



Psychologie sociale

Cours et exercices corrigés

Alain Cerclé
Alain Somat

DUNOD

Maquette de couverture :
Atelier Didier Thimonier

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée. Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Dunod, 2021

11 rue Paul Bert - 92240 Malakoff
ISBN 978-2-10-081296-7

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

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



Table des matières

AVANT-PROPOS	XIII
--------------------	------

COURS

CHAPITRE 1 HISTORIQUE ET MÉTHODES	3
<i>1. Introduction : qu'est-ce que la psychologie sociale ?</i>	5
<i>2. Un peu d'histoire</i>	6
2.1. De la psychologie des foules à la fondation de la psychologie sociale	6
2.1.1. <i>La psychologie des foules</i>	6
2.1.2. <i>L'inter-psychologie et la naissance de la société moderne</i>	7
2.2. Les débuts de la psychologie sociale expérimentale	8
2.2.1. <i>Triplet et la facilitation sociale (1897)</i>	8
2.2.2. <i>L'effet Ringelman et la paresse sociale</i>	10
2.3. La théorie béhavioriste	11
2.4. La théorie cognitive	11
<i>3. Comparaison de la psychologie sociale avec d'autres disciplines</i>	12
3.1. Psychologie sociale et sociologie	12
3.2. Psychologie sociale et psychologie générale	12
3.3. La psychologie sociale, une discipline récente	13

4. La méthode en psychologie sociale	13
4.1. Les méthodes d'observation : une évolution certaine et récente	13
4.2. La méthode expérimentale	14
4.2.1. Les problèmes de l'expérimentation : le biais de l'expérimentateur ...	15
4.2.2. Les problèmes de l'expérimentation : la sélection des sujets	16
Lectures conseillées	16
CHAPITRE 2 LE GROUPE	17
1. Introduction : Le groupe : de l'objet de science au paradigme	19
1.1. La pensée groupale	19
1.2. Les théories freudiennes du groupe	19
1.3. Les approches individualistes	20
1.4. L'interdépendance et le comportement individuel	20
1.5. Au-delà du seul niveau interpersonnel d'explication	21
2. Qu'est-ce qu'un groupe?	22
2.1. Les définitions du groupe	22
2.1.1. La diversité des ensembles sociaux : éléments de description sociologique	23
2.1.2. Les définitions fonctionnelles et dynamiques du groupe	24
2.1.3. Les dimensions sociocognitives du groupe : la catégorisation sociale et l'autocatégorisation	27
2.2. Les différents groupes	28
2.2.1. Le groupe restreint	28
2.2.2. Les groupes selon leur degré de formalisme et d'intimité	28
2.2.3. Les groupes d'appartenance et de référence	29
2.2.4. Les diverses modalités d'affiliation au groupe (membership)	30
2.2.5. Le groupe et la foule : des conceptions renouvelées	31
2.2.6. Les groupes « agrégat » et les groupes « collection »	32
2.2.7. Les groupes et les réseaux	32
Lectures conseillées	35
CHAPITRE 3 LES RELATIONS INTERPERSONNELLES	37
1. Approches psycho-individuelles de l'affiliation sociale	39
1.1. La psychanalyse	39

