



HAL
open science

Représentations sociales et influence sociale

Fabrice Buschini

► **To cite this version:**

Fabrice Buschini. Représentations sociales et influence sociale. In, G. Lo Monaco, S. Delouvé, & P. Rateau (Eds.),. Les représentations sociales. Théories, méthodes et applications, DeBoeck Supérieur, pp.523-534, 2016, 9782807305465. hal-04301042

HAL Id: hal-04301042

<https://hal.science/hal-04301042>

Submitted on 22 Nov 2023

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.

Représentations sociales et influence sociale

Fabrice Buschini, Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3

Les représentations sociales et l'influence sociale occupent une place importante dans le domaine de la psychologie sociale. Ces deux domaines théoriques sont habituellement étudiés et présentés de manière distincte au sein de la discipline et tout semble les opposer. Chacun se focalise sur un objet différent, même s'il s'agit à chaque fois d'une conséquence majeure des interactions humaines, en présentant des façons variées de le considérer et de l'étudier. Le second domaine s'intéresse à l'influence que les individus ou les groupes exercent les uns sur les autres, et le premier à la capacité qu'ils ont de construire des réalités sociales en élaborant socialement un savoir de sens commun. En outre, comparée aux représentations sociales, l'influence sociale bénéficie d'un statut plus conséquent au sein de la psychologie sociale, dans la mesure où elle apparaît comme un domaine de recherche plus classique. Étudiés dès les origines de la discipline, les phénomènes d'influence ont acquis droit de cité dans tous les manuels de psychologie sociale ainsi qu'une reconnaissance internationale par l'intermédiaire des chercheurs désormais célèbres auxquels ils sont associés (Allport, 1920, 1924 ; Sherif, 1935 ; Asch, 1951, 1956 ; Milgram, 1956, 1974 a et b ; mais aussi, parmi d'autres, Deutsch & Gerard, 1955 ; Kelman, 1958, 1961 ; Lewin, 1943). Pour ce qui concerne la théorie des représentations sociales, son introduction dans le champ de la psychologie sociale est plus récente (Moscovici, 1961) et l'ouvrage fondateur n'a été traduit dans la langue actuelle de diffusion scientifique internationale que tardivement (Moscovici, 2008). Cela n'a pourtant pas empêché cette théorie de se diffuser sur tous les continents comme en témoigne le succès des conférences biennales internationales qui lui sont consacrées depuis 1992. Il faut pourtant reconnaître que la théorie s'est répandue essentiellement en Europe et en Amérique latine, qu'elle peine encore à s'imposer sur le continent nord-américain, à l'exception du Québec, et qu'elle ne pénètre qu'avec difficulté la psychologie sociale *mainstream*.

Dans la mesure où la théorie des représentations sociales a pris le contrepied d'une psychologie cognitive dominante pour en pallier les limites (Moscovici, 1986), il est peu étonnant que ce courant dominant lui ait réservé un accueil plus que mitigé. Mais, et nous touchons là à un premier point de rencontre entre les deux domaines, Serge Moscovici n'était pas homme à se conformer aux courants dominants. Au contraire, toute son œuvre témoigne d'un regard original et critique porté sur la société (Buschini & Kalampalikis, 2001), notamment, pour ce qui nous concerne au premier chef, dans sa contribution à la psychologie sociale. Car il a également pris le contrepied de la conception classique de l'influence sociale en introduisant l'étude de l'influence minoritaire dans le champ de la psychologie sociale (Moscovici, 1976b, 1979). En effet, les représentations sociales et l'influence sociale sont deux domaines théoriques de cette discipline sur lesquels Serge Moscovici a travaillé et laissé son empreinte. Mais il ne suffit pas qu'un chercheur travaille sur deux domaines différents de la psychologie sociale pour instaurer entre eux un lien pertinent. Ce n'est pas parce que Leon Festinger, par exemple, a produit deux théories célèbres de la psychologie sociale, la comparaison sociale (1954) et la dissonance cognitive (1957), que ces deux théories entretiennent forcément un lien qui ne soit pas un lien purement contingent. La position défendue dans ce chapitre sera pourtant de montrer que les domaines des représentations et de l'influence sont loin de n'entretenir qu'un simple rapport de contingence dû au fait que Moscovici a élaboré ses deux théories majeures précisément dans ces deux domaines de la psychologie sociale. Au contraire, il s'agira de mettre en lumière qu'influence sociale et représentations sociales entretiennent des rapports qui reposent sur les articulations possibles entre ces deux théories et les processus sociocognitifs sur lesquels elles reposent. Ces

relations peuvent être envisagées de manière systématique en considérant si les processus à l'œuvre dans une théorie peuvent être présents ou générés dans l'autre théorie.

On peut d'abord s'intéresser à la manière dont les représentations sociales produisent de l'influence sociale, avant d'examiner la relation inverse qui consiste à considérer comment différentes représentations sociales de l'influence peuvent s'élaborer. Cependant, pour que le tableau soit complet, il convient également de porter attention à la façon dont les processus d'une théorie sont en mesure d'avoir un impact sur ceux de l'autre. Cela revient à considérer la possibilité d'exercer une influence sur les représentations sociales de manière à les altérer, mais également celle d'utiliser différentes représentations pour générer de l'influence.

L'influence des représentations sociales

Cette mise en relation entre représentations sociales et influence sociale est sans conteste la plus aisée et la plus évidente, puisqu'elle est envisagée dès l'origine de la théorie des représentations sociales. En effet, formulée initialement par Moscovici (1961, 1976a) et diffusée par Jodelet (1989b, 1991, par exemple), la théorie, dans son approche anthropologique initiale (parfois qualifiée de sociogénétique : voir chapitre 1.2), postule que cette « forme de connaissance [de sens commun] socialement élaborée et partagée » que sont les représentations sociales (Jodelet, 1989b, p. 36), influence les individus et les groupes à plusieurs égards.

Dans la mesure où les représentations sociales participent de la construction sociale de la réalité, elles déterminent en grande partie le prisme à travers lequel nous percevons cette réalité. En ce sens, elles constituent le cadre qui nous permet de comprendre et structurer notre environnement social. Ainsi, « l'information qui nous parvient du monde extérieur est façonnée non par la réalité neutre, mais par des théories et des préconceptions implicites, et [...] celles-ci à leur tour façonnent ce monde pour nous » (Moscovici, 1986, p. 52). Ces structures sociocognitives, en modulant la pensée sociale, ont donc un impact sur les systèmes cognitifs des individus et leurs interactions sociales. Cet impact se répercute sur toute la gamme des comportements, allant du physique au symbolique, en passant par le langage. Selon Moscovici (1976a, p. 75), « contribue[r] exclusivement *aux processus de formation des conduites et d'orientation des communications sociales* » serait même la fonction principale des représentations. Même si l'approche structurale des représentations sociales (voir chapitre 1.3) met davantage l'accent sur les comportements et les pratiques (Abric, 1994 ; Rouquette, 1999), l'influence des représentations sur la manière dont les individus et les groupes se conduisent et communiquent, fait consensus, tout comme celle qui s'ensuit sur « les relations des individus à leur environnement physique et social » (Abric, 1994, p. 13). Jodelet (1989b, pp. 36-37) le résume parfaitement dans les termes suivants : « On reconnaît généralement que les représentations sociales, en tant que systèmes d'interprétation régissant notre relation au monde et aux autres, orientent et organisent les conduites et les communications sociales. De même interviennent-elles dans des processus aussi variés que la diffusion et l'assimilation des connaissances, le développement individuel et collectif, la définition des identités personnelles et sociales, l'expression des groupes, et les transformations sociales ».

