'une compréhension des phénomènes de soumission à un meneur. Une

telle appétence nous pousserait à nous unir aux autres, « à nous associer à des personnes que nous voudrions avoir [...] ». Les désirs d'identification représentent « une propension à l'identité, à l'attachement exclusif à un autre, à un modèle précis » avec des individus « qui incarnent ce que nous voudrions être » (Moscovici, 1981 : 355). Le meneur, modèle d'identification, est l'élément commun, le surmoi de chacun. « À la verticale, l'élan amoureux de chaque individu vers le meneur ; à l'horizontale, une multitude de personnes qui ont le même objet pour idéal du moi et, par conséquent, s'identifient les uns aux autres » (Moscovici, 1981 : 374.) Avec Freud, on entre dans un ensemble conceptuel cohérent. Le point central de cette approche réside dans l'importance accordée au chef, qui représente l'idéal du moi, le point de référence qui permet la cohésion d'une foule. Au niveau intra-individuel, le rapport au meneur correspond à la topique de l'appareil psychique (le moi, le surmoi et le ça). Ce qui implique que la psychologie de l'individu se définit comme un niveau spécifique de compréhension de ce qui se passe dans une masse. Là où Le Bon et Tarde voyaient une opposition, Freud trouve les linéaments d'une genèse des comportements de soumission et d'imitation.

## II. L'influence sociale

L'étude de l'influence a d'abord été celle des modalités de diffusion ou d'inculcation des nouvelles idées et conduites. Les béhavioristes (spécialistes, principalement anglo-américains, de l'étude des comportements durant les années trente) ont voulu méthodiquement inventorier les variables indépendantes qui stimulent les consommateurs, les travailleurs ou les élèves en les orientant vers des réponses finalisées (Paicheler, 1985). Des programmes imposants de recherche, dits « de première génération », s'en sont suivis, centrés sur les changements d'attitude ou d'opinion, puis sur l'influence. Cette notion désigne un processus multiple, à la fois social et psychologique, d'interactions entre individus, entre groupes, entre individus et groupes, recouvrant la diffusion, l'altération et la multiplication des idées et des représentations. Doise la définit comme « régissant les modifications de perceptions, jugements, opinions, attitudes ou comportements d'un individu provoquées par sa connaissance de perceptions, jugements, opinions, etc., d'autres individus » (Doise, 1982 : 87).

L'hypnose, les processus d'apprentissage, l'innovation, la communication, le gouvernement des organisations, la contagion, la mode, la création, les rumeurs, la publicité, le commerce sont des exemples de la diversité de ce phénomène, mystérieux et familier, renvoyant aux champs de construction et de transformation de la réalité sociale et des normes. La connaissance des interactions et des changements mentaux et idéologiques est désignée comme une instance première et déterminante d'explication des comportements.

Les majorités sont vues comme les « fabricants » du changement. Les chefs et leaders, meneurs de foules ou d'entreprises, s'inspirent, le plus souvent, de systèmes de pensée convergente ou conformiste. Les ensembles numériquement majoritaires sont, quant à eux, caractérisés par le phénomène du *suivisme*, la peur de dévier du groupe et la sanction associée à toute entreprise d'innovation. Le changement est alors considéré comme étant pensé et organisé par des spécialistes de l'opinion et des gestionnaires de la publicité ou de la communication à destination de ce que l'on qualifie de cibles ou de réceptacles de l'influence (recherches de Allport, Ajzen, Asch, Fishbein, Hollander, Hovland, Merton, Newcomb, Sherif, etc.).

Une telle vision ne pouvait contenter l'école européenne de psychologie sociale (Doise, Flament, Jodelet, Lemaine, Moscovici, Mugny, Palmonari, Pérez, Tajfel, Turner...), plus sensible aux thèses interactionnistes et ouverte à l'analyse de la multiplicité culturelle du Vieux Continent. Le changement social adaptatif, téléguidé ou imposé par les majorités, ne recouvrait qu'une face du problème. Moscovici a publié, en 1976, *Social influence and social change*. Cet ouvrage, réédité en français<sup>1</sup> aux PUF dans la collection « Quadrige », développe une conception génétique de l'influence et du changement.

La pression vers la conformité engendre des mouvements contraires car elle est, par nature, contraignante et monolithique. Le fait même de créer et de faire régner une norme dominante ne peut que contribuer à exclure, séparer, mettre à l'index ceux qui ne sont pas conformes. Les minorités, tant dans la société qu'à l'intérieur des groupes, ont un pouvoir d'influence non négligeable. Leur oubli répété par les théoriciens de la conformité et du modèle majoritaire n'est que l'indication renouvelée de leur importance sociale réelle, de leur poids véritable dans la création et la diffusion d'idées nouvelles dans les sciences, les arts, la culture et les mouvements politiques ou économiques.