1.2. La théorie de la compatibilité des besoins interpersonnels	39
1.2.1. <i>L'étude empirique des besoins interpersonnels</i>	41
1.2.2. <i>Les limites des approches psycho-individuelles du groupe</i>	41
2. Kurt Lewin et la dynamique des groupes	42
2.1. Le changement des habitudes alimentaires	43
2.2. La théorie des systèmes	45
3. Les mécanismes des interactions interpersonnelles	46
3.1. Les théories de l'interdépendance	46
3.1.1. <i>La cohésion sociale et les tâches supra-ordonnées</i>	46
3.1.2. <i>Les buts de groupe et la similitude intragroupe</i>	47
3.1.3. <i>Les interprétations sociocognitives de l'interdépendance</i>	47
3.2. La théorie de l'échange social	48
3.2.1. <i>Le conflit d'intérêt et la formation des coalitions</i>	49
3.2.2. <i>L'identification au groupe et l'implication des sujets</i>	50
3.3. La théorie de l'équité et le rôle des normes de récompense	51
3.4. Qui se ressemble s'assemble : les théories de la similitude	52
3.5. La théorie de la comparaison sociale	54
3.5.1. <i>L'évaluation de soi par rapport à autrui</i>	54
3.5.2. <i>Le groupe et la « réalité partagée »</i>	57
4. Conflits et négociations dans les groupes	58
4.1. Le désaccord et la confrontation	58
4.2. L'escalade du conflit	60
4.3. La désescalade, la négociation et la résolution du conflit	62
4.4. L'influence des facteurs psycho-individuels et cognitifs sur le conflit	63
Lectures conseillées	64
CHAPITRE 4 L'INTRAGROUPE	65
1. Systèmes de rôles, réseaux de communication et leadership	67
1.1. Les systèmes de rôles et de statuts au sein des groupes	67
1.1.1. <i>La nature et la fonction des rôles sociaux</i>	68
1.1.2. <i>Les conflits de rôles</i>	71
1.1.3. <i>L'assignation de rôle et les jugements d'attribution</i>	72
1.1.4. <i>Les jeux de rôle et le management des impressions</i>	72
1.1.5. <i>Le rôle, le groupe et le soi</i>	73

1.1.6. Les schémas de rôle et l'identité de genre	74
1.2. Les réseaux de communication intragroupe	75
1.2.1. Formes des réseaux et effets de l'indice de centralité	75
1.2.2. L'efficience du réseau de communication et la nature de la tâche	77
1.3. Le leadership	79
1.3.1. Le modèle fonctionnel du leadership	79
1.3.2. Le modèle de contingence du leadership	81
1.3.3. Le modèle du leadership fondé sur l'appartenance au groupe psychologique	82
2. La prise de décision dans les groupes	82
2.1. La prise de décision et le déplacement vers le risque	82
2.2. Les théories explicatives	83
2.2.1. L'hypothèse du leadership	83
2.2.2. L'hypothèse de l'accoutumance/familiarité	83
2.2.3. L'hypothèse de la diffusion de responsabilité	84
2.3. La décision de groupe et l'effet de polarisation	85
Lectures conseillées	86
CHAPITRE 5 L'INTERGROUPE	87
1. Les effets psychosociaux du clivage et de la compétition entre groupes	89
1.1. La compétition intergroupe	89
1.2. Les conséquences du conflit intergroupe	90
1.3. Le conflit intergroupe et le rejet du hors-groupe	91
1.4. Le conflit de groupe et la différenciation intergroupe	92
1.5. La compétition intergroupe et les biais de jugement	93
2. La catégorisation sociale	94
2.1. La catégorisation sans le conflit : le paradigme minimal de groupe	95
2.2. Les appartenances croisées et le biais de favoritisme intragroupe	97
2.3. Les motivations psychologiques du sociocentrisme	98
3. L'identité sociale et le groupe psychologique	99
3.1. Les théories alternatives de l'identité sociale	99
3.2. Identification sociale, mobilité individuelle et changement collectif	100

3.3. Les stratégies des individus dominés et la théorie de l'identité sociale	101
4. L'étude psychosociale des comportements prosociaux	102
4.1. Les déterminants situationnels de l'altruisme	102
4.2. Les variables psychologiques de l'altruisme	103
4.2.1. L'empathie et l'altruisme	103
4.2.2. L'excuse d'incompétence et le comportement altruiste	104
4.2.3. Les humeurs personnelles et l'acte altruiste	105
4.2.4. Le rôle de l'image de la victime	105
4.3. Les motifs égoïstes de l'altruisme	106
4.3.1. La quête de la valorisation de soi et l'altruisme	106
4.3.2. La typologie des altruismes	107
4.3.3. L'altruisme thérapeutique	107
Lectures conseillées	108
CHAPITRE 6 L'INFLUENCE SOCIALE INTRA ET INTERGROUPE ...	109
1. La normalisation	111
1.1. Sherif et l'effet auto-cinétique	112
1.2. De Montmollin et l'effet d'attraction de la tendance centrale d'une distribution	113
1.3. Allport et l'effet modérateur d'autrui sur le jugement	113
1.4. Lewin et la théorie des équilibres quasi stationnaires	114
1.4.1. Une expérience incontournable	115
1.4.2. Quelques éléments explicatifs pour comprendre le changement	116
1.5. La norme selon Newcomb	116
1.6. Définition de la notion de norme	117
1.6.1. Exemples de deux types différents de normes	117
1.6.2. Les caractéristiques de la notion de norme	120
2. Le conformisme	122
2.1. L'effet Asch (1951)	123
2.1.1. La procédure expérimentale	123
2.1.2. Les résultats obtenus	124
2.2. Crutchfield (1955) : un conformisme sans recours à des compères	124
2.3. Les facteurs qui influent sur la conformité	125
2.3.1. Les caractéristiques du groupe	126
2.3.2. La relation entretenue par le sujet naïf avec le groupe majoritaire	128
2.4. Le conformisme : proposition d'une analyse théorique	128