Le cas du sida offre une des meilleures illustrations de l'influence des représentations sociales sur les comportements et les communications. Les transformations sociales qui ont résulté de l'apparition de cette maladie sont indéniables : « it has changed our lives and our attitudes to sexuality. A world with AIDS can no longer be the world it was before » (Markova & Wilkie, 1987, p. 393). Selon la représentation de la maladie qui est activée, à tendance plutôt morale

et sociale, ou plutôt biologique (Jodelet, 1989b), la nature et l'origine de la maladie peuvent différer considérablement, tout comme les comportements prophylactiques à adopter pour soi-même ou à l'égard des malades. Même s'il est aujourd'hui admis que le virus responsable de la maladie trouve son origine dans une mutation d'un virus simien, différentes représentations de cette maladie, de son origine et des comportements à adopter pour s'en préserver, ont été élaborées dans les premiers temps de la propagation de l'épidémie. D'une punition divine ne touchant que les impies à une arme bactériologique créée dans les laboratoires de services secrets impérialistes, en passant par une maladie issue d'un groupe social ou ethnique particulier, les représentations du sida ont trouvé des ancrages différents (voir chapitres 1.4 et 2.3) selon les groupes où elles se sont élaborées (extrémistes religieux, communistes, ou racistes, respectivement) et les médias qui ont relayé leurs propos (pour une des premières analyses de la presse française, voir Herzlich & Pierret, 1988). La manière de communiquer les éléments de telles représentations, notamment à travers les médias, a une influence certaine sur les comportements et les relations intergroupes. Jodelet nous rappelle que l'analyse pertinente réalisée par Moscovici sur la presse française a montré l'incidence de la communication « au niveau des dimensions des représentations ayant trait à l'édification de la conduite : opinion, attitude, stéréotype sur lesquels interviennent les systèmes de communication médiatiques. Ceux-ci, selon les effets recherchés sur leur audience, présentent des propriétés structurales différentes correspondant à la diffusion, la propagation et la propagande » (Jodelet, 1989b, p. 47).

Même si certaines de ces représentations ont aujourd'hui perdu de leur vigueur, elles n'en ont pas moins laissé des traces tenaces, notamment dans les manières de concevoir les malades et les pratiques prophylactiques. Les explications scientifiques ont beau invalider les plus dangereuses sur le plan de la santé publique (Worobey et al, 2004) et retracer l'historique du passage du virus du singe à l'homme (Worobey et al, 2008 ; Faria et al, 2014), celles-ci persistent dans le sens commun et ont un impact sur les comportements. Natras (2013) mentionne que les individus qui adhèrent à la représentation du sida comme arme biologique, n'ont généralement pas recours au préservatif ni au dépistage pour se prémunir du virus. La position de l'église catholique sur l'usage du préservatif, même si elle ne remet pas officiellement en cause le discours scientifique et s'est quelque peu assouplie ces dernières années (Benoît XVI, 2010), témoigne également de l'influence prégnante des premiers ancrages religieux sur les attitudes et les comportements.

Si l'influence des représentations se repère facilement dans la manière dont les groupes sociaux recommandent, prescrivent ou édictent à leur membres les manières correctes de se comporter face à différents objets, elle peut parfois se révéler plus difficile à reconnaître lorsqu'elle ne transparaît que dans certaines pratiques particulières. Ces pratiques que Jodelet (1986, 1989a) qualifie de « signifiantes » et qui correspondent pour Moscovici (1989) à des « actions représentationnelles », reflètent une influence profonde, dans la mesure où elles peinent à se retrouver dans le discours que les individus tiennent par ailleurs sur l'objet de la représentation. L'exemple des familles d'accueil qui lavent à part le linge et la vaisselle des malades mentaux tout en niant la contagiosité de leur maladie, est à ce titre emblématique. La coexistence de pratiques « instituant » (Jodelet, 1986, 1989a), normativement établies par les groupes, et de pratiques « signifiantes », déclinées de manière plus personnelle, rend compte non seulement du phénomène de polyphasie cognitive décrit par Moscovici (1961, voir aussi Jovchelovitch, 2008), mais aussi des différents niveaux d'influence que les représentations sociales peuvent produire.

Ce dernier point nous invite à envisager maintenant la relation inverse entre représentations sociales et influence sociale, à savoir considérer l'influence sociale comme objet de représentations sociales.

Représentations sociales de l'influence

Sans prétendre à l'exhaustivité, le propos de cette partie sera de montrer qu'il n'y a pas d'influence sociale sans représentations de l'influence sociale. Et que ces représentations ne sont que des émanations des réseaux représentationnels dans lesquels elles s'ancrent et qui sont eux-mêmes le reflet de contextes socio-historiques particuliers qui leur ont donné naissance.

Dans son acception première et son étymologie, l'influence renvoie à un flux émanant des astres et ayant une action sur les êtres et le monde. Cette représentation antique était celle des Grecs anciens qui la tenaient probablement des Sumériens. Une telle représentation sociale de l'influence rend parfaitement compte d'une cosmologie où astronomie et astrologie peinaient alors à se différencier, tout comme les astres et les divinités. Elle peut aujourd'hui sembler désuète, même si nous utilisons toujours des noms divins pour nous référer aux planètes qui nous entourent, ou alors extrêmement visionnaire, si l'on considère notre connaissance actuelle des rayonnements électromagnétiques. Il n'en demeure pas moins que cette représentation est encore rémanente et constitue un ancrage pour l'astrologie actuelle qui, si elle a quelque peu perdu de son caractère magique pour devenir une « superstition secondaire » ou une « semi-croyance », remplit néanmoins la double fonction de soulager les anxiétés de nos sociétés modernes tout en contribuant au maintien d'un ordre social (Adorno, 2000 ; Peretti-Watel, 2002).

Après le Moyen-Âge, du XV^{ème} au XVII^{ème} siècle environ, domine la représentation d'une influence qui déploie son emprise sur des personnes dont la faiblesse devient manifeste en regard des intentions malignes de celui ou celle qui l'exerce. Aux possessions, ensorcellements et envoûtements répondent alors les exorcismes et les chasses aux sorcières, dans un combat destiné ici encore à maintenir en place un ordre social. Pour ce faire, toute forme de déviance est écrasée au moyen de procès et de bûchers à tous les échelons de la société, par les représentants d'un pouvoir politique et religieux centralisé. Si elle peut aujourd'hui paraître anachronique, cette représentation de l'influence survit encore dans le langage (être sous l'influence ou subir l'influence de...) et dans certains milieux ruraux (Favret-Saada, 1977). Pourtant, avec l'avènement des Lumières, annonçant un changement de régime, cette représentation de l'influence va subir des transformations. La médecine va désormais se substituer à la religion pour s'intéresser aux personnes sous influence. Celles-ci sont toujours perçues comme aussi fragiles : elles ne sont plus esclaves de forces malignes, mais le restent d'idées qui leur ont été suggérées. On les cherchera et, forcément, trouvera plus volontiers parmi les femmes (Laurens, 2002, par exemple). L'hypnose (voir par exemple Chertok, 1989) prend progressivement le pas sur les maléfices, et les forces de l'inconscient sur celles du mal. Ce pouvoir de la suggestion se manifeste sur l'individu, mais semble également prompt à se transmettre pour toucher tout un collectif. C'est par ce processus que seront désormais expliqués les cas de possession collective (voir par exemple Paicheler, 1985), tout comme les comportements de foules dont les bouleversements politiques, religieux, scientifiques et techniques ont rendu nécessaire d'étudier la psychologie (voir Le Bon, 1895 ; Tarde, 1901). Cette psychologie des foules marque une étape importante dans l'évolution des représentations sociales de l'influence (Moscovici, 1981), car non seulement elle transpose l'influence de la sphère individuelle à la sphère collective, la dotant de son épithète « sociale », mais annonce un traitement scientifique de ce phénomène.

C'est en partie la prise en compte des effets de la psychologie des foules, et notamment du pouvoir des meneurs sur les masses, qui pousse la psychologie sociale à faire de l'influence

sociale l'un de ses principaux domaines d'études. Dès les années 20 débute l'ascension de meneurs qui, tous affublés d'un nom évoquant leur rôle de guide (*fürher, duce, vojđ*), deviendront de parfaits exemples de l'impact qu'une psychologie des foules appliquée peut avoir sur l'histoire. Face aux transformations dramatiques que subit le monde à partir de cette époque, les psychologues sociaux se doivent d'étudier les formes d'influence découlant de la psychologie des foules : « les événements n'ont-ils pas confirmé ses prévisions, même les plus douteuses ? » (Moscovici, 1981, p. 498).

