

RÉSUMÉS – *Abstracts*

Serge MOSCOVICI, *Le regard psychosocial*. Entretien avec Birgitta Orfali

Dans cette interview, Birgitta Orfali interroge Serge Moscovici sur la spécificité du regard psychosocial afin de souligner l'importance, non de théories ou de concepts disciplinaires, mais d'un regard qui permet d'appréhender à la fois l'originalité de la psychologie sociale et son impact sur des domaines autres que seulement scientifiques.

Mots-clés : regard psychosocial, minorités, majorités, communication.

The social psychological triadic model

In this interview Birgitta Orfali asks Serge Moscovici about the specificity of his social psychological triadic model. Rather than to underline disciplinary theories or concepts, the aim of this interview is to inquire how the triadic model permits apprehension both of its originality in social psychology and its impact on larger fields of application that may not be strictly scientific.

Keywords : social psychological triadic model, minorities, majorities, communication.

Ivana MARKOVÁ, *Le dialogisme en psychologie sociale*

Au cours de son histoire, la psychologie sociale en tant que discipline s'est peu intéressée au langage et à la communication. Comme en psychologie, le point de départ de toute investigation a été tout d'abord l'individu ou le soi plutôt que l'interdépendance entre individu et autrui, ou entre *ego* et *alter*. Cet article présente la perspective selon laquelle le dialogisme peut constituer un cadre pour les études en psychologie sociale. Le dialogisme est caractérisé par la capacité de l'être humain à concevoir, créer et communiquer sur les réalités sociales par rapport à autrui, c'est-à-dire par rapport à d'autres individus, d'autres groupes, des communautés et des cultures autres. Les relations dialogiques peuvent se transmettre entre générations à travers la mémoire collective, les institutions et les pratiques sociales. On suggère enfin que la théorie des représentations sociales est conçue sur l'idée de dialogisme.

Mots-clés : dialogisme, *ego/alter*, communication, représentations sociales.

Dialogism in social psychology

During its history social psychology as a discipline has paid relatively little attention to language and communication. Just like in psychology, so in social psychology the starting point of inquiry has been primarily the individual or the self rather than the interdependence between the individual and others, or between the ego and alter. This paper presents the perspective according to which dialogism can serve as a framework for the study of social psychology. Dialogism is characterised here as the capacity of the human mind to conceive, create and communicate about social realities in terms of the “Alter”, i.e. in terms of another individual(s), groups, communities and cultures. Dialogical relations can be transmitted from generation to generation through collective memory, institutions and social practices. It is suggested that the theory of social representations can be conceived as a dialogically based theory.

Keywords: *dialogicity, ego/alter, communication, social representations.*

Michel-Louis ROUQUETTE, *La « communication sociale »: entre pléonasme et subversion*

Pour une certaine psychologie sociale, la société n’a que des effets contextuels (certes plus ou moins importants) sur les processus de traitement de l’information. Ainsi la communication n’est-elle « sociale » que de manière conjoncturelle (elle pourrait finalement ne pas l’être) ou alors banalement pléonastique (elle l’est par définition). Dans cette conception, la cognition individuelle est fondatrice et finalisatrice, première et dernière. Mais nombre de travaux suggèrent au contraire l’équivalence de la communication, de la cognition et de la sociabilité: parler de l’un de ces termes, c’est nécessairement parler des deux autres; travailler l’un, dans le cadre d’un dispositif théorique et/ou empirique rigoureux, c’est nécessairement travailler les deux autres. Il en résulte des effets de connaissance, souvent inattendus et parfois subversifs, de la psychologie sociale.

Mots-clés: communication sociale, propagande, psychologie sociale, rumeurs

The “Social Communication”: between Pleonasm and Subversion

In some social psychology constructs, society holds only contextual influences (admittedly to a greater or lesser degree) over the human information processing. Therefore, communication is considered to be “social” only in a casual manner (it might ultimately not be so at all) or else in a pleonastic one (it is so by its very definition). Yet a number of works conversely suggest the equivalent nature of communication, cognition and sociability: when speaking of one of these terms, we are necessarily referring to the two others; when working with one of them in the framework of a theoretical or empirical apparatus, we are inevitably working with the other two. The consequences of this regard on social psychology are often unforeseen and at times even subversive.