2.4.1. L'influence informationnelle	129
2.4.2. L'influence normative	129
2.5. Conclusion	130
3. L'obéissance	131
3.1. Introduction	131
3.2. Les travaux de Milgram	134
3.2.1. La méthode de base	134
3.2.2. La méthode d'investigation	135
3.2.3. Prévisions des comportements	135
3.2.4. Les expériences	135
3.2.5. Interprétations et analyses	139
3.3. Conclusion	140
4. De la déviance aux minorités actives	141
4.1. Les minorités actives et le changement social	141
4.2. L'action collective contre-normative et les stratégies d'influence de la minorité	143
5. La théorie de l'élaboration du conflit (TEC)	145
5.1. La catégorisation intragroupe de la source d'influence	145
5.2. La catégorisation hors-groupe de la source d'influence	146
Lectures conseillées	146
CHAPITRE 7 ATTITUDES ET CHANGEMENTS DES ATTITUDES ...	149
1. Origine du concept d'attitude	151
1.1. Une distinction entre valeurs et attitudes : les travaux de Thomas et Znaniecki	151
1.2. Le concept d'attitude	152
2. Prédiction des comportements à partir des attitudes	154
2.1. Le paradoxe des attitudes	154
2.2. Validité des attitudes dans la prédiction des comportements	155
2.3. Spécificité des attitudes qui déterminent des comportements	156
3. La communication persuasive	157
3.1. La communication persuasive : la source	158
3.1.1. La crédibilité de la source	159

3.1.2. L'attractivité de la source : l'attraction exercée par la source	161
3.2. La communication persuasive : le message	161
3.2.1. La forme du message	161
3.2.2. Le contenu du message : les appels à la peur	163
3.3. La communication persuasive : le récepteur	166
3.3.1. Importance de la divergence entre la source et le récepteur	166
3.3.2. Les caractéristiques du récepteur	166
3.4. Des modèles cognitifs plus récents	168
4. La soumission forcée : la dissonance cognitive	169
4.1. L'implication psychologique selon Festinger (1957)	169
4.2. Les postulats de base de la théorie	169
4.3. Le taux de dissonance	170
4.3.1. La formule du taux de dissonance	171
4.4. L'expérience princeps : vingt dollars pour un mensonge (Festinger et Carlsmith, 1959)	173
4.5. L'expérimentation de Brehm et Cohen (1962) : un objet d'attitude plus impliquant que l'attitude à l'égard d'une tâche expérimentale	174
4.6. Le jouet interdit (Aronson et Carlsmith, 1963)	175
4.7. Le statut de l'engagement dans le paradigme de la dissonance	176
4.8. Conclusion : dissonance ou apprentissage ?	176
Lectures conseillées	178
CHAPITRE 8 DE LA CONSISTANCE COGNITIVE À L'ATTRIBUTION CAUSALE	179
1. Heider (1958) : de la théorie de l'équilibre aux prémices d'une théorie de l'attribution	181
1.1. La théorie de l'équilibre : une théorie de la consistance parmi d'autres	181
1.2. De l'équilibre à l'attribution causale	183
2. Jones et Davis (1965) : le modèle des inférences correspondantes	184
3. Le modèle de Kelley (1967)	185
3.1. Le modèle du cube attributionnel	185
3.2. Le modèle de la covariation : un modèle probablement trop idéalisé	187
4. La théorie de l'autoperception de Bem (1972)	189