Différentes formes d'influence sociale sont alors étudiées pour comprendre comment le comportement des individus peut être transformé par les groupes ou les autorités qui en émanent. Sherif (1935), tout d'abord, étudie le processus par lequel nous produisons des normes. Il montre notamment que contrairement aux normes individuelles qui sont sensibles à l'influence des groupes, les normes établies au sein de groupes s'imposent ensuite à leur membres, même si, lors de leur constitution, les suggestions d'individus prestigieux ont alors pu être privilégiées. Vient ensuite le conformisme qui se manifeste lorsque les individus cèdent à la pression que les groupes exercent sur eux pour tendre à l'uniformité. Asch (1951, 1956) montre que le conformisme apparaît même lorsque le groupe est dans l'erreur à propos d'une réalité factuelle non ambiguë, pour peu que ce groupe reste unanime. Certes, tous les individus ne capitulent pas de la même manière, ni avec la même fréquence face à la pression du groupe. Cela dépend notamment de la consistance de la pression du groupe (Asch, 1956, expérience 7, p. 62-63), mais aussi du niveau auquel la pression exercée par le groupe vient altérer l'indépendance des individus. Ceux-ci peuvent en effet perdre leur indépendance soit en agissant comme le groupe par pure complaisance pour éviter tout conflit relationnel, soit parce qu'ils doutent de leur propre jugement face au groupe et se rallient à ce dernier, soit encore parce que la pression est telle qu'ils vont percevoir d'emblée la réalité telle que la présente le groupe. À la même époque, Deutsch et Gerard (1955) insistent également sur des influences de nature différente, l'influence normative et l'influence informationnelle. La première renvoie au désir de se conformer aux attentes du groupe, à ses normes, et la seconde revient à se persuader que l'information présentée par le groupe reflète la réalité. Les modèles duaux de la persuasion (Petty & Cacioppo, 1981, 1986 ; Chaiken, 1980 ; Eagly & Chaiken, 1993) viendront ensuite éclairer les processus cognitifs à la base de ces influences qualitativement différentes. Kelman (1958, 1961) décrira également trois formes d'influence, allant de la moins forte et la plus labile à la plus profonde et la plus durable, qui font écho aux travaux de Asch : la soumission, l'identification et l'internalisation. Mais ce sont finalement les célèbres travaux de Milgram (1974a, 1974b) qui montreront toute l'étendue des conséquences potentielles que peuvent avoir un conformisme ou une soumission qui ne se cantonnent plus au niveau de l'opinion, mais s'étendent au niveau comportemental. Lorsque le comportement remplace les paroles, les conséquences de la soumission à une autorité respectée sont frappantes.

Ces recherches sur l'influence sociale ont toutes en commun de renvoyer à une même représentation sociale du phénomène chez les psychologues sociaux états-uniens. Celle d'une influence contraignante qui, au sein d'une interaction, s'exerce de la composante majeure sur les composantes mineures (du groupe sur les individus, de l'institution sur les citoyens, de l'autorité sur les subordonnés, de la majorité sur les minorités, de la population sur les marginaux, du plus fort (chef, expert, riche, etc.) sur les plus faibles (subordonnés, novices, pauvres, etc.), etc.). Cette représentation de l'influence que Moscovici (1976b, 1979) a qualifiée de fonctionnaliste, reflète les aspirations et le fonctionnement de la société libérale des États-Unis de la seconde moitié du XXème siècle.

Face à l'hégémonie de cette représentation nord-américaine de l'influence sociale au sein de la psychologie sociale, Moscovici développe dans les années 70 un modèle génétique de

l'influence dont il a posé les bases dans sa psychologie des minorités actives (1976b, 1979). Cette nouvelle représentation sociale de l'influence que Moscovici contribue à faire émerger, se nourrit d'un contexte socio-politique européen déjà marqué, au sortir de la seconde guerre mondiale, par l'émancipation de différentes minorités, comme les femmes ou les populations coloniales, puis durablement transformé par les événements français de mai 1968. L'influence sociale n'y est plus considérée comme un processus unidirectionnel qui serait l'apanage des puissants, mais comme le résultat de la résolution d'un conflit, qui peut se faire en faveur des plus forts lorsqu'il reste centré sur des aspects identitaires, ou en faveur des plus faibles lorsque leur style de comportement (Faucheux & Moscovici, 1971) permet de transposer le conflit à un niveau sociocognitif. Dans le premier cas, la comparaison sociale donne l'avantage aux groupes prestigieux, mais ne leur assure qu'une influence momentanée et de surface, car elle fait obstacle à une réelle prise en compte de leur propos. Dans le second cas, il y a dissociation de la comparaison sociale et de la validation des propos minoritaires (Pérez & Mugny, 1989, par exemple). De socio-identitaire, le conflit devient alors sociocognitif, permettant à une influence, certes plus détournée, mais plus profonde et durable, d'apparaître (Moscovici, 1980).

Il peut sembler a priori curieux que la psychologie sociale ait eu à attendre la fin des années 60 pour proposer une représentation de l'influence qui puissent rendre compte d'un phénomène sans lequel les sociétés succomberaient d'immobilisme : le changement social. Cela ne fait pourtant que refléter une fois de plus le fait que les représentations sont indissociables des contextes socio-historiques où elles s'élaborent. Elles doivent être en phase ou en harmonie avec le milieu, les valeurs, l'environnement représentationnel et idéologique des sociétés où elles se développent. Tout comme les innovations minoritaires ne peuvent apparaître que si elles résonnent avec le *zeitgeist*, ce fameux air du temps. De manière similaire, si Moscovici, plus récemment, a dû apporter une précision à sa théorie en décrivant un nouveau type de minorité, les minorités victimaires (Moscovici & Pérez, 2007), c'est qu'en observateur attentif de son époque, il a su repérer leur émergence. Celle-ci s'est produite, ici encore, dans un contexte particulier où se rencontrent la reconnaissance de torts ou de préjudices passés par diverses institutions (le Vatican par rapport à Galilée, la commémoration de la Shoah, etc.) et la réclamation d'une reconnaissance ou de compensations pour ce type de préjudices (génocides arménien, rwandais, cambodgien, etc., réparation pour l'esclavage demandée en 2001 au congrès sur le racisme de Durban).

Le panorama de ces représentations sociales de l'influence est fort incomplet et aisément critiquable. Il est tout d'abord restreint à une culture occidentale et il est très probable que des représentations sociales de l'influence sociale bien différentes aient pu être élaborées et existent dans d'autres cultures (orientale, africaine, etc.). En outre, il s'inspire beaucoup de la recherche en psychologie sociale et, à ce titre, d'aucun pourrait arguer que ce sont davantage des théories scientifiques que des représentations sociales qui sont en jeu. L'influence sociale est certes un objet de recherche scientifique pour la psychologie sociale, mais les théories qui en traitent sont soit si célèbres qu'elles ont échappé à la sphère scientifique pour toucher le domaine public (voir les travaux de Milgram), soit si répandues au sein de la discipline qu'elles sont désormais une forme de connaissance différente des théories initiales. En ce sens, elles sont devenues de véritables représentations sociales au sein même de la communauté scientifique dont on peut se demander combien de membres ont lu les travaux princeps à la base de ces théories. Enfin, de nouvelles formes d'influence sociale, plus contemporaines, seront probablement à la base de nouvelles représentations sociales. Les transformations et innovations techniques ont permis à de nouveaux modes de communication d'apparaître, introduisant ainsi de nouvelles formes d'influence reposant davantage sur l'audience, la présence et l'activité au sein de réseaux, les réactions immédiates et

pseudonymes, que sur la prestance des sources d'influence. La recherche sur l'influence sociale doit se saisir de ces nouvelles formes d'influence, et la recherche sur les représentations sociales du nouveau mode de communication médiatique qu'elles exploitent au côté des trois modes recensés jadis par Moscovici (voir à ce propos Buschini & Lorenzi-Cioldi, 2013).

Comme toute représentation sociale, celles de l'influence évoluent avec le temps et changent en fonction des contextes socio-historiques. Mais n'est-il pas possible d'accélérer cette évolution, de transformer plus rapidement les représentations sociales en tentant d'exercer directement une influence sur elles pour orienter différemment les cadres de référence et les comportements des individus ? En d'autres termes, peut-on exercer une influence sur les représentations sociales pour les transformer ?

Transformer les représentations sociales par l'influence

L'approche structurale est sans conteste celle qui s'est le plus intéressée à la transformation des représentations sociales (voir Guimelli, 1994). Même si l'approche anthropologique a toujours insisté sur la nature dynamique des représentations (Herzlich, 1969, 1986, par exemple), l'approche structurale se prête davantage à une analyse fine des changements représentationnels par le modèle même qu'elle propose des représentations, dont la structure est organisée en un noyau central et des éléments périphériques. Le noyau garantit à la fois la stabilité et le sens d'une représentation, par ses fonctions organisatrice et génératrice (voir chapitre 1.3). Toute transformation au sein de la représentation doit donc l'atteindre pour qu'il s'agisse d'un véritable changement. En effet, des éléments périphériques peuvent varier sans que la représentation ne s'en ressente. Cela leur permet d'ailleurs d'assurer leur fonction de protection du noyau en absorbant les contradictions ou les antagonismes provenant de la confrontation à la réalité sociale et au tissu représentationnel qu'elle génère, au moyen de rationalisations notamment. Cependant, Claude Flament (1987, 1989) a montré que si les perturbations introduites au sein des éléments périphériques d'une représentation sont suffisamment nombreuses et perdurent, son noyau central finit par être affecté par la présence de ces « schèmes étranges » et la représentation s'en trouve transformée. La transformation des représentations provient essentiellement de nouvelles pratiques sociales (Guimelli, 1998, pour une illustration). Elle peut se produire progressivement, selon le processus précédemment décrit, ou brusquement, si les pratiques sont par trop incompatibles avec les éléments du noyau central qui ne résistera alors pas longtemps.

Plus récemment, une nouvelle voie de recherche s'est pourtant intéressée à la possibilité de transformer les représentations sociales par le discours. Elle est née de la collaboration de chercheurs œuvrant dans deux domaines de recherche différents : l'approche structurale des représentations sociales et la théorie de l'élaboration du conflit (Pérez & Mugny, 1993), modèle de l'influence sociale inspiré de la théorie des minorités actives. Ces travaux collaboratifs ont étudié expérimentalement l'impact de processus d'influence sociale sur la dynamique des représentations sociales en partant d'une idée simple : des influences de nature différente ne devraient pas avoir le même impact sur les représentations sociales. Ce sont les premiers à s'être spécifiquement concentrés sur le rapport entre influence sociale et représentations sociales (pour une revue, voir Mugny, Souchet, Codaccioni & Quiamzade, 2008 ; Mugny, Souchet, Quiamzade & Codaccioni, 2009). Des représentations sociales dont la structure est bien connue, celle du groupe d'amis idéal (pour une revue : Mugny, Quiamzade & Tafani, 2001 ; Tafani, Falomir & Mugny, 2000) ou celle de la drogue, ont servi de base à ces travaux. Concernant cette dernière, Tafani, Souchet, Codaccioni et Mugny

(2003) ont comparé les effets d'influences majoritaires et minoritaires (des compères au sein d'un groupe de participants) sur sa structure. Selon la théorie de l'influence minoritaire, une source majoritaire obtient une influence manifeste, visible immédiatement, mais peu persistante, alors qu'une source minoritaire génère une influence latente, généralement différée ou détournée, mais plus durable et profonde. Au niveau de la structure des représentations sociales, cela se manifeste par le fait que seule une influence minoritaire parvient à induire une transformation du noyau central de la représentation. Une influence de type majoritaire, même si elle emporte un accord public immédiat, ne parvient pas à modifier le noyau central de la représentation. C'est exactement ce pattern que trouvent les auteurs. Ainsi, la remise en cause de la dépendance fait disparaître cet élément habituellement central du noyau de la représentation de la drogue, uniquement lorsqu'elle est réalisée par une source minoritaire. En outre, la modification structurelle du noyau central obtenue par une source minoritaire persiste même après dix jours. Cependant, la source minoritaire perd sa capacité à produire une véritable influence lorsqu'une comparaison avec elle représente une menace. C'est ce qui se produit lorsque les auteurs induisent une interdépendance négative avec la source minoritaire et demandant aux participants de répartir une centaine de points entre eux et la source pour évaluer la validité des points de vue respectifs. Cette technique permettant d'induire une indépendance des jugements ou de les rendre négativement interdépendants a été largement employée par le Groupe de Recherche sur l'Influence Sociale à Genève (voir Mugny, Sanchez-Mazas, Roux & Pérez, 1991 ; Pérez & Mugny, 1990, par exemple). Dans la lignée des travaux sur la théorie de l'élaboration du conflit, les recherches vont rapidement délaisser la dimension minoritaire ou majoritaire des sources d'influence pour se concentrer davantage sur leur expertise, tout en continuant à se focaliser sur la menace identitaire qu'une comparaison avec ces sources d'influence peut générer.

Dans un premier paradigme (Mugny, Moliner & Flament, 1997), une étude scientifique, portant sur la satisfaction dans les petits groupes et réalisée par un enseignant-chercheur, est présentée à des étudiants. Les résultats de l'expert, présentés sous forme graphique, soit confirment, soit infirment, le statut d'un élément central (l'absence de hiérarchie) ou périphérique (l'absence de divergence d'opinion) de la représentation du groupe d'amis idéal. Dans le premier cas, les résultats de l'expert concluent que leur présence a un impact positif sur la satisfaction du groupe et, dans le second cas, que c'est leur absence. L'infirmité ou la remise en cause de ces éléments par la source experte produit une influence directe. L'attitude des participants devient en effet plus tolérante à la présence d'une divergence d'opinion ou de l'instauration d'un leadership, pour conclure à la satisfaction d'un groupe d'ami. En revanche, à un niveau indirect, si la remise en cause ne change rien au statut de l'élément périphérique (similarité d'opinion), elle parvient à saper le caractère central de l'égalité dans le groupe d'amis idéal. En effet, la présence de leadership, présentée par un expert comme satisfaisante pour les groupes, ne conduit plus les participants à cesser de voir dans l'objet qu'il considère un groupe d'amis idéal. Le groupe d'ami idéal a donc subi une « restructuration cognitive du champ représentationnel, puisque la croyance en l'égalité perd son statut central » (Mugny, Quiamzade & Tafani, 2001, p. 138). Pour clarifier l'influence de cette source experte sur le noyau central de la représentation, le paradigme expérimental a été modifié.

Tafani, Mugny et Bellon (1999) utilisent un paradigme similaire, mais l'étude précédemment évoquée sur la satisfaction dans les petits groupes se contente de remettre en cause l'égalité statutaire des membres. Les résultats de cette étude sont présentés comme étant soit réversibles, soit irréversibles, au moyen d'un graphique où le lien entre leadership et satisfaction semble soit s'accroître, soit s'inverser, avec le temps. En outre, ils demandent à leurs participants étudiants soit d'évaluer la source en termes de compétence, soit de se comparer à elle de manière interdépendante sur ces mêmes dimensions de compétence

(interdépendance négative). Comme la source est la même dans les quatre conditions, son expertise lui assure une influence directe au niveau de l'attitude qui est similaire. En revanche, au niveau indirect, la condition où le conflit épistémique est maximum (irréversibilité et centration sur la compétence de l'expert) est la seule à induire un changement représentationnel. La présence de leadership n'est pas compatible avec un groupe d'amis idéal lorsque le lien entre leadership et satisfaction est réversible ni lorsque la comparaison avec la source experte est menaçante pour l'identité des participants.

Tout comme dans les travaux classiques sur l'influence minoritaire, on retrouve ici l'idée que seul un conflit sociocognitif épuré de tout conflit socio-identitaire peut générer un véritable changement. Une source d'influence ne peut donc parvenir à changer une représentation sociale, en transformant sa structure, que si elle ne présente aucune menace identitaire pour les individus. C'est ce que montrent les autres études de ce programme de recherches qui ont fait varier la nature des sources d'influence, en comparant expert et étudiant (Mugny, Tafani, Butera & Pigière, 1998), étudiants crédible ou non (Tomei & Mugny, 2003), mais aussi le style autoritaire ou démocratique de la source (Mugny, Quiamzade & Tafani, 2001 ; Mugny, Quiamzade, Pigière, Dragulescu & Buchs, 2002). Cependant, cette dernière dimension montre que les dynamiques à l'œuvre dans ces phénomènes d'influence dépendent de la manière de se représenter tant la source que le contexte de l'interaction. Ainsi, la variété des situations rend difficile l'établissement d'un pattern unique de l'influence et pousse les auteurs à s'en remettre à l'hypothèse de correspondance (voir aussi Buschini, 1998 ; Moscovici & Buschini, 2000). « On ne peut donc faire l'économie du rôle des représentations sociales que les cibles introduisent dans le rapport avec la source, si l'on veut comprendre les chemins possibles du changement d'autres représentations sociales. L'hypothèse de correspondance, tout en s'organisant autour de la menace que le rapport d'influence peut représenter, propose que des représentations sociales déterminent la perception de ce rapport, et partant, son efficacité » (Mugny, Souchet, Codaccioni & Quiamzade, 2008, p. 234).

Les attentes que génèrent les représentations sociales que nous avons des situations d'interaction, ont un impact important sur les processus d'influence sociale. Elles peuvent tout autant conduire à de véritables changements que les bloquer sans délai. Il est donc essentiel de connaître les représentations qui les produisent pour mieux comprendre les phénomènes de changement et d'influence. Mais il est également possible d'envisager d'infléchir ces représentations pour en modifier l'impact et produire de l'influence.

Influencer par la transformation des représentations sociales

La manière dont un groupe social se représente un objet détermine les comportements de ce groupe, tant dans sa manière de communiquer (cf. supra) que dans ses relations avec son environnement physique et social. Dans sa thèse, Abric (1976) montrait déjà que différentes manières de se représenter une même tâche pouvaient induire des interactions allant de la coopération au conflit. Si ces travaux sont restés relativement confidentiels, le phénomène a été plus largement révélé en psychologie sociale par ceux réalisés sur la menace du stéréotype (Steele, 1997 ; Steele & Aronson, 1995). Les performances d'individus peuvent être facilement amoindries lorsqu'elles sont présentées comme portant sur une dimension du stéréotype de leur groupe d'appartenance sur laquelle ils sont réputés faibles. Ainsi, lorsqu'une tâche est représentée comme liée à un stéréotype négatif, l'activation de celui-ci génère une menace sur laquelle les individus se focalisent, ce qui les rend moins performants. Ces travaux montrent à la fois que la manière de se représenter un objet (ici, une tâche) peut être suggérée, et que cela a un impact en termes d'identité sociale (Tajfel & Turner, 1979,

1986). Dans la manière dont les groupes sociaux se représentent un objet, l'ancrage joue un rôle essentiel, non seulement sur le sens que les différents groupes vont attribuer à l'objet, mais également sur la régulation sociale des enjeux identitaires que cela permet d'instaurer entre ces groupes (Buschini & Doise, 2008). Lorsque l'objet de représentation est un groupe social, les enjeux identitaires sont à leur paroxysme et la manière de se représenter ce groupe, que ce soit au sein même du groupe ou au sein d'autres groupes sociaux, a des conséquences encore plus importantes sur l'identité sociale de ses membres. Suggérer certaines façons de se représenter un groupe peut donc avoir un impact important sur les relations intergroupes. À titre d'illustration, Mugny, Souchet, Codaccioni et Quiamzade (2008) mentionnent le processus de psychologisation (Papastamou, 1987) qui permet, par attribution de caractéristiques dispositionnelles négatives à une source minoritaire, de faire échec à son influence. Mais il s'agit davantage d'attribuer des caractéristiques à un groupe que de redéfinir les dimensions sur lesquelles repose l'appartenance à ce groupe. Wakefield et al. (2011) optent pour cette seconde possibilité que Tajfel (1981) rangeait parmi les stratégies créatives permettant aux groupes sociaux d'infléchir les comparaisons sociales en leur faveur. Ces chercheurs manipulent expérimentalement la représentation que des participants écossais se font de leur groupe d'appartenance, à savoir leur groupe national. Leurs travaux montrent qu'amener les participants à concevoir l'appartenance nationale de manière civique, plutôt qu'ethnique, permet davantage d'accepter qu'une personne asiatique soit écossaise, mais aussi les critiques qu'elle exprime sur le groupe d'appartenance. Cela permet également à une personne asiatique d'obtenir davantage d'aide, dans la mesure où les participants lui reconnaissent davantage l'appartenance nationale, même lorsqu'elle se présente comme écossaise seulement de manière implicite. Manipuler la représentation que les individus se font de leur groupe d'appartenance peut donc avoir un impact sur leurs comportements. Mais, tous les groupes d'appartenance ne revêtent pas la même importance pour leurs membres. L'identification à ces groupes joue sans conteste un rôle important, dans la mesure où elle recouvre une dimension d'implication et d'engagement émotionnels (Ellemers, Kortekaas, & Ouwerkerk, 1999) ou de solidarité (Leach et al., 2008). Swann, Gómez, Seyle, Morales, et Huici (2009) montrent que, lorsque les individus ont l'impression de ne faire qu'un avec leur groupe, sans toutefois qu'interviennent de phénomènes de dépersonnalisation, ils sont alors plus enclins à adopter des comportements extrêmes en faveur du groupe. Ce phénomène de fusion des identités personnelle et sociale peut même amener les individus à se déclarer prêts à se sacrifier pour leur groupe ou un groupe proche du leur (Swann, Gómez, Dovidio, Jetten, & Hart, 2010).

Dans la lignée des travaux de Wakefield et al. (2011) et de Swann et al. (2010), nous avons initié un programme de recherche sur l'impact de la représentation du groupe d'appartenance sur l'adoption de comportements extrêmes en faveur de ce groupe. Le principe qui sous-tend ce programme est de suggérer aux participants différentes représentations de leur groupe d'appartenance qui varient en termes d'essentialisme (Medin & Ortony, 1989 ; Yzerbyt, Rocher, & Schadron, 1997) et d'entitativité (Campbell, 1958 ; Yzerbyt, Corneille, & Estrada, 2001). Ou plutôt en termes de naturalité et d'entitativité qui sont désormais considérées comme les deux composantes de l'essentialisme (Haslam, Rothschild, & Ernst, 2000), fréquemment associées à des catégories sociales respectivement imposées et choisies (Demoulin, Leyens, & Yzerbyt, 2006). Selon cette typologie, trois représentations du groupe d'appartenance ont ainsi été utilisées : l'une naturalisante, l'autre entitative et la troisième peu essentielle. Leur impact sur les risques ou les sacrifices que les participants sont prêts à encourir pour leur groupe a ensuite été mesuré. Comme ce programme est en cours de réalisation, nous ne présenterons ici que les résultats d'une étude exploratoire quasi-expérimentale.

L'étude exploratoire a été réalisée au moyen d'un questionnaire administré à 229 participants de nationalité suisse (54,1 % de femmes), âgé de 18 à 79 ans (médiane = 27). Trois variables indépendantes étaient manipulées selon un plan inter-sujets au moyen d'un scénario : la représentation du groupe, l'ouverture du groupe sur l'extérieur et la nature des relations intergroupes, avec respectivement trois, deux et deux modalités. Le scénario demandait aux participants de penser à eux-mêmes comme appartenant « au peuple suisse avec toutes ses caractéristiques, dans un pays au carrefour de l'Europe, avec laquelle il était en compétition économique ». Selon les conditions, le peuple suisse avec ses caractéristiques devenait la nation suisse avec ses valeurs ou la communauté suisse avec ses habitudes, déclinant des représentations respectivement naturalisée, entitative et peu essentialiste du groupe d'appartenance. Le pays au carrefour de l'Europe devenait encerclé par l'Europe dans la condition fermeture. La compétition devenait coopération dans la condition du même nom. La suite du questionnaire contenait 28 items provenant de différentes échelles (orientation à la dominance sociale, autoritarisme de droite, dogmatisme et méritocratie), 10 items d'identification au groupe (Brown et al. 1986), et 7 autres portant sur les comportements que les participants étaient prêts à adopter en faveur de leur groupe (se battre en cas de menace sur un membre du groupe ou d'insulte au groupe, aider un membre à se venger en cas d'insulte, blesser les autres pour protéger le groupe, être prêt à tout (y compris sacrifier sa vie) pour sauver un membre ou le prestige du groupe). Comme l'orientation politique des participants n'était pas répartie de manière régulière selon les conditions, cette variable a été contrôlée en l'introduisant comme covariable dans les analyses de variance. Alors qu'aucun effet n'est constaté sur l'identification au groupe, l'analyse de covariance réalisée sur l'extrémisme du comportement (une seule dimension obtenue par analyse en composantes principales ; alpha de Cronbach = .88), montre à la fois un effet de la covariable ($F(1/202) = 49.15, p < .001, \eta^2_p = .19$) et une interaction tendancielle de la représentation du groupe et de la compétition ($F(2/202) = 2.42, p < .1, \eta^2_p = .023$). Plus les participants se déclarent de droite et plus ils sont prêts à se comporter de manière extrême pour le groupe ou ses membres ($b = .37$). La décomposition de l'interaction montre que la représentation du groupe n'a pas d'effet sur les comportements extrêmes dans un contexte de coopération ($F(2/202) < 1, ns, \eta^2_p = .006$; $Ms = 2.43, 2.31$ et $2.46, SEs = .22, .20$ et $.21$, respectivement pour représentation naturalisée, entitative et peu essentialiste), mais qu'elle en a un dans un contexte de compétition ($F(2/202) = 3.24, p < .05, \eta^2_p = .031$; $Ms = 2.85, 2.50$ et $1.98, SEs = .22, .22$ et $.22$). L'analyse des contrastes indique qu'il s'agit d'un effet linéaire ($t(202) = 2.39, p = .02, \eta^2_p = .027$) : plus la représentation du groupe suggérée est essentialisée dans le sens d'une naturalisation, plus les participants se déclarent prêts à prendre des risques en faveur du groupe, même si la prise de risque reste faible sur une échelle en 7 points.

Ces résultats montrent qu'en définissant un groupe d'appartenance de différentes manières, c'est-à-dire en infléchissant la façon qu'ont ses membres de se le représenter, il est possible d'avoir un impact sur leur perspective d'adopter des comportements risqués (violences, sacrifices, etc.) en faveur de ce groupe et de ceux qui le composent. Ici encore, les éléments de la représentation d'un groupe qui sont mis en exergue, ont une influence sur les membres de ce groupe, non plus sur les critères d'intégration au sein du groupe, mais directement sur l'extrémisme des comportements de ses membres. Bien entendu, il est nécessaire d'approfondir la compréhension de ce phénomène, tant sur la nature des dimensions utilisées pour infléchir la représentation (centralité, évaluation, définition des éléments ; voir le modèle bidimensionnel de Moliner (1994), par exemple) que sur les processus médiateurs probables (identification au groupe, engagement, etc.). De même, il convient de s'interroger sur les applications de ces stratégies d'influence, selon qu'elles sont mises en œuvre au sein même des groupes ou à l'extérieur. Être attentif aux tentatives qui sont faites d'orienter les représentations des groupes est crucial, qu'il s'agisse de l'endo-groupe ou des exo-groupes, en

raison des conséquences sur les relations intergroupes et les identités sociales. Intervenir sur les représentations des groupes revient en effet toujours à agir sur la dynamique des rapports sociaux. Ce sont des actes véritablement politiques qui retentissent sur la définition des groupes et des catégories sociales et participent de la construction incessante de la réalité sociale. Car se définir revient à définir l'autre, et inversement. Comme le relève parfaitement Licata (2001), en s'inspirant d'une étude de Reicher et Hopkins (1996), le chercheur doit être attentif à l'utilisation à grande échelle de ces pratiques : « Il s'ensuit qu'il faut étudier la manière dont les discours politiques définissent les catégories sociales [...] et dont ils parviennent éventuellement à imposer, à travers la communication de masse, une représentation particulière de la manière dont la réalité sociale est structurée » (p. 51).

Conclusion

Trop souvent considérés comme des phénomènes spécifiques relevant de domaines à part et indépendants, les représentations sociales et l'influence sociale entretiennent pourtant des rapports étroits que la psychologie sociale gagnerait à étudier. C'est ce que ce chapitre s'est attaché à montrer. Dans un premier temps, chacun des phénomènes a été appréhendé à travers le prisme de l'autre. La propension des représentations sociales à produire de l'influence et celle de l'influence à devenir objet de représentation ont ainsi été rappelées. Mais, au delà des fonctions des représentations sociales dont l'une, relevant d'une dimension pragmatique, est précisément d'influencer, notamment en produisant des cadres ou des guides tant pour les communications que pour les comportements, et nonobstant le fait que l'influence sociale, comme tout phénomène scientifiquement étudié, produit des représentations sociales de l'influence qui lui sont substituées, les deux phénomènes peuvent s'articuler plus intimement. C'est cette articulation qui a ensuite été illustrée en adoptant deux perspectives. La première est celle qui a été privilégiée au sein d'un programme de recherches collaboratif articulant la théorie de l'élaboration du conflit et celle du noyau central. Une recension des travaux produits a permis de mettre en évidence que la structure des représentations sociales pouvait être modifiée sous l'action d'une influence de type minoritaire ou sous l'effet d'un conflit sociocognitif, à condition toutefois que la représentation du contexte d'influence n'induisse pas de menace pour l'identité sociale. Il s'agit là d'une limite aux tentatives volontaires de transformer les représentations sociales et ces travaux concluent d'eux-mêmes que la nature de l'influence (manifeste mais momentanée vs latente mais durable) dépend de la représentation de la situation d'influence. Ils suggèrent donc de prendre en compte ce type de représentations. La seconde perspective adoptée s'intéresse précisément à l'influence qui peut être produite à travers les représentations de situations d'influence, et donc d'interactions sociales. Les travaux présentés montrent clairement que, selon les éléments mis en avant de la représentation d'un groupe social, et notamment d'un groupe d'appartenance, les comportements des membres de ce groupe vont différer. Plus particulièrement, rendre saillante une dimension relevant de l'essence des groupes, en suggérant simplement de considérer une de leurs caractéristiques, soit naturelles, soit entitatives, peut avoir un impact sur la tolérance ou l'extrémisme des comportements de ses membres.

Les développements théoriques que l'investigation de ce phénomène laisse augurer, requièrent des chercheurs un investissement qui ne saurait néanmoins faire l'économie d'une réflexion éthique sur leurs applications, dans le domaine politique notamment.

Références bibliographiques

- Abric, J. C. (1976). *Jeux, conflits et représentations sociales*. Thèse de Doctorat d'État, Université de Provence, Aix en Provence.
- Abric, J. C. (1994). *Pratiques sociales et représentations*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Adorno, T. W. (2000). *Des Étoiles à terre. La rubrique astrologique du « Los Angeles Times »*. Étude sur une superstition secondaire. Paris: Exils (édition anglaise 1994).
- Allport, F. H. (1920). The influence of the group upon association and thought. *Journal of Experimental Psychology*, 3(3), 159–182.
- Allport, F. H. (1924). *Social Psychology*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Asch, S.E. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgments. In H. Guetzkow (Ed.), *Groups, leadership and men; research in human relations. Reports on research sponsored by the Human Relations and Morale Branch of the Office of Naval Research, 1945-1950* (pp. 177-190). Pittsburgh: Carnegie Press.
- Asch, S.E. (1956). Studies of independence and conformity : I. A minority of one against a unanimous majority. *Psychological Monographs : General and Applied*, Vol. 70, 416, 9, 1-70.
- Benoît XVI (2010). *Lumière du monde. Le pape, l'Église et les signes des temps : un entretien avec Peter Seewald*. Paris : Bayard.
- Buschini, F. (1998). L'impact de messages aux styles d'expression positif ou négatif en fonction du statut minoritaire ou majoritaire de la source d'influence. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 39, 9-22.
- Buschini, F., & Doise, W. (2008). Ancrages et rencontres dans la propagation d'une théorie. In É. Lage, B. Madiot & A. Arruda (Eds.), *Une approche engagée en psychologie sociale : l'œuvre de Denise Jodelet* (pp. 13-25). Saint-Agne: Éditions Erès.
- Buschini, F., & Kalampalikis, N. (Eds.). (2001). *Penser la vie, le social, la nature. Mélanges en l'honneur de Serge Moscovici. Papers in honour of Serge Moscovici*. Paris: Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- Buschini, F., & Lorenzi-Cioldi, F. (2013). Représentations sociales. In L. Bègue & O. Desrichard (Eds.), *Traité de psychologie sociale. La science des interactions humaines* (pp. 393-415). Bruxelles: De Boeck Supérieur.
- Campbell, D. T. (1958). Common fate, similarity, and other indices of the status of aggregates of persons as social entities. *Behavioural Sciences*, 3(1), 14–25.
- Chaiken, S. (1980). Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(5), 752-766.
- Chertok, L. (1989). *L'hypnose*. Paris: Payot (édition remaniée et augmentée).
- Demoulin, S., Leyens, J. P., & Yzerbyt, V. (2006). Lay theories of essentialism. *Group Processes & Intergroup Relations*, 9(1), 25-42.

- Deutsch, M., & Gerard, H. B. (1955). A study of normative and informational social influences upon individual judgment. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51, 3, 629-636.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993) (Eds). *The psychology of attitudes*. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich.
- Ellemers, N., Kortekaas, P., & Ouwerkerk, J. W. (1999). Self-categorisation, commitment to the group and group self-esteem as related but distinct aspects of social identity. *European Journal of Social Psychology*, 29(2-3), 371-389.
- Faria, N. R., Rambaut, A., Suchard, M. A., Baele, G., Bedford, T., Ward, M. J., Tatem, A. J., Sousa, J. D., Arinaminpathy, N., P  pin, J., Posada, D., Peeters, M., Pybus, O. G., & Lemey, P. (2014). The early spread and epidemic ignition of HIV-1 in human populations. *Science*, 346(6205), 56-61.
- Faucheux, C., & Moscovici, S. (1971). Le style de comportement d'une minorité et son influence sur les réponses d'une majorité. In C. Faucheux et S. Moscovici (Eds.), *Psychologie sociale théorique et expérimentale* (pp. 343-372). Paris: E.P.H.E. et Mouton.
- Favret-Saada, J. (1977). *Les mots, la mort, les sorts. La sorcellerie dans le Bocage*. Paris: Gallimard.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Evanston, Ill.: Row and Peterson.
- Flament, C. (1987). Pratiques et représentations sociales. In J. L. Beauvois, R. V. Joule & J. M. Monteil (Eds.), *Perspectives cognitives et conduites sociales* (pp. 143-150). Cousset : Delval.
- Flament, C. (1989). Structure et dynamique des représentations sociales. In D. Jodelet (Ed.), *Les représentations sociales* (pp. 204-219). Paris: Presses Universitaires de France.
- Guimelli, C. (1994) (Ed.). *Structures et transformations des représentations sociales*. Neuchâtel: Delachaux et Niestlé.
- Guimelli, C. (1998). *Chasse et Nature en Languedoc :   tude de la dynamique d'une représentation sociale*. Paris: L'Harmattan.
- Herzlich, C. (1969). *Santé et maladie, analyse d'une représentation sociale*. Paris-La Haye: Mouton.
- Haslam, N., Rothschild, L., & Ernst, D. (2000). Essentialist beliefs about social categories. *British Journal of Social Psychology*, 39, 113-127.
- Herzlich, C. (1986). Représentations sociales de la santé et de la maladie et leur dynamique dans le champ social. In W. Doise & A. Palmonari (Eds.), *L'étude des représentations sociales* (pp. 157-170). Neuchâtel: Delachaux et Niestlé.
- Herzlich, C., & Pierret, J. (1988). Une maladie dans l'espace public : le sida dans six quotidiens français. *Annales. Economie, Sociétés, Civilisations*, 5, 1109-1134.
- Jodelet, D. (1986). Fou et folie dans un milieu rural français : une approche monographique. In W. Doise & A. Palmonari (Eds.), *L'étude des représentations sociales* (pp. 171-192). Neuchâtel: Delachaux et Niestlé.
- Jodelet, D. (1989a). *Folies et représentations sociales*. Paris: Presses Universitaires de France.

- Jodelet, D. (1989b). Représentations sociales : un domaine en expansion. In D. Jodelet (Ed.), *Les représentations sociales* (pp. 31–61). Paris: Presses Universitaires de France.
- Jodelet, D. (1991). Représentations sociales. In H. Bloch, R. Chemama, A. Gallo, P. Leconte, J.-F. Le Ny, J. Postel, S. Moscovici, M. Reuchlin & E. Vurpillot (Eds.), *Grand dictionnaire de la psychologie* (pp. 668-672). Paris: Larousse.
- Jovchelovitch, S. (2008). The rehabilitation of common sense: Social representations, science and cognitive polyphasia. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 38(4), 431-448.
- Kelman, H. C. (1958). Compliance, identification and internalization: Three processes of attitude change. *Journal of Conflict Resolution*, 2, 51-60.
- Kelman, H. C. (1961). Processes of opinion change. *Public Opinion Quarterly*, 25, 57-78.
- Laurens, S. (2002). Construction sociale des formes de l'Hystérie. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 54, 13-22.
- Le Bon, G. (1895). *Psychologie des foules*. Paris: Félix Alcan (réédition PUF, collection Quadrige : 1991).
- Leach, C. W., van Zomeren, M., Zebel, S., Vliek, M. L. W., Pennekamp, S. F., Doosje, B., Ouwerkerk, J. W., & Spears, R. (2008). Group-level self-definition and self-investment: A hierarchical (multicomponent) model of in-group identification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(1), 144-165.
- Lewin, K. (1943). Forces behind food habits and methods of change. *Bulletin of the National Research Council*, CVIII, 35–65.
- Licata, L. (2001). *Identités représentées et représentations identitaires : effets des contextes comparatif et sociopolitique sur la signification psychologique des appartenances géopolitiques*. Thèse de doctorat, Université Libre de Bruxelles, Bruxelles.
- Markova, I., & Wilkie, P. (1987). Representations, concepts and social change: The phenomenon of AIDS. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 17(4), 389–409.
- Medin, D., & Ortony, A. (1989). Psychological essentialism. In S. Vosniadou & A. Ortony (Eds.), *Similarity and analogical reasoning* (pp. 179–195). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Milgram, S. (1956). Group pressure and action against a person. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 25, 115-129.
- Milgram, S. (1974a). *Obedience to authority : an experimental view*. New York: Harper & Row.
- Milgram, S. (1974b). *Soumission à l'autorité*. Paris: Calman-Lévy.
- Moliner, P. (1994). Les deux dimensions des représentations sociales. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 2, 73-86.
- Moscovici, S. (1961). *La Psychanalyse, son Image et son Public. Étude sur la représentation sociale de la psychanalyse*. Paris: Presses Universitaires de France
- Moscovici, S. (1976a). *La psychanalyse son image et son public*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Moscovici, S. (1976b). *Social influence and social change*. London: Academic Press.
- Moscovici, S. (1979). *Psychologie des minorités actives*. Paris: Presses Universitaires de France.

- Moscovici, S. (1980). Toward a theory of conversion behavior. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 13 (pp. 209-239). New York: Academic Press.
- Moscovici, S. (1981). L'âge des foules. Un traité historique de psychologie des masses. Paris: Fayard.
- Moscovici, S. (1986). L'ère des représentations sociales. In W. Doise & A. Palmonari (Eds.), *L'étude des représentations sociales* (pp. 34-80). Neuchâtel: Delachaux et Niestlé.
- Moscovici, S. (1989). Préface. In D. Jodelet (Ed.), *Folies et représentations sociales* (pp. 9-30). Paris: Presses Universitaires de France.
- Moscovici, S. (2008). *Psychoanalysis: its image and its public*, translated by D. Macey with an introduction by G. Duveen. Cambridge: Polity Press.
- Moscovici, S., & Buschini, F. (2000). Les communications biaisées sont-elles plus efficaces que les communications non biaisées ? *Journal de Psychologie. Académie des Sciences de Russie*, 21(3), 20-33.
- Moscovici, S., & Pérez, J. A. (2007). A study of minorities as victims. *European Journal of Social Psychology*, 37(4), 725-746.
- Mugny, G., Souchet, L., Codaccioni, C., & Quiamzade, A. (2008). Représentations sociales et influence sociale. *Psychologie Française*, 53(2), 223-237.
- Mugny, G., Souchet, L., Quiamzade, A., & Codaccioni, C. (2009). Processus d'influence sociale et représentations sociales. In P. Rateau & P. Moliner (Eds.), *Représentations sociales et processus sociocognitifs* (pp. 123-149). Rennes: Presses universitaires de Rennes.
- Mugny, G., Quiamzade, A., & Tafani, E. (2001). Dynamique représentationnelle et influence sociale. In P. Moliner (Ed.), *La dynamique des représentations sociales : pourquoi et comment les représentations se transforment-elles ?* (pp. 123-161). Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Mugny, G., Quiamzade, A., Pigièrè, D., Dragulescu, A., Buchs, C. (2002). Self-competence, interaction style and expert social influence: toward a correspondence hypothesis. *Swiss Journal of Psychology*, 61, 153-166.
- Mugny, G., Tafani, E., Butera, F., & Pigièrè, D. (1998). Contrainte et dépendance informationnelles: influence sociale sur la représentation du groupe d'amis idéal. *Connexions*, 72, 55-72.
- Mugny, G, Moliner, P., & Flament, C. (1997). De la pertinence des processus d'influence sociale dans la dynamique des représentations sociales. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 10(1), 31-49.
- Mugny, G., Sanchez-Mazas, M., Roux, P., & Pérez, J. A. (1991). Independence and interdependence of group judgments: Xenophobia and minority influence. *European Journal of Social Psychology*, 21(3), 213-223.
- Nattrass, N. (2013). Understanding the origins and prevalence of AIDS conspiracy beliefs in the United States and South Africa. *Sociology of Health and Illness*, 35(1), 113-129.
- Paicheler, G. (1985). *Psychologie des influences sociales : contraindre, convaincre, persuader*. Neuchâtel: Delachaux & Niestlé.

- Papastamou, S. (1987). Psychologisation et résistance à la conversion. In S. Moscovici & G. Mugny (Eds.), *Psychologie de la conversion. Études sur l'influence inconsciente* (pp. 197-217). Cousset: DelVal.
- Peretti-Watel, P. (2002). Sous les étoiles, rien de nouveau ? L'horoscope dans les sociétés contemporaines. *Revue Française de Sociologie*, 43(1), 3-33.
- Pérez, J. A., & Mugny, G. (1989). Discrimination et conversion dans l'influence minoritaire : le modèle de la dissociation. In J. -L. Beauvois, R. -V. Joule, & J. -M. Monteil (Eds.), *Perspectives cognitives et conduites sociales* (Vol. 2, pp. 47-66). Cousset: Delval
- Pérez, J. A., & Mugny, G. (1990). Changement d'attitude, crédibilité et influence minoritaire : interdépendance et indépendance de la comparaison sociale. *Schweizerische Zeitschrift für Psychologie / Revue Suisse de Psychologie*, 49(3), 150-158
- Pérez, J. A., & Mugny, G. (1993). La théorie de l'élaboration du conflit. In J. A. Pérez & G. Mugny (Eds.), *Influences sociales. La théorie de l'élaboration du conflit* (pp. 27-49). Neuchâtel et Paris: Delachaux et Niestlé.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1981). *Attitudes and persuasion: Classic and contemporary approaches*. Dubuque, IA: Wm. C. Brown.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. New York: Springer-Verlag.
- Reicher, S., & Hopkins, N. (1996). Self-category constructions in political rhetoric; an analysis of Thatcher's and Kinnock's speeches concerning the British miners' strike (1984-5). *European Journal of Social Psychology*, 26(3), 353-371.
- Rouquette, M. L. (1999). Représentations sociales. In H. Bloch, R. Chemama, E. Dépret, A. Gallo, P. Leconte, J.-F. Le Ny, J. Postel & M. Reuchlin (Eds.), *Grand dictionnaire de la psychologie* (pp. 800-801). Paris: Larousse-Bordas, réédition 2000.
- Sherif, M. (1935). A study of some social factors in perception. *Archives of Psychology*, 27(187), 1-60.
- Steele, C. M. (1997). A threat in the air: How stereotypes shape intellectual identity and performance. *American Psychologist*, 52(6), 613-629.
- Steele, C. M., & Aronson, J. (1995). Stereotype threat and the intellectual test performance of African-Americans. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(5), 797-811.
- Swann, W. B., Jr., Gómez, A., Dovidio, J. F., Jetten, J., & Hart, S. (2010). Dying and killing for one's group: Identity fusion moderates responses to intergroup versions of the trolley problem. *Psychological Science*, 21(8), 1176-1183.
- Swann, W. B., Jr., Gómez, A., Seyle, C. D., Morales, J. F., & Huici, C. (2009). Identity fusion: The interplay of personal and social identities in extreme group behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(5), 995-1011.
- Tafari, E., Falomir, J. M., & Mugny, G. (2000). Influence sociale et représentations sociales : études expérimentales sur le groupe d'amis idéal. In J. -L. Beauvois, R. -V. Joule & J. -M. Monteil (Eds.), *Perspectives cognitives et conduites sociales* (Vol. 7, pp. 95-124). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Tafari, E., Mugny, G., & Bellon, S. (1999). Irréversibilité du changement et enjeux identitaires dans l'influence sociale sur une représentation sociale. *Psychologie et Société*, 1, 73-104.

Tafari, E., Souchet, L., Codaccioni, C., & Mugny, G. (2003). Influences majoritaire et minoritaire sur la représentation sociale de la drogue. *Nouvelle Revue de Psychologie Sociale*, 2(3), 343-354.

Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories. Studies in social psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup relation. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Monterey, CA: Brooks-Cole.

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behaviour. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall.

Tarde, G. (1901). *L'opinion et la foule*. Paris: Félix Alcan (réédition PUF: 1989).

Tomei, A., & Mugny, G. (2003). Self-competence, source credibility and social influence on a social representation. *International Review of Social Psychology*, 16(1), 55-70.

Wakefield, J. R. H., Hopkins, N., Cockburn, C., Shek, K. M., Muirhead, A., Reicher, S., & van Rijswijk, W. (2011). The impact of adopting ethnic or civic conceptions of national belonging for others' treatment. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(12), 1599-1610.

Worobey, M., Gemmel, M., Teuwen, D. E., Haselkorn, T., Kunstman, K., Bunce, M., Muyembe, J. J., Kabongo, J. M. M., Kalengayi, R. M., Van Marck, E., Gilbert, M. T. P., & Wolinsky, S. M. (2008). Direct evidence of extensive diversity of HIV-1 in Kinshasa by 1960. *Nature*, 455, 661-664.

Worobey, M., Santiago, M. L., Keele, B. F., Ndjango, J. B. N., Joy, J. B., Labama, B. L., Dheda, B. D., Rambaut, A., Sharp, P. M., Shaw, G. M., & Hahn, B. H. (2004). Origin of AIDS: contaminated polio vaccine theory refuted. *Nature*, 428, 820.

Yzerbyt, V., Corneille, O., & Estrada, C. (2001). The interplay of subjective essentialism and entitativity in the formation of stereotypes. *Personality and Social Psychology Review*, 5(2), 141-155.

Yzerbyt, V., Rocher, S., & Schadron, G. (1997). Stereotypes as explanations: A subjective essentialistic view of group perception. In R. Spears, P. J. Oakes, N. Ellemers, & S. A. Haslam (Eds.), *The social psychology of stereotyping and group life* (pp. 20-50). Oxford, UK & Cambridge, USA : Basil Blackwell.