Ce qui fait la différence entre les minorités qui ont de l'influence et celles qui demeurent déviantes, mal vues, négativement définies par le manque de ce que la majorité possède, c'est le degré d'activité ou de passivité. L'attribution du terme « nomique » qualifiera celles qui, plus actives socialement et culturellement, possèdent un style et un message propre. Le qualificatif « anémique » renverra aux groupes plus dépendants, moins combattifs, sans normes propres et sans positions ou jugements spécifiques sur la réalité sociale, ni analyse cohérente sur elles-mêmes et sur leur environnement. Une minorité a une existence propre si elle a une capacité à assumer ou à se constituer un code, un style personnel. À partir de là, c'est la recherche et l'obtention d'une reconnaissance, d'une visibilité face à la majorité qui lui permettra de continuer à vivre son existence de groupe différent, autonome et cohérent.

---

<sup>1</sup> Sous le titre « *Psychologie des minorités actives* ».

L'un des facteurs de l'influence minoritaire est le style de conduite qui sera adopté. Cela « renvoie à l'organisation des comportements et des opinions, au déroulement et à l'intensité de leur expression »<sup>2</sup> (Moscovici, 1979 : 122).

Un tel style agit à deux niveaux, symbolique et instrumental : ceux-ci renseignent sur l'état de celui qui émet le comportement et expriment quelque chose sur l'objet évoqué dans le message. Cinq composantes peuvent être distinguées : l'*investissement* (le fait d'être impliqué fortement dans un objectif) ; l'*autonomie* (indépendance de jugement et objectivité) ; la *consistance*<sup>3</sup> (cohérence, répétition et maintien de la même attitude dans le temps et l'espace) ; la *rigidité* ; l'*équité* ou *flexibilité*. Ces cinq styles (sauf peut-être la rigidité) apparaissent comme des conditions essentielles d'élaboration de l'action des minorités. Ils permettent de comprendre la nature de leur influence.

---

<sup>2</sup> Moscovici parlera, à cet égard, de « rhétorique ».

<sup>3</sup> Voir l'encadré *infra*.

### ENCADRÉ I : LA CONSISTANCE

*Elle est caractérisée, entre autres, par l'unanimité des conduites des membres d'une minorité et, surtout, par le maintien dans le temps et dans l'espace de la même attitude. Une expérience fondamentale de Moscovici, Lage et Naffrechoux a permis d'étudier l'effet de plusieurs variables sur l'influence que deux compères (la minorité) peuvent avoir sur une majorité à propos de la perception de projections de couleur bleue qui sont désignées comme vertes par les individus minoritaires. La consistance diachronique (maintien de la même attitude) est la variable indépendante<sup>4</sup> principale de l'expérience.*

*Le résultat de l'influence minoritaire (8,42% de réponses vertes obtenues sur un échantillon de 128 sujets naïfs répondant chacun à 36 projections de couleur bleue d'intensité lumineuse variable) reflète une différence statistiquement significative entre les conditions expérimentales et la condition contrôle<sup>5</sup> : sur les 22 sujets non soumis à l'influence, seul un individu a donné deux réponses vertes, soit un pourcentage de 0,25%, les diapositives étant réellement perçues comme bleues (norme socialement établie). Lorsque les compères minoritaires sont inconsistants (donnant 33% de réponses bleues et 67% de réponses vertes), l'influence de la minorité (1,25%) est proche de la condition contrôle (0,25%), c'est-à-dire nulle. Après l'expérience, on a passé un test de discrimination indiquant à partir de quel seuil la réponse « vert » était donnée lorsqu'on présentait des couleurs passant progressivement du bleu au vert. Les sujets expérimentaux, comparés à ceux du groupe témoin, percevaient du vert plus tôt. On nota aussi que ceux qui avaient cette perception n'avaient pas cédé à l'influence minoritaire en public durant la phase expérimentale. Les minorités auraient ainsi un impact après qu'on leur a dénié de la valeur, de la compétence. Cette influence latente ou inconsciente serait l'une des caractéristiques principales de leur influence.*