4.1. Une théorie, deux postulats	189
4.2. Les mécanismes d'attribution dans les émotions	189
4.2.1. <i>Insomnie et processus d'attribution (Stroms et Nisbett, 1970)</i>	189
4.2.2. <i>Play-Boy au service de l'expérimentation</i> <i>en psychologie (Valins, 1966)</i>	190
4.2.3. <i>Des lampes pour se croire (Bem, 1972)</i>	191
4.2.4. <i>L'humour est dans le crayon (Strack, Martin et Stepper, 1988)</i>	192
5. Causes internes et causes externes : <i>une distinction importante mais problématique</i>	193
5.1. Problème posé par l'hypothèse de compensation proposée par Heider (1958)	193
5.2. Difficultés pour déterminer si une explication est interne ou externe	194
5.3. Le modèle de Wiener et collègues (1979, 1983, 1985, 1986)	194
5.4. Une nouvelle approche de cette dichotomie (Kruganski, 1975)	195
5.5. En conclusion : interne/externe, une distribution problématique, mais	196
6. Les biais attributifs	197
6.1. Le biais acteur-observateur (Jones et Nisbett, 1972)	197
6.2. Le biais d'autocomplaisance	198
6.3. L'erreur de ligne de base (Kanheman et Tversky, 1973)	198
6.4. L'erreur fondamentale d'attribution	199
7. Quelques éléments pour comprendre ces biais	200
7.1. La motivation comme explication des biais et des erreurs	200
7.2. Interprétations cognitives des biais et des erreurs : les modèles d'attribution en étapes	201
7.2.1 <i>Le modèle de Quattrone (1982)</i>	202
7.2.2 <i>Le modèle de Trope (1986)</i>	202
7.2.3 <i>Le modèle de Gilbert, Pelham et Krull (1988)</i>	203
7.3. Interprétations normatives des biais et des erreurs : la norme d'internalité	206
Lectures conseillées	206
CHAPITRE 9 LES APPLICATIONS DE LA PSYCHOLOGIE SOCIALE	209
1. La psychologie sociale : une discipline appliquée ?	211
2. Psychologie et justice	213

3. Psychologie et santé	216
4. Psychologie et formation professionnelle	218
5. Psychologie et évaluation	219
6. Psychologie et théorie de l'engagement	221
7. Psychologie et alcoologie	222
7.1. Aux origines de la psychologie sociale, considérons la question de l'alcool selon Tarde	222
7.2. Qu'en est-il du rôle des attentes et des croyances sur les effets anxiolytiques de l'alcool?	223
7.3. La théorie de l'auto-handicap est une stratégie autoprotectrice a priori	224
7.4. Les groupes d'entraide et les théories profanes de l'alcoolisme tels que la psychologie sociale les aborde	225
Lectures conseillées	226

QCM - EXERCICES & CORRIGÉS

CHAPITRE 1 HISTORIQUE ET MÉTHODES	231
CHAPITRE 2 LE GROUPE	237
CHAPITRE 3 LES RELATIONS INTERPERSONNELLES	241
CHAPITRE 4 L'INTRAGROUPE	247
CHAPITRE 5 L'INTERGROUPE	251
CHAPITRE 6 L'INFLUENCE SOCIALE INTRA ET INTERGROUPE	255
CHAPITRE 7 ATTITUDES ET CHANGEMENTS DES ATTITUDES	263