Keywords: *social communication, propaganda, rumors, social psychology.*

Éric LETONTURIER, *Sociologie des réseaux sociaux et psychologie sociale: Tarde, Simmel et Elias*

Présentée comme une alternative aux options holiste et atomiste, la sociologie des réseaux sociaux développe au moyen de différents indices de mesure et techniques de représentation une méthodologie d'analyse structurale des relations sociales. Dans ce cadre, le travail de reconstruction de la généalogie ancienne de ce paradigme a privilégié les références théoriques estimées les plus à même de servir la mobilisation opératoire du réseau comme instrument de mesure, négligeant par là des aspects et développements auxquels cette notion était associée chez certains auteurs retenus, et rejetant d'autres sociologues la plaçant pourtant au cœur de leur pensée. Le présent article s'emploie, à partir des contributions respectives de Tarde, Simmel et Elias à l'émergence du réseau, à examiner le socle psychosociologique qui la fonde, et la conception nouvelle de l'individualisation qu'elle véhicule dans le cadre d'une théorie de l'évolution historique des sociétés.

Mots-clés : réseau, Tarde, Simmel, Elias, individualisation, psychologie sociale.

Social Network Analysis and Social Psychology: Tarde, Simmel and Elias

Presented as an alternative to holistic and atomistic options, social network analysis develops a methodology of structural analysis of social relationships using different measuring indexes and representing techniques. In this framework, the task of reconstructing the old genealogy of this paradigm has privileged theoretical references considered as the most suited for the operating mobilisation of network as a measuring instrument, thus neglecting aspects and developments with which this notion was associated in some selected authors, and rejecting other sociologists who yet place it at the core of their reflection. The present article focuses on examining the psycho-sociological foundation of network analysis, using the respective contributions of Tarde, Simmel and Elias, and the new conception of individualisation which it conveys in the theoretical framework of historical evolution of societies.

Keywords : network, Tarde, Simmel, Elias, individualisation, social psychology.

Sandra JOVCHELOVITCH, *La fonction symbolique et la construction des représentations: la dynamique communicationnelle ego/alter/objet*

Alors que la plupart des recherches sur la psychologie sociale des représentations soulignent les aspects symboliques et communicationnels de ces dernières, une tendance subsiste qui consiste à concevoir les processus représentationnels en termes uniquement cognitifs comme si l'essentiel d'une représentation était articulé à une tentative de re-présenter le monde environnant. L'accent mis sur cette fonction des représentations, qui décalquerait en quelque sorte le monde extérieur, a instillé un courant anti-représentationnel qui a desservi la notion de représentation elle-même. Sur ce point, deux aspects

sont lacunaires: on ne peut rendre compte de la capacité ontogénétique de la représentation et on ne peut saisir sa fonction symbolique. La genèse des représentations montre qu'elles sont organisées en triades dialogiques *ego/alter/objet* articulées à des constructions entre personnes, relations *ego/alter* et monde. En saisissant cette genèse dialogique, on peut consolider les fonctions expressives et dialogiques des représentations qui, conjuguées à sa fonction épistémique sont partie intégrante du processus de construction des savoirs.

Mots-clés: représentation, fonction symbolique, relations dialogiques, relations *ego/alter*.

The Symbolic Function and the Making of Representation: the communicative dynamic between self-other-object

While current research on the social psychology of representations emphasises the symbolic and communicative aspects of representation, there remains a tendency to conceive of representational processes in purely cognitive terms, as if all that is involved in representation is an attempt to re-present the reality of the world outside. This accent on the representational function qua mental replica of the world outside has fuelled an anti-representational stance whose most radical consequence had been the dismissal of the notion of representation. This paper argues that this view fails in two accounts: it cannot provide an ontogenetic account of representation and is unable to engage with its symbolic function. The genesis of representation shows that its foundations are dialogical triads between self-other-object, which shape it as a symbolic construction of persons, self-other relations and world. Understanding this dialogical genesis consolidates the expressive and dialogical functions of representation which, in conjunction with the epistemic function, are integral to the process of knowledge construction.

Keywords: representation, symbolic function, dialogical relations, self-other relations.

Pina LALLI, Représentations sociales et communication

L'étude de la communication nous oblige à aborder l'articulation entre individu et société. Tout en dépassant les métaphores «postales» ou télégraphiques de la transmission de l'information supposant l'existence d'individus isolés, le sociologue Yves Winkin parle d'un «collège invisible» d'auteurs qui nous indiqueraient une approche nous aidant à mieux comprendre les dynamiques concrètes et les enjeux sociaux de la communication. Il faudrait élargir ce «collège» et montrer l'intérêt de l'approche des représentations sociales pour comprendre la construction du sens commun, se rattachant aussi aux travaux d'Alfred Schutz. L'étude de la communication peut ainsi devenir l'analyse d'une ou de plusieurs arènes où se joue une bataille de conquête et d'influence sociale visant à la «bonne définition» d'un sens partagé.

Mots-clés: représentations sociales, sens commun, communication.

Social representations and communication

In the study of communication one must deal with the relationship between the individual and society. The sociologist Yves Winkin suggests the idea of an “invisible college” where different authors converge in overcoming the “postal” or telegraphic model of communication, which is based on the idea of isolated individuals. Instead, they turn towards a constructivist and interactionist approach. In this paper, following Alfred Schutz, I propose to extend this “college” to include the study of social representations and common sense. I then suggest that the analysis of communication can be regarded as the study of the multiple arenas where social groups compete to achieve more opportunities or more power to influence the “good definition” of a socially approved sense.

Keywords: *social representations, common sense, communication.*

Didier COURBET et Marie-Pierre FOURQUET-COURBET, *Les processus psychologiques lors de la création publicitaire*

À travers l'étude du processus de conception des messages publicitaires, l'article met en lumière la pertinence de la psychologie sociale pour étudier la production de la communication médiatique. Une enquête qualitative montre que, pour créer un message, les concepteurs font dialoguer en mémoire de travail des «voix intra-psychiques» incarnant six acteurs de la production publicitaire. En analysant les représentations mobilisées, nous montrons que le processus de création, itératif, articule des procédures de raisonnement inductives, déductives, analogiques ainsi que des traitements heuristiques et automatiques. La création fait également appel à l'imagerie mentale activée en même temps que se réalisent des actes sensori-moteurs de production graphique manuelle. Le processus se termine par une phase où le publicitaire rationalise *a posteriori* ses choix esthético-sémiotiques, notamment au regard des critères d'acceptation de l'annonceur.

Mots-clés: communication médiatique, e-publicité, processus de création, psychologie sociale, persuasion, représentations sociales, théories implicites.

Psychological processes during advertising creation

Drawing on the study of the process involved in advertising messages creation, the article focuses on the relevance of social psychology in analysing the production of media communication. A qualitative investigation shows that in order to create a message, the designers engage in a dialogue in their working memory using “intra-psychic voices”, representing in this case, six actors of the advertising production. Through the analysis of involved representations we establish that the process of creation, which is iterative, structures reasoning procedures which are inductive, deductive and analogical as well as automatic and heuristic.

The creative process also calls on the mental imagery which is activated at the same time as sensory-motor acts of manual graphic production. The process finishes with a phase in which the copywriter rationalizes, with hindsight, his aesthetic and semiotic choices, bearing in mind the advertiser's requirements.

Keywords: *media communication, e-advertising, process of creation, social psychology, persuasion, social representations, implicit theories.*

Fabio LORENZI-CIOLDI, *La rencontre de la psychologie individuelle et de la psychologie sociale*

Le courant de la cognition sociale a conceptualisé plusieurs modèles de la catégorisation décrivant les manières avec lesquelles les individus organisent leurs connaissances sur les groupes sociaux. Les trois principaux modèles – les entités, les prototypes, et les exemplaires – détaillent les caractéristiques formelles du groupe. Cet article présente ces modèles et, en adoptant une perspective psychosociologique, il en souligne une limite importante: leur silence en ce qui concerne les conditions qui en déterminent l'actualisation dans les cognitions individuelles. La conclusion s'attarde sur l'apport de ces modèles qui, dès lors qu'ils abandonnent leur prétention d'englober la totalité des activités cognitives individuelles, constituent des outils nécessaires pour comprendre les dynamiques de représentations sociales chez les membres des groupes dominants et des groupes dominés.

Mots-clés: catégorisation, entités, prototypes, exemplaires, hiérarchie sociale.

Individual cognitions and societal ideology

Within the cognitive tradition in social psychology, several models of categorization have been proposed. Each model emphasizes the emergence of a single representation of the social group (for example, the group as an entity, as a prototype, or as an exemplar). However, when defining a model of the social group, neither the individuals' position in the social structure, nor their interactions, are systematically called into attention. The present contribution argues for the adequacy of social representations theory to uncover the antecedent conditions of the individuals' use of various representations of the social group. Research examples will show how models of the social group which are generally considered antagonistic develop concurrently, depending on the target group to which they are applied.

Keywords: *categorization, entities, prototypes, exemplars, social hierarchy.*

Stéphane LAURENS, *L'influence, entre science et fantasme*

Les récents débats autour du délit de manipulation mentale amènent à s'interroger sur la notion d'influence et sur l'impact des recherches faites dans ce domaine. Ce délit repose sur l'idée que des techniques de manipulation efficaces existent et que par leur utilisation, on pourrait manipuler autrui. Suivant cette conception asymétrique de l'influence, la cible devient l'instrument du désir de la source et dans ce cas, il est nécessaire de se protéger de ces influences qui peuvent être néfastes. Si des travaux expérimentaux de psychologie sociale montrent l'efficacité de certaines techniques d'influence et de manipulation, ils doivent cependant être mis en perspective. Nombre d'expériences et de théories montrent que l'influence n'est fondamentalement pas un rapport asymétrique. Mais hélas, ces travaux sont négligés tant ils ne cadrent pas avec ce prototype de l'influence qui domine à la fois en psychologie sociale et dans le sens commun.

Mots-clés: Influence sociale, sens commun, science.

The influence, between science and fantasy

Recent debates on the abuse of mental manipulation raises questions about the concept of influence and the impact of the research in this field. This abuse is based on the idea that with the use of effective techniques of manipulation one can mastermind others. According to this asymmetrical model of influence, the target becomes the instrument of the desire of the source. Therefore, so the argument goes, he must be protected from such dangerous influences. If some experiments in social psychology show the effectiveness of certain techniques of influence and manipulation, such effects must be analysed with due care. Many experiments and theories show that influence is not essentially asymmetrical. Unfortunately, such studies are ignored because they differ from the accepted model of influence which dominates both in social psychology and in common sense.

Keywords: Social influence, common sense, science.

Jaan VALSINER, *Les risques d'une psychologie sociale appliquée*

Toutes les sciences sociales aujourd'hui semblent adopter une position politiquement correcte qui consiste en une «utilisation appliquée» pour la «société». Nous affirmons ici que l'adoption de cette valeur pratique d'une science repose sur un assujettissement aux demandes de contrôle social et institutionnel sur les sciences. En insistant sur la nécessité d'une orientation «appliquée», ces demandes excluent les sciences sociales de l'univers du savoir universel qui risquerait de révéler les nombreuses fonctions sociales des institutions de contrôle. Les cadres de demande sémiotiques construits pour réguler les sciences sociales leur garantissent un développement non linéaire dans l'histoire et une répartition géographique inégale. L'histoire de la psychologie sociale – plus spécifiquement son transfert

de l'Europe vers l'Amérique – fournit des preuves de ces processus qui ont eu pour conséquence une fragmentation des savoirs et la confiance en des méthodes consensuelles. Il est nécessaire de surmonter ces œillères historiquement concoctées par une discipline si l'on veut produire un savoir général applicable à toutes les sociétés.

Mots-clés: histoire, psychologie sociale, savoir, contrôle social et institutionnel.

The risks of an applied social psychology

All social sciences of our day seem to adopt the politically correct position of relevance of being of “practical use” for “the society”. It is claimed here that such appropriation of the applied value of a science is an accommodation to the social-institutional control demands on the sciences. While emphasizing “practical use” such demands keep the social sciences away from universal knowledge that might reveal the multiple social functions of the controlling institutions. The Semiotic Demand Settings (SDS) that are set up to regulate what social sciences do (and do not do) guarantee that the development of the given science is non-linear in its history, and uneven in its social-geographical distribution. History of social psychology – especially its move between Europe and America – provides evidence of such processes that have resulted in fragmentation of knowledge and reliance on consensually accepted methods. Overcoming these historically set self-blinders by a discipline is needed if it generates general knowledge applicable to all societies.

Keywords: history, social psychology, knowledge, institutional and social control.

Geneviève PAICHELER, *Les associations de lutte contre le Sida et la communication publique: une influence minoritaire*

Une recherche sur la communication publique de prévention du Sida a permis de mettre en évidence le rôle central des associations dans la mise en place d'un « cadrage » du problème en jeu, cognitif, symbolique et émotionnel et, par conséquent, dans la définition des stratégies successives mises en œuvre. Mais l'adoption de ces cadres par l'ensemble des acteurs diminue la visibilité de l'acteur central et devient paradoxalement un des éléments principaux qui déterminