



HAL
open science

Réflexions sur la question de la résistance culturelle: l'étude in situ des conduites de reconnaissance sociale dans la société de masse: l'exemple des minorités rock

Jean-Marie Seca

► To cite this version:

Jean-Marie Seca. Réflexions sur la question de la résistance culturelle: l'étude in situ des conduites de reconnaissance sociale dans la société de masse: l'exemple des minorités rock. Conférence internationale sur l'histoire de la psychologie sociale, Institut pour la recherche sur les sociétés contemporaines, Société française de Psychologie et Société canadienne de Psychologie, Apr 1991, Paris, France. hal-03016841

HAL Id: hal-03016841

<https://hal.univ-lorraine.fr/hal-03016841>

Submitted on 28 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

Réflexions sur la question de la résistance culturelle : l'étude in situ des conduites de reconnaissance sociale dans la société de masse : l'exemple des minorités rock

Par Jean-Marie Seca, Université de Reims-Champagne-Ardennes

De quelques hypothèses de base des études sur les sociétés de consommation et de communication de masse. L'analyse de certains textes des théories de la communication de masse laisse apparaître plusieurs tendances qui ne s'opposent pas spécialement en des modèles explicitement concurrents. Certaines se recouvrent, même si elles ont des objectifs épistémologiques différents. La recherche d'un S. EWEN¹ sur la genèse de la publicité et de la société de consommation concilie, par exemple, une perspective critique et une visée pragmatique et historicisante basée sur une analyse des textes et écrits des consuméristes et spécialistes de la publicité des années 1920 et 1930. Le travail se référant à la période plus récente d'un BAUDRILLARD² tout en s'appuyant sur une connaissance certaine des recherches empiriques et des enquêtes sur les pratiques culturelles, peut être évalué comme une approche plus distanciée, source d'un para-discours théorico-philosophique sur le fonctionnement et l'anthropologie des sociétés de la consommation. Dans ces deux cas, l'analyse du système culturel de la consommation de masse aboutit à une critique implicite du type humain consommateur et du fonctionnement, de nature idéologique, des pratiques publicitaires.

La société de masse voit ainsi périodiquement apparaître des essais et travaux sur «l'Homme Unidimensionnel» (MARCUSE), «la Tribalisation du monde par les média» (MC LUHAN), «la Société Post-Industrielle» (TOURAINÉ), «l'Empire de l'éphémère», «l'Ère du vide» (LIPOVETSKY), «les Jeux, Modes et Masses» (YONNET), «le Temps des Tribus» (MAFFESOLI), les « Nouveaux Pouvoirs» (TOFFLER) etc. ; la liste des essais et traités n'étant, évidemment pas close et ne préjuge certes pas de la qualité et du sérieux de leur contenu, ni de l'intérêt d'autres approches non-citées ici.

Nombre de ces publications sont l'œuvre de sociologues philosophes ou de philosophes sociologues. Ils visent à l'établissement d'une lecture globalisante du monde moderne appuyée sur des connaissances pluridisciplinaires des mouvements sociaux et des cultures techniques d'aujourd'hui (et de demain). Henri LEFEBVRE, avec sa *Vie quotidienne dans le monde moderne*³, peut être considéré comme un exemple représentatif des objectifs et de l'intérêt de ce type de littérature. Quelles sont les hypothèses de base des analyses de la société de masse qui semblent émerger de ces différents discours à tendance plus ou moins ouvertement sociologique et qui nous semblent être utiles à notre démonstration⁴ ?

1° L'évolution des systèmes techno-industriels dépend, en large partie, des forces culturelles (savoirs, sciences, techniques, arts...) et de leur mode de renouvellement (créativité, éducation, formation, recherche, circuits et réseaux de diffusion/communication...) dans une société.

¹ EWEN, S., 1983, *Consciences sous influence*. Publicité et genèse de la société de consommation, Paris, Ed. Aubier.

² BAUDRILLARD, J., 1970, *La Société de Consommation*. Paris. Ed. Denoël.

BAUDRILLARD, J., 1972, *Pour une Critique de l'Économie Politique du Signe*. Paris. Gallimard.

³ LEFEBVRE, H., 1968, *La Vie Quotidienne dans le Monde Moderne*. Paris, Gallimard.