CHAPITRE 8 DE LA CONSISTANCE COGNITIVE À L'ATTRIBUTION CAUSALE	271
BIBLIOGRAPHIE	281
INDEX	305



Cours



Sommaire

- ▶ **Chapitre 1. Historique et méthodes..... Page 3**
- ▶ **Chapitre 2. Le groupe..... Page 17**
- ▶ **Chapitre 3. Les relations interpersonnelles Page 37**
- ▶ **Chapitre 4. L'intragroupe..... Page 65**
- ▶ **Chapitre 5. L'intergroupe..... Page 87**
- ▶ **Chapitre 6. L'influence intra et intergroupe Page 109**
- ▶ **Chapitre 7. Attitudes et changements
des attitudes Page 149**
- ▶ **Chapitre 8. L'attribution causale..... Page 179**
- ▶ **Chapitre 9. Les applications de la
psychologie sociale..... Page 209**



**CHAPITRE
1**



***Historique
et méthodes***



Sommaire

- ▶ **1. Introduction :**
Qu'est-ce que la psychologie sociale ?..... Page 5
- ▶ **2. Un peu d'histoire..... Page 6**
- ▶ **3. Comparaison de la psychologie sociale
 *avec d'autres disciplines Page 12***
- ▶ **4. La méthode en psychologie sociale Page 13**
- ▶ **Lectures conseillées Page 16**

1. Introduction : qu'est-ce que la psychologie sociale ?

Les travaux que nous allons présenter s'inscrivent dans le champ de la psychologie sociale. Cette discipline, que certains situent à l'articulation de la psychologie et de la sociologie et que d'autres envisagent comme une sous-discipline de la psychologie générale, est définie par Gergen et Gergen (1981) comme « une discipline où l'on étudie de façon systématique les interactions humaines et leurs fondements psychologiques ». Ces auteurs, non sans pertinence, emploient les termes d'étude systématique qui, selon eux, se réfèrent à au moins trois caractéristiques importantes.

- Le développement d'une théorie : la psychologie sociale tente de décrire et d'expliquer des aspects de la vie sociale à partir de concepts (pensées, affects, attitudes, attentes, règles de fonctionnement).
- L'appui empirique à la théorie : toute proposition théorique doit avoir un soutien empirique recueilli au moyen d'une observation de terrain, de documents sociologiques ou historiques, ou plus particulièrement pour ce qui nous concerne, par des expériences de terrain ou de laboratoire.
- L'encouragement à l'action : les travaux théoriques et empiriques peuvent mener à l'action sociale (pédagogie, formation, intervention, etc.). Sans développer en détail les travaux d'application des grandes théories de la psychologie sociale, soulignons néanmoins qu'il en existe de très convaincants dans le champ du témoignage oculaire (cf. en français, Bertone, Mélen, Py et Somat, 1995). Dans ce domaine, la psychologie scientifique a cherché à mettre au service de la justice une psychologie du témoignage oculaire. Elle a dû ainsi s'intéresser tout autant à celui qui témoigne des événements dont il a été l'observateur, qu'à la nature des informations que le témoin doit restituer. Elle s'est également préoccupée du devenir du témoignage chez ceux qui en deviennent les dépositaires, qu'il s'agisse des policiers, des juges professionnels, ou de ces juges d'un jour que sont les jurés d'une cour d'assises. Ces données ont permis de remettre en cause quelques certitudes relatives aux témoignages d'enfants (davantage crédibles que l'on ne s'y attend), à ceux des policiers (moins sûrs qu'il n'y paraît), ou à ceux des témoins qui affichent une grande confiance en eux (ni plus ni moins exacts que ceux de témoins manquant apparemment de confiance en eux). En outre, les

biais et erreurs que les psychologues ont relevés dans la perception sociale quotidienne ne sont pas absents des témoignages. Ainsi, davantage d'erreurs peuvent être observées lorsque les témoignages portent sur des suspects d'ethnie différente de celle du témoin. Des solutions sont proposées pour améliorer les témoignages, en particulier des techniques de restitutions d'informations stockées en mémoire, des plus traditionnelles, comme l'hypnose, aux plus récentes, directement issues des travaux de la psychologie cognitive. Ces dernières années ont vu naître plusieurs champs d'applications de la psychologie sociale, que ce soit dans le domaine de l'éducation (Guinguouain, 1997), de la formation (Py, Somat et Baillé, 1998), de l'évaluation (Guinguouain, 1999) ou de la santé (Bruchon-Schweitzer et Dantzer, 1994).

La psychologie sociale est aussi définie dans le manuel récent de Myers et Lamarche (1993). Ils la définissent comme « l'étude scientifique de la façon dont les gens se perçoivent, s'influencent et entrent en relation les uns avec les autres ». Cette définition satisfaisante, au regard des théories auxquelles elle se réfère, manque d'insister sur les trois chantiers importants de la psychologie sociale actuelle. En 1992, Monteil, souhaitant faire un état de la discipline en recensant la plupart des travaux des différents laboratoires français, montre qu'il existe en France trois grandes orientations : la cognition sociale, la communication et les représentations sociales. Ce manuel fait volontairement l'impasse sur la notion de représentation sociale et cela pour au moins deux raisons : d'abord parce qu'il existe en langue française d'excellentes présentations de la notion (par exemple Abric, 1994 ; Doise, Clémence et Lorenzi-Cioldi, 1992 ; Moliner, 1996) et ensuite parce que le format d'un ouvrage de 400 pages nous a conduit à faire des choix que nous avons effectués en fonction de nos domaines privilégiés de compétences.

2. Un peu d'histoire

2.1. De la psychologie des foules à la fondation de la psychologie sociale

► 2.1.1. La psychologie des foules

Gustave Le Bon (1841-1931), médecin de formation, sociologue de métier, publie l'un des premiers best-sellers de la psychologie sociale, *La psychologie des foules*, ouvrage dans lequel la foule donne lieu à un abandon de la conscience individuelle de chacun pour céder le pas à une conscience collective. Considérant que l'intelligence et la moralité d'une foule sont inférieures à la moyenne des intelligences et des moralités des individus la constituant, il montre dans quelles mesures les foules, hautement suggestibles aux influences du meneur, sont capables, par

dépersonnalisation (perte du sentiment d'être un individu unique) de ses membres, de comportements violents. Les travaux de Le Bon vont dans le sens de l'idée selon laquelle le social ne peut pas se réduire à l'individu et ne peut s'expliquer que par référence à des phénomènes sociaux et non par des phénomènes individuels.

Au XIX^e siècle, le modèle de l'hypnose et l'irrationalisme dominent l'explication des phénomènes collectifs. Pour décrire ce qui se passe au sein d'une foule, Le Bon (1895) invoque la « loi de l'unité mentale » qui prétend que sous l'influence de certains « excitants » (meneurs, slogans, images suggestives, émotions, etc.), « la personnalité consciente s'évanouit, les sentiments et les idées de toutes les unités sont orientés dans une même direction. Il se forme une âme collective [...] une foule psychologique. Elle forme un seul être et se trouve soumise à la loi de l'unité mentale des foules » (Le Bon, 1895, p. 9). Comme pour confirmer ses premiers propos, il ajoute « l'hétérogène se noie dans l'homogène, et les qualités inconscientes dominent » (Le Bon, 1895, p. 12). Mais, précise-t-il, cette fusion ne se résume pas à la moyenne des qualités singulières, il y a « création de caractères nouveaux » propres à la foule psychologique qui n'exige pas nécessairement un rassemblement physique des personnes. Parmi ces « caractères nouveaux », il nous faut retenir :

- l'apparition chez l'individu d'un « sentiment de puissance invincible lui permettant de céder à des instincts que, seul, il eût forcément réfrénés » ; cette régression instinctuelle est facilitée par l'anonymat offert par la foule et la disparition du sentiment de responsabilité qui en découle ;
- la contagion mentale « d'ordre hypnotique » qui fait que, contrairement à sa nature, l'individu sacrifie son intérêt personnel à l'intérêt collectif ;
- la suggestibilité qui devient l'état psychique dominant du sujet placé dans une foule, il est alors semblable à « l'hypnotisé entre les mains de l'hypnotiseur [...] La personnalité consciente est évanouie, la volonté de discernement abolie » (Le Bon, 1895, p. 14).

► 2.1.2. L'inter-psychologie et la naissance de la société moderne

Contemporain de Le Bon, Tarde reprendra à son compte nombre d'idées reçues sur les phénomènes « d'hypnose sociale » mais il développera aussi une théorie de l'imitation très élaborée et explicitement consacrée à l'analyse des modalités complexes d'influence, de persuasion et d'innovation sociales. Les interactions entre source et cible d'influence sont dans ce cadre étudiées en référence à une « inter-psychologie » qui aborde, dès la fin du XIX^e siècle, la plupart des problèmes de la société moderne : communication et consommation de masse (Moscovici, 1981) ; phénomènes de mode et de tradition comme l'introduction du vin français en Angleterre (1882), « fléaux sociaux » tel l'alcoolisme (Cerclé, 1995). Tarde ne manquera pas de distinguer la notion de « foule » de celle de « public » en

définissant ce dernier comme cible et produit socio-historique de la communication de masse naissante : journaux, réclames, méthodes de propagande politique. En 1898, il semble catégorique : « Je ne puis donc accorder... [au] ... Dr Le Bon que notre âge soit "l'ère des foules". Il est l'ère du public ou des publics, ce qui est bien différent. » Historiquement, Tarde mérite aussi d'être reconnu pour son intérêt précoce pour les groupes restreints : « Les lacunes à combler sont énormes – écrit-il peu avant sa mort survenue en 1904 – en fait de groupes, les foules seules ont attiré les chercheurs [...] Mais il est d'autres groupements que la foule, et encore plus instructifs peut-être : une cour de récréation [...] est pour le psychologue social un champ d'observation fructueux » (cité in Cerclé, 1995, p. 31). En avance sur son temps, Tarde proposera également de différencier les processus d'influence sociale selon qu'ils opèrent à partir de modèles situés à l'extérieur (« exosmose ») ou à l'intérieur (« endosmose ») de la communauté d'appartenance. Nous retrouverons en effet cette préoccupation chez des auteurs modernes tels que Hogg et Turner (1987), lorsqu'ils insistent sur l'importance de la localisation de la source d'influence selon qu'elle est catégorisée comme étant à l'intérieur ou à l'extérieur de la catégorie d'appartenance du sujet-cible (processus d'influence par « référence informationnelle »). Bien que longtemps méconnu en France, Tarde pourrait donc être considéré comme le véritable promoteur de la psychologie sociale.

2.2. *Les débuts de la psychologie sociale expérimentale*

Curieusement, les débuts de la psychologie sociale expérimentale sont marqués par deux expériences aux résultats contradictoires, la facilitation sociale et la paresse sociale.

► 2.2.1. Triplett et la facilitation sociale (1897)

La première expérimentation de Norman Triplett présente un double intérêt. D'abord, il s'agit de l'une des premières expérimentations en psychologie sociale (d'ailleurs, la plupart des auteurs modernes en psychologie sociale situent dans ces dates-là les débuts et les origines de cette discipline). Ensuite, cette expérimentation présente l'intérêt d'ouvrir un vaste champ d'étude, étude de la performance individuelle d'une personne placée en situation d'interaction sociale. Triplett cherchait à savoir, après avoir observé des cyclistes, si la situation de compétition améliorait ou pas la performance de chacun. Pour parvenir à répondre à ce type de question, il conduisit une analyse d'archive faite auprès de plus de 2 000 coureurs de haut niveau ayant participé à des courses de 25 milles (environ 40 kilomètres), et ce dans les trois conditions suivantes.

- Les coureurs devaient disputer ce que l'on appelle une course contre la montre : une distance imposée doit être parcourue le plus rapidement possible.

- Les 40 kilomètres étaient effectués avec un meneur – un autre cycliste non engagé dans la course mais qui doit pédaler à une vitesse rapide et déterminée pour entraîner le coureur.
- Et enfin, les sujets devaient parcourir les mêmes 40 kilomètres mais dans le cadre d'une compétition avec d'autres coureurs.