*Les réponses des sujets au questionnaire, passé après la phase d'influence, montrent bien que la minorité est perçue comme moins compétente mais plus sûre d'elle-même. Ceci indique, chez une bonne partie des sujets, un refus verbal de concevoir la source minoritaire comme crédible mais renvoie aussi à la réalité d'un impact latent au niveau du code perceptif. La minorité fait travailler mentalement les sujets expérimentaux par son adoption d'un style consistant, évoquant la certitude. Ces sujets affirment voir plus de nuances dans les couleurs présentées lors des projections que ceux des groupes contrôle. Une minorité dénuée de toute compétence et de tout pouvoir réussit donc à avoir de l'influence grâce à sa consistance (diachronique). Le facteur essentiel de cet effet est l'intensification du conflit par la répétition de la même réponse qui est nouvelle par rapport à ce qui est admis communément et qui s'oppose à l'idée selon laquelle c'est le groupe ou l'autorité qui définit les normes. En bloquant tout processus de négociation, la minorité se montre capable de résister au phénomène d'uniformisation. Elle se présente comme une alternative. La certitude dont elle fait preuve ou l'insolite de sa conduite créent de l'indétermination dans la majorité. Elle montre qu'il est possible de dévier, d'être différents. La minorité propose donc implicitement aux sujets du groupe non pas seulement une réponse sur le contenu du conflit mais aussi une attitude d'autonomie, de dissidence par rapport à l'emprise majoritaire.*

<sup>4</sup> Une *variable indépendante* (ou explicative) est définie comme étant la cause de conduites ou de phénomènes étudiés à l'intérieur d'un modèle théorique rendant compte ou décrivant un aspect de la réalité.

<sup>5</sup> Une *condition* ou *groupe contrôle* est un échantillon d'étude où la variable indépendante n'est pas activée ou est considérée comme neutralisée. Cela permet de connaître, par comparaison avec les *groupes expérimentaux*, quels sont les effets des manipulations sur la variable dépendante. Dans cette expérience, le groupe contrôle est composé d'individus à qui l'on demande d'évaluer le même stimulus (couleur bleue) que dans les groupes expérimentaux dans lesquels les minorités consistantes disent volontairement voir du vert à l'encontre de la norme spontanément émise.

### III. Les représentations sociales

Le changement d'opinion ne se résume pas en une action de communication persuasive. Les représentations sociales (RS) peuvent être perçues comme des systèmes d'idées, de normes, de valeurs, de savoirs et de croyances qui se forment et se transforment dans les groupes sociaux et les interactions quotidiennes au fur et à mesure des évolutions techno-scientifiques, politiques ou économiques (Abric 1994 ; Jodelet, 1989 ; Moscovici, 1961). Les processus d'influence, décrits plus haut, renvoient à ce que l'on peut nommer la dynamique des représentations.

Lorsque l'on se penche sur cette notion, on parvient au constat de la prégnance de ces savoirs socialement partagés qui ont une force structurante, une incidence spécifique sur les conduites. Les recherches sur les modes d'appréhension des sciences (radioactivité, économie), des technologies en entreprise ou des pratiques thérapeutiques (psychanalyse), de la santé ou de la maladie, de la pauvreté ou des relations interethniques dans les centres urbains, de l'argent, de la violence, du pouvoir, de phénomènes nouveaux ou émergents (sida dans les années quatre-vingt, pédophilie, vache folle, Internet récemment) ne sont que quelques exemples des recherches en ce domaine. Les RS se constituent alors à partir d'anciens systèmes d'idées, d'opinions et intègrent l'innommable, les nouveautés, l'actualité, les réalités indépassables de la vie individuelle et sociale autant que des dimensions de la mémoire historique comme lors des célébrations du bicentenaire de la Révolution française ou du demi-millénaire de la découverte de l'Amérique ou, bientôt, du Brésil.

Le changement y est appréhendé à travers les savoirs, les images que les acteurs bricolent, construisent en permanence. On identifie dans tous ces travaux, d'une part, des éléments plus stables qui sont, en quelque sorte, les noyaux des représentations et, de l'autre, des opinions plus mouvantes, labiles, périphériques dont les fonctions d'expression, d'adaptation, de protection de valeurs plus focales et d'intégration des évolutions et des nouveautés sont essentielles. Ces deux types de contenus (centraux et périphériques) sont souvent reliés subtilement et correspondent à une forme de pensée collective où chaque individu ou sujet groupal puise pour interpréter, analyser, réagir ou se comporter. À leur tour, les individus ou les groupes co-construisent les produits communs que constituent les RS.

La difficulté pour comprendre ce champ de recherche, en forte progression ces dernières années, tient au caractère mouvant et structural de ces systèmes de savoirs. C'est pourquoi les méthodes de construction et d'analyse des données sont, plus que dans d'autres domaines, des moyens de mise en évidence de leur réalité et de leurs effets sociétaux ou comportementaux.



#### IV. Les relations intergroupes

L'évolution des sociétés ou des organisations sociales est extrêmement dépendante de systèmes idéologiques et de processus de catégorisation que les groupes génèrent et font intérioriser à leurs membres comme étant objectifs et naturels. Les stratégies d'influences sociales minoritaires ont été, par exemple, analysées en articulation avec les représentations et les relations intergroupales (Mugny et Pérez, 1986).

Les célèbres expériences de Henri Tajfel et de ses collaborateurs<sup>6</sup> ont mis en évidence l'existence de processus spécifiques à l'œuvre dans les relations intergroupes autant que dans le mode d'appréhension individuel de la réalité physique ou sociale. Ces processus, dits « de catégorisation », formulés à partir des travaux de Bruner et Postman (1951), interviennent en tant que processus simplificateurs du réel. Ils peuvent être entendus en tant que « processus qui tendent à ordonner l'environnement en termes de catégories : groupes de personnes, d'objets, d'événements (ou groupes de certains de leurs attributs), en tant qu'ils sont, soit semblables, soit différents, soit équivalents les uns aux autres pour l'action, les intentions ou les attitudes d'un individu » (Tajfel, 1972 : 272).

La catégorisation est définie comme une *tendance à la schématisation*. Dans la communication intergroupale, elle se traduit par l'attribution d'étiquettes caricaturales d'un groupe vis-à-vis de l'autre. Ce phénomène prend appui sur le sentiment de la communauté qui estime être le point de référence à partir duquel doivent être évalués les objets internes ou externes. Si un groupe (ou un individu lui appartenant) doit donner une évaluation d'objets ou de performances en situation de comparaison avec un agrégat du même type, il aura tendance :

- à accentuer les différences perçues entre les objets de son propre ensemble et ceux de l'entité groupale mise en comparaison (*effet de contraste*) ;
- à accentuer les ressemblances perçues entre les objets appartenant au propre groupe (*effet d'assimilation*).

La catégorisation est la réalisation d'une activité perceptive élémentaire qui s'applique à tous les objets, physiques ou non, sociaux ou non. Elle se déclenche dès qu'un ensemble d'objets est classé en deux catégories. Par exemple, le simple classement de lignes, de longueur inégale, au moyen de deux étiquetages, les fait percevoir comme plus différentes qu'elles ne le sont lorsqu'elles ne sont pas

---

<sup>6</sup> Pour une présentation synthétique de ces expériences, voir le chapitre 1 de l'ouvrage de Willem Doise *et alii*, *Psychologie sociale expérimentale*, Paris, Armand Colin, 1978, pp. 13-27.

catégorisées. Ce phénomène a été appliqué à la communication entre groupes, notamment par Willem Doise à Genève (Doise, 1979).

#### ENCADRÉ II : LA CAVERNE DES VOLEURS

*Retenons, pour illustrer nos propos, les recherches souvent citées de Muzafer Sherif et de ses collaborateurs en 1961. L'une d'entre elles est retenue dans l'histoire de la psychologie sociale sous l'expression : la « caverne des voleurs ». Les sujets sont des enfants de douze ans participant à des activités de plein air (campement en forêt, activités d'organisation liées à l'alimentation, baignade, transport de canots, etc.). Deux groupes sont créés parallèlement. Aucun des deux ne connaît l'existence de l'autre. Après une phase de quelques jours, les structures relationnelles et de travail dans chaque entité se stabilisent (Sherif, 1979).*

*Ces deux communautés sont ensuite mises en compétition agréable (tournois, course au trésor, matchs de football, etc.). De l'hostilité se développe dès le premier jour et s'amplifie par la suite tant sur le plan verbal (injures) que comportemental (raids sur le territoire ennemi pour s'emparer de son drapeau). Une augmentation de la solidarité intragroupale s'accompagne alors d'une surévaluation des performances, des capacités de ses camarades et d'une dévaluation de l'image des adversaires.*

*Dans une troisième phase, la compétition est éliminée. On propose aux uns et aux autres des activités communes mais sans interdépendance, du type « repas », « séquences de cinéma », « feu d'artifice ». Ces pratiques, au lieu de conduire à la réconciliation, ne font qu'attiser l'animosité entre les deux parties.*

*Ce n'est que lorsque les expérimentateurs proposent un effort partagé pour résoudre un problème concernant tous les membres des deux groupes (interdépendance ou buts dits « supra-ordonnés ») que l'hostilité cesse peu à peu. Rechercher l'origine d'un manque d'eau, payer une somme élevée pour louer un film ou dépanner un camion sont des situations qui impliquent, pour tous les participants, une coopération, des buts communs, une structure relationnelle et hiérarchique.*

*Cette expérience montre comment le changement est conduit expérimentalement et quels sont les facteurs agissant sur celui-ci. Appliquées à un contexte urbain, dans des quartiers à problèmes où existent des rivalités entre bandes de jeunes, ces solutions peuvent, avec des aménagements, favoriser la maîtrise de certaines interactions.*

#### Conclusion

L'acteur est souvent porteur de logiques qui le structurent « à son corps (social) défendant ». De ce point de vue, il participera au changement en produisant des situations et des réalités exemplaires sans qu'il soit toujours nettement conscient des effets de ses représentations et de ses comportements, ni des stratégies qu'il s'agit de formuler pour se conduire rationnellement et de façon adaptée. Les relations entre groupes et la genèse des stéréotypes sont des exemples évidents de cette faible maîtrise sur les phénomènes psychosociaux.

La diffusion d'une appréhension raisonnée et pratique de ces processus chez l'acteur naïf ou l'homme de la rue est l'objet d'une approche, la recherche-action<sup>7</sup>, dont nous n'approfondirons par la définition. Ses chercheurs, pour la plupart d'entre eux, ne se contentent pas d'énoncer de façon clairvoyante et professorale la prégnance de déterminismes psychologiques ou sociaux dans leurs résultats d'étude ou leurs modèles théoriques mais proposent des moyens pour aider ceux sur qui et pour qui les investigations sont faites.

### Références bibliographiques

- ABRIC Jean-Claude (sous la direction de), 1994, *Pratiques sociales et représentations*, Paris, PUF.
- DOISE Willem, 1982, *L'Explication en psychologie sociale*, Paris, PUF.
- DOISE Willem (sous la direction de), 1979, *Expériences entre groupes*, Paris, Mouton.
- DUBOST Jean, 1987, *L'Intervention psychosociologique*, Paris, PUF.
- FISCHER Gustave-Nicolas, 1987 *Les Concepts fondamentaux de la psychologie sociale*, Paris/Montréal, Dunod/Presses de l'université de Montréal.
- JODELET Denise (sous la direction de), 1989, *Les Représentations sociales*, Paris, PUF.
- MAISONNEUVE Jean, 1997, *Introduction à la psychosociologie*, 8<sup>e</sup> éd. refondue, Paris, PUF (1<sup>re</sup> éd. 1973).
- MOSCOVICI Serge, 1976, *La Psychanalyse, son image, son public*, nouv. éd. augmentée, Paris, PUF (1<sup>re</sup> éd. 1961).
- MOSCOVICI Serge, 1979, *Psychologie des minorités actives*, trad. fr., Paris, PUF (1<sup>re</sup> éd. en langue anglaise : 1976).
- MOSCOVICI Serge, 1981, *L'Âge des foules*, Paris, Fayard.
- MOSCOVICI Serge *et alli*, 1969, « Influence of a consistent minority on the responses of a majority in a color perception task », *Sociometry*, 32, 4, pp. 365-379 (trad fr. in FAUCHEUX Claude et MOSCOVICI Serge, 1971, *Psychologie sociale théorique et expérimentale*, Paris/La Haye, Mouton, pp. 343-386).
- MUCCHI-FAINA Angelica, 1983, *L'Abbraccio della folla. Cento anni di psicologia collettiva*, Bologna, Il Mulino.
- MUGNY Gabriel et PÉREZ Juan Antonio, 1986, *Le Déni et la raison. Psychologie de l'impact social des minorités*, Cousset, Del Val.
- PAICHELER Geneviève, 1985, *Psychologie des influences sociales*, Lausanne, Delachaux et Niestlé.
- SHERIF Muzafer *et alli*, 1979, « Les relations intra et intergroupes », trad. fr. d'un article paru en 1961, in DOISE Willem (sous la direction de), *Expériences... , op. cit.*, pp. 121-149.
- TAJFEL Henri, 1972, « La catégorisation sociale », in Moscovici Serge (sous la direction de), *Introduction à la psychologie sociale*, tome I, Paris, Larousse, pp. 272-302.

---

<sup>7</sup> Cf. Jean Maisonneuve, 1997, pour une courte présentation (p. 59 et pp. 129-130) ou Jean Dubost, 1987, pour plus de précisions.