⁴ Sont ici exclus les points de vue de type techno-marketing destinés en général à justifier le discours que les institutions et les organisations tiennent sur elles-mêmes et sur le monde comme entité fonctionnellement perfectible et comme système globalement objectif, formel et indépassable dans sa technicisation univoque.

2° L'appropriation des moyens de diffusion du savoir et de la culture permet de maîtriser l'orientation des représentations sociales, et, surtout, des idéologies et des connaissances qui structurent relativement la production des représentations au niveau des relations inter-individuelles et intra-organisationnelles.

3° La multiplication des sources et modes de diffusion de la culture et des images engendre à la fois une floraison effervescente de zones de production de représentations sociales, vaguement autonomisées et une tendance à la concentration des pouvoirs financiers, politiques et techniques⁵ exercées sur les réseaux et circuits de communication plus ou moins massifiés et/ou locaux.

5° Le caractère démocratique des mondes de la communication et de la consommation qui s'édifient et se renouvellent depuis quelques dizaines d'années, leur confère un *critère de proximité* vis à vis de la « Nature » et du « Désir ». Ce critère de proximité avec le mode de vie personnel et émotionnel renforce le sentiment que le monde moderne a une forme objective et indépassable parce que vraisemblable et imagée.

6° La domination, dans un tel contexte, *s'impersonnalise* même si des tentations contraires et irrationnelles de mouvements intégristes éclatent ici et là et vont dans le sens de la recherche de « coupables », auteurs de malaise social, sans pour autant convaincre fondamentalement la majorité des membres des classes moyennes et supérieures qui constituent la base sociale démocratique et silencieuse du consensus économique-culturel et mass-médiatique des sociétés développées (CEE, USA, Japon).

7° Les modes de résistance sociale et économique se transforment, depuis une quinzaine d'années, dans le sens d'une indifférence aux grands appareils syndicaux, partisans, militants et d'une exacerbation du problème identitaire.

8° La protestation culturelle s'esthétise tout en devenant plus dramatique et insupportée (concerts musicaux et luttes des exclus font souvent bon ménage).

9° Émergent alors une vision négative de la déviance sociale et une stigmatisation-psychiatisation-médicalisation de la notion d'acteur conflictuel. Cette psychiatisation/ négativisation est à comprendre comme une forme déjà connue mais réémergente de réduction/abstraction de ces « choses », qui empêchent un ensemble systémique de continuer à fonctionner. Cette tendance médicalisante est inscrite dans le mode de fonctionnement des systèmes sociaux contemporains (importance des sciences, du bien-être, de la santé, des normes techniques et médicales) et est à resituer dans la lignée des études sur le statut de la folie et de la maladie dans le passé et dans le présent⁶.

⁵ Voir les recherches de : MATTELARD, A., 1989, *L'Internationale Publicitaire*. Paris. La Découverte.

MATTELARD, A., 1990, *La publicité*. Paris. La Découverte.

MOSCOVICI, S., 1981, *L'Age des Foules*. PARIS. Fayard. (5ème partie).

⁶ FOUCAULT, 1961, *Histoire de la folie à l'âge classique*. Paris. Plon.

JODELET, D., 1989, *Folie et représentations sociales*. Paris. PUF.

GOFFMANN, E., 1968, *Asiles. Études sur la condition sociale des malades mentaux*, Paris. Éd. de Minuit.

BASTIDE, R., 1972, *Sociologie des Maladies Mentales*. Paris, Mouton.

HERZLICH, C., 1969, *Santé et Maladie. Analyse d'une représentation sociale*. Paris. Mouton/EHESS.

10° Les luttes partielles, sectorielles sont « traitées » et mal considérées. Le désaccord est pris en compte et source de gêne politique. Globalement, la tendance est à l'accroissement de l'emprise des systèmes sociaux et techniques, à une complexification des organisations et, corrélativement, à une exacerbation de l'activité de recherche de reconnaissance sociale des atomes culturels, des « chapelles », des petits groupes.

Pour conclure : les pouvoirs en place et les corporatismes se renforcent tandis qu'une pluralité de mécontentements se multiplient et s'atomisent, amplifiant un sentiment diffus de frustration. C'est la « Galère » dont parle Dubet⁷, mais exportée dans une zone sociale plus vaste que celle des grands ensembles de la banlieue prolétaire et immigrée. Les langues et causes communes se forment plus sur le mode « groupusculisé », de l'argot et du verlan, que sur celui d'une grande cause et d'un discours réunissant un mouvement social de la société civile dans son ensemble. Seuls les conflits liés au processus de redistribution des positions sociales et aux transmissions des connaissances apparaissent comme porteurs de confrontations politiques puissantes (luttes lycéennes, étudiantes, révoltes de ghettos...) mais peu consistantes. Ce n'est pas un hasard. Ces luttes pourraient être l'expression directe de la centration de l'ensemble des institutions des sociétés modernes développées sur le problème du renouvellement des moyens (techniques, scientifiques, culturels, communicationnels) de créer de la richesse (nationale ou/et individuelle) et d'acquérir des capitaux culturels et monétaires. Leur puissance subversive est à la mesure de l'importance centrale prise par les « capitaux culturels » (diplômes, qualifications, savoir-faire, recherche, innovations...) dans le cadre même des entreprises, des systèmes sociaux contemporains. Cette puissance est à la mesure, aussi, de la fonction de légitimation hiérarchique attachée à l'accumulation individuelle ou groupale de ces capitaux de nature symbolique.

Qu'est-ce-que la question de la résistance culturelle dans le système de la communication de masse ?

La question de la résistance culturelle est dans le système de la communication de masse celle de la résistance à un état négatif de la perception du Soi véhiculée par les différents messages des médias et par les systèmes éducatifs, évaluatifs et culturels de légitimation hiérarchique dans les organisations. Selon EWEN (*op. cit.*), depuis les années 1920, se développe une représentation idéalisée du moi dont George Herbert Mead⁸ a donné une définition comme composante sociale et objectale du soi. Cette idéalisation est le propre de tout système de communication pour les masses dans lesquelles se pose en permanence le problème des modes d'identification, donc de la culture commune par opposition aux particularismes locaux, ethniques ou sociaux, voire idiosyncrasiques. Cette nécessité à la fois psychosociale et économique de production de standards de comportements et d'attitudes conduit à un état des individus-masse que Baudrillard (1970, *op. cit.* p. 85) qualifie de « paupérisation psychologique ».

Il semblerait que toute lutte culturelle, aujourd'hui, se propose de résister à cette paupérisation psychologique, à ce sentiment de culpabilité de ne pas être dans la norme. Les luttes culturelles ne se limitent cependant pas à l'expression d'assertions renvoyant au sentiment de réactance vis à vis de l'emprise de ce qu'il est convenu d'appeler le « système ». L'expression confuse d'un rejet ne permet pas à l'acteur de construire son espace de vie propre, en conjonction avec les contraintes de son

DELEUZE G. et GUATTARI, F., 1972, *L'Anti-Œdipe. Capitalisme et schizophrénie*. Paris. Ed de Minuit.

⁷ DUBET, F., 1987, *La Galère. Jeunes en survie*, Paris. Fayard.

⁸ MEAD, G. H., 1934, *Mind, Self, and Society*, Chicago. University of Chicago Press : cité in DOISE W., DESCHAMPS J.C. et MUGNY G., 1978. *Psychologie Sociale Expérimentale*. Paris. A. Colin, pp.29-31.

environnement. La théorie des minorités actives⁹ nous renseigne sur les conditions qui permettent de passer de l'état diffus de réactance, de contre-dépendance, d'anomie, de déviance à *l'activité minoritaire structurée en un projet stylistiquement distinctif et consistant*.

Or les recherches empiriques actuelles ou moins récentes¹⁰ confirment le caractère confusionnel des conduites des activistes de la culture de masse. D'autres recherches (Boudon, Bourdieu, Passeron) indiquent quel est le caractère fondamentalement inégalitaire et frustrant du système scolaire, en tant que machine à faire des diplômés pas contents de leur niveau par rapport à leurs attentes (frustration relative) ou machine à produire des exclus (les échecs scolaires peuvent aller du déclassement vécu à travers le CAP/sanction à la suite d'une orientation « vite faite » à l'exclusion réelle par auto-accumulation d'attributions internes négatives). Les expressions des frustrations aux causes multiples et distribuées à intensité inégale, dans toutes les strates sociales, sont donc colinéairement reliées au vécu marginal des bandes de jeunes ou des folklores cinématographiques (le voyou, la vedette pas reconnue qui lutte). Les groupes qui se forment pour recréer un espace non-évalué (théâtre, musique, etc.) sont l'expression de ces conduites de fuite du système d'assignation de la hiérarchie (école, entreprise) et du caractère anémique et confusionnel de la conduite d'implication individuelle hors de cadres sociaux contraignants.