La question que se posait Triplett était de savoir la condition qui allait donner lieu à la vitesse la plus élevée. Les résultats sont sans appel, puisqu'il a observé par le calcul que, dans la première condition (lorsque les cyclistes parcouraient la distance des 40 kilomètres seuls), les coureurs atteignaient la vitesse moyenne de 39 kilomètres/heure. En présence de leur entraîneur, la vitesse moyenne s'élevait à 50 kilomètres/heure. Et dans la situation de compétition, la vitesse moyenne obtenue était alors de 52 kilomètres/heure. Sans affirmer qu'il existe une différence entre les deux derniers cas (entre 50 et 52 kilomètres/heure), il existe néanmoins une différence massive entre les situations 2, 3 et 1. Les sujets montraient donc une vitesse beaucoup plus élevée dans les deuxième et troisième conditions que dans la première. Il apparaît donc indéniable, au vu de ces premiers résultats, que la performance est considérablement améliorée en présence d'autrui, que ce soit dans le cadre d'une compétition ou dans le cadre d'un simple entraînement en suivant un meneur. Ces premiers résultats étaient particulièrement éloquentes, or Triplett ne pouvait pas être tout à fait certain de ce qu'il avait observé, puisque ce n'était pas les mêmes cyclistes qui avaient participé aux trois types de courses. Il se pouvait donc que les cyclistes participant aux courses contre d'autres soient plus forts, soient de meilleurs cyclistes que ceux participant aux courses contre la montre.

C'est probablement la raison pour laquelle Triplett eut l'idée d'effectuer une recherche de laboratoire afin de déterminer l'effet de la présence d'autrui sur le comportement des participants. La tâche expérimentale relevait de la compétence du pêcheur à la ligne puisqu'il s'agissait d'enrouler le plus rapidement possible un moulinet fixé à une canne à pêche. Après une période de familiarisation avec la tâche (c'est ce que l'on appelle dans les expérimentations la tâche d'entraînement), six essais chronométrés étaient effectués par les sujets, trois se déroulaient de façon individuelle et trois en présence d'autrui, c'est-à-dire en présence d'un autre concurrent. L'auteur présente les résultats pour l'ensemble des sujets et constate que vingt sujets ont été influencés par la présence d'autrui, dix y sont restés indifférents et dix ont été négativement influencés par la présence d'autrui (des autres participants). Ces résultats montrent qu'il existe des différences interindividuelles (c'est-à-dire des différences importantes entre les gens ; certains améliorent leur performance en présence d'autrui, et d'autres, au contraire, se montrent moins performants). En tout état de cause, la performance de la majorité des sujets participant à cette expérimentation s'est sensiblement améliorée en présence d'un autre participant.

► 2.2.2. L'effet Ringelman et la paresse sociale

Max Ringelman est membre de la société nationale d'agriculture et professeur de génie rural à l'Institut national agronomique et, plus spécifiquement, directeur de la station d'essais des machines. Ce n'est donc pas à un psychologue que nous avons affaire, mais plutôt à un agronome. Après avoir mené des recherches sur la force de tractions des bœufs de la race Limousine (1905) et de la race d'Aubrac (1907), Ringelman se lance dans l'étude de la force de traction des humains durant l'année 1883. Il procède à vingt-six séries d'expériences menées auprès des élèves de l'école de Grand-Jouan. Plaçant les individus en situation de tirer sur une corde soit seuls, soit en collaboration avec d'autres individus, Ringelman observe que les individus ont tendance à fournir un moindre effort en présence d'autrui que lorsqu'ils sont seuls. Les résultats obtenus sont rapportés dans le tableau ci-après :

Nombre d'individus	% de force fourni par individu
1	100 %
2	93 %
3	83 %
4	77 %
5	70 %
6	63 %
7	56 %
8	49 %

Tableau 1.1

On le voit, ces résultats sont sans appel puis qu'il apparaît une diminution constante de l'effort fourni par chacun au fur et à mesure que la taille du groupe augmente. Cette observation pour le moins spectaculaire conduit Ringelman (1897, p. 9) à conclure, avec avouons-le une vision un peu mécaniste de l'individu, que, « pour l'emploi de l'homme, comme d'ailleurs des animaux de traits, la meilleure utilisation est réalisée quand le moteur [l'individu] travaille seul : dès qu'on accouple deux ou plusieurs moteurs sur la même résistance, le travail utilisé de chacun d'eux, avec la même fatigue, diminue par suite de manque de simultanéité de leurs efforts ».