Le vécu de la marginalité est donc aujourd'hui, tout à fait adapté au *Zeitgeist* et très exportable. Il se constitue comme un mythe de l'individualité largement exploité dans les productions de l'industrie de la culture. Il y aurait donc un modèle marketing de la marginalité comme il y a un modèle marketing de la ménagère ou du cadre, ou encore du « jeune ». Le modelage de ces groupuscules par ces images et ces connotations largement incontrôlées mais utiles commercialement les portent vers une ambivalence dans le choix qu'ils peuvent faire d'un code et d'un mode d'expression propre. Nous reprenons quant à nous le terme de *minorités anomiques* pour désigner ces groupes. Les approches expérimentales de ce type de minorité sont quasi-inexistantes. Le problème de ces groupuscules n'est pas « comment avoir plus d'influence sociale ? » mais plutôt « comment en avoir ? » sans jeu de mot implicite. Le problème de l'analyse du « *devenir minoritaire* » est assez proche de ceux traités dans les travaux sur le statut de la folie à l'âge moderne. Son traitement ne peut être effectué que dans la mise en application d'une démarche clinique et écologique. L'ethnographie de ces groupuscules est assez balbutiante mais leur description dans leur niche culturelle est le seul moyen pour parvenir à une connaissance approfondie de leur mode de (re)présentation sociale.

Y a-t-il réellement autonomie, par exemple, dans les pratiques des minorités rock ?

Le problème de l'autonomie est comme on l'a vu celui du devenir minoritaire actif. « *Comment l'angoisse et la fuite se transforment-elles en expression originale ?* » est une autre formulation de ce problème. La réponse est dans la nécessité de transformer en *produit social* quelque chose d'intime. Cette nécessité est verbalisée, parlée de différentes manières par les groupes observés par moi. Globalement, on

⁹ MOSCOVICI, S., 1979, *Psychologie des Minorités Actives*. Paris. PUF.

MUGNY, G., 1982, *The Power of Minorities*. London. Academic Press.

¹⁰ DUBET (1987, *op. cit.*)

SECA, J.M., 1988, *Vocations Rock. L'État Acide et l'Esprit des Minorités Rock*. Paris MERIDIEN-KLINCKSIECK Editeur.

BECKER, H., (1963), 1985 *Outsiders. Études de sociologie de la Déviance*. Paris. A.M. METAILIE.

MONOD, J., 1968, *Les Barjots. Essai d'ethnologie de bandes de jeunes*. Paris. JULLIARD.

discerne trois types de tendances (Seca, 1988) chez ces minorités rock (différentes, ici, des groupes portés vers la reconnaissance par le circuit de distribution des maisons de disque et des média) :

1° les groupes très reconnus (groupes de scène : 20 à 30 prestations scéniques par an).

2° Les groupes d'amateurs passionnés (groupes dans la pénombre, entre scène et studio de répétition : 4/5 prestations scéniques par an ; productions de maquettes de disques, entrisme commercial).

3° les groupes de l'ombre (anonymes, néophytes, mal encodés) ou groupes de l'état acide, à certains égards, les plus proches de la notion de « minorité anomique ».

Chaque type de groupe, selon son degré d'ascension vers la lumière de la scène, se posera la question de l'autonomie en fonction de la perception menaçante ou lointaine de la sphère de reconnaissance médiatique et marchande. On remarque alors que plus la sphère des médias est lointaine et plus elle est l'objet de critiques. Plus la reconnaissance augmente et plus le langage se professionnalise. Ceci signifie que ces groupes se constituent essentiellement en colinéarité avec l'idéologie du prestige social diffusée par les communicateurs du show-business et de la publicité. Leur fuite des systèmes d'assignation de positions hiérarchiques les déporte imaginairement vers la sphère Olympienne de reconnaissance, c'est à dire vers un monde structuré sur un mode hiérarchique encore plus intense dans sa portée symbolique.

Qu'est-ce-à dire ? Que chez les minorités rock pour reprendre le mot d'Adorno (à propos du jazz), le geste de rébellion cache une prédisposition à la servilité ? Il est difficile de répondre. Nos résultats nous inciteraient à dire que les groupes s'auto-analysent beaucoup et cherchent à détecter au fur et à mesure de leurs multiples polylogues, le degré de servilité réelle de leur personnalité et de celle de leurs compagnons. Cette représentation sociale de la liberté est à la source de multiples débats sur le rapport à la sphère marchande, la richesse créative, la persécution des « petits » groupes, etc...

Cette anxiété vis-à-vis de la réussite que j'ai interprétée comme un sentiment de culpabilité vis à vis de la masse des égaux¹¹ exprime, là aussi, une rage intérieure d'ascension sociale. La position de groupe minoritaire est, cependant, assez souvent, correctement comprise par les membres de ces groupes. Cela les fait aboutir à une fine intelligence des contraintes marketing et des priorités créatives et stylistiques à défendre. Ce sens aigu de leur propre originalité sociale résulte de l'anonymat relatif et donc de la liberté que procure l'isolement du groupe. Le geste de la rébellion est donc à interpréter comme se voulant consciemment rituel et l'obstination minoritaire de nombre de ces groupes nous interdit de décrire les vocations rock comme de simples conduites de réactance ou de contre-dépendance, c'est à dire comme des reproductions de moules, des copies pâles d'imageries publicitaires.

L'autonomie : ses sens

Le sens de ces conduites d'autonomie ne relève pas du strict domaine des effets seconds et pauvres des systèmes d'emprise de la culture de masse et des modes orthodoxes d'identification à la hiérarchie. Les pratiques des minorités rock désignent des lieux de renaissance de la parole et de réappropriation culturelle dont l'objectif implicite demeure la production d'un style propre, d'une représentation commune. J'ai décrit à travers le modèle de *l'état acide* cette tension mentale et cognitive vers l'acquisition d'une

¹¹ SECA, J.-M., 1991, « Les purificateurs du rock ». *Les Cahiers internationaux de Sociologie*. vol. 90, janvier-juin, pp. 121-130 (http://www.jstor.org/stable/40690440?seq=1#page_scan_tab_contents).

autonomie et d'une reconnaissance sociale. L'état acide renvoie à *l'expérience de socialisation et de création d'une minorité anomique*. Une minorité anomique est ici une minorité dont le style, le code et l'identification sociale sont définis *par référence* au système social majoritaire, modelés par les valeurs dominantes et imprégnés par les influences extérieures, mass-médiatiques. On remarque que ces minorités sont en situation de « torture cognitive » par rapport aux objectifs de reconnaissance sociale d'une originalité qu'ils n'ont pas encore encodée et qu'elles oscillent en permanence entre le besoin d'approbation (qui est le versant anomique et de type « contre-dépendant des conduites minoritaires : cf. Moscovici, 1979 : *op. cit.*) et la recherche de reconnaissance (qui est le versant actif, autolégitimant, sûr de soi des conduites minoritaires, cf. Moscovici, *ibid.*). On remarque, alors, dans les interviews, les observations et autres indices empiriques recueillis (Seca, 1988) que les groupes qui se constituent dans les sous-sols, les garages et les appartements de nos villes et de nos villages sont autant d'expériences différenciées de cette tension entre réactance et originalité, dépendance et autonomie.

La fonction rituelle des activités des minorités rock est à replacer dans ce contexte. Les répétitions sont conçues comme espace/temps finis, suffisant en eux-mêmes à satisfaire les premières demandes individualisées d'approbation sociale des membres du groupe. À ce stade, on peut ne parler que de phénomènes de groupe comme ceux décrits par Didier Anzieu¹², en termes *d'illusion groupale*. Cependant, la pression sociale des modes d'identification aux valeurs culturelles de masse vient constamment projeter ces groupes dans le champ socio-culturel de la reconnaissance commerciale et médiatique et vers le public. Dès lors ces groupes sont condamnés à l'errance minoritaire et à l'ambivalence. Le vécu de cette ambivalence n'est pas du tout insignifiant psychosociologiquement et psychopolitiquement. C'est dans ces hésitations sur le type d'effort à maintenir, la forme de publicité et de reconnaissance sociale à rechercher, sur le caractère valable des productions de groupe que l'on voit quelques fois apparaître les linéaments du modèle de l'influence minoritaire, les types d'accommodation au principe de réalité commerciale, la flexibilité prônée dans le mode d'insertion en société et la consistance dans le projet de construction et de diffusion d'un style. On peut remarquer aussi comment dans les pratiques de ces groupes, se réalise une lutte quotidienne et sempiternelle contre la médiocrité et la passivité culturelles. On peut enfin déterminer à quel point, aujourd'hui, la fonction rituelle tend à devenir un mode d'identification socialement perdurant. Le sens de l'existence et la religiosité sont alors transvasés dans ces pratiques néo-rituelles comme par une opération de transformation mathématique ou de la même manière que dans la transaction commerciale où la prostituée vend de l'affection à des clients plus ou moins pervers ou éperdus. Musique, mathématiques et argent demeurent dans l'espace sociétal contemporain des opérateurs puissants de ces transmutations sociales¹³. Ils désignent, chacun à leur niveau, les points d'ombre du fonctionnement social mais aussi les espaces formels de résolution de la conflictualité et de la dissonance en cette fin de siècle.

Quels enseignements peut-on tirer du travail d'ethnographie et de recherche sur des échantillons de pratiques sociales minoritaires à visée autonomisante ?

Les conclusions à tirer sont partielles et figurent ci-dessus sous la forme des commentaires sur le sens des conduites de recherche d'autonomie culturelle. Elles permettent de définir un projet et une ambition pour la psychologie sociale de demain. Le projet de recontextualisation des résultats indéniables des

¹² ANZIEU, D., 1984, *Le Groupe et l'Inconscient*. Paris. Dunod.

¹³ MOSCOVICI S., 1990, *Langages Universels : les 3 M, Money, Music and Mathematics*. (entretien avec Martin GORIN). *Communications*, N° 50, pp. 23-36.

recherches en psychologie sociale expérimentale et l'ambition de devenir une science politique majeure. L'écologisation des modèles d'analyse des conduites des minorités, par exemple, est en bonne voie. Les recherches de Mugny et Perez¹⁴, par exemple, le prouvent. L'approche ethnographique du « devenir minoritaire actif » montre cependant que la question des minorités ne se résume pas à la formalisation/vérification d'hypothèses sophistiquées, ni à l'établissement d'une carte mondiale des ethnies et nationalités persécutées. Le problème de la compréhension des conduites des minorités sera aussi celui d'une capacité culturelle des ensembles démocratiques à accepter juridiquement et socialement l'expression de la diversité des sensibilités et des conduites collectives. Il est aussi celui d'une connaissance des modes d'identification et de leur fonctionnement effectif dans les espaces sociaux. La psychologie sociale des pratiques rock que j'ai commencé à édifier m'a montré que les membres de ces groupes se construisaient mentalement en luttant contre et avec les contraintes sociales et culturelles de leur espace de vie. Les résultats de ces luttes diversifiées *dépendent de nombreuses variables de contexte ou de statut* (appartenance urbaine, niveaux socio-économiques, attentes de réussite scolaire, attributions internes d'un don collectif ou individuel, représentations sociales des vocations professionnelles, emprise des modèles Olympiens de réussite, etc.). Le *devenir minoritaire* est alors un segment essentiel sur lequel le psychosociologue peut travailler et qu'il peut articuler avec les recherches expérimentales sur l'influence des minorités. La psychologie sociale peut enfin s'édifier comme science politique majeure parce que les modèles d'analyse des comportements en société ne peuvent contourner le problème de *l'intériorisation/recréation/représentation* des idéologies et connaissances qui s'édifient à côté, au-dessus ou en dépit des groupes et des individus qui continuent à rêver le social et à socialiser leurs rêves tant bien que mal. Par l'ancienneté de son questionnement sur ce domaine et l'évolution des sociétés modernes vers une intégration plus opérationnelle des acquis des sciences humaines, la psychologie sociale est appelée à un rôle certain dans l'analyse de la régulation sociale et la sophistication des manipulations de la société sur elle-même. Et quand l'on parle de manipulation de la société sur elle-même, on aura surtout tendance à se référer à l'activité de réélaboration cognitive et sociale des minorités en général.

¹⁴ MUGNY, G. et PEREZ, J.A., 1986, *Le Déni et la Raison. Psychologie de l'impact social des minorités*. Cousset. Del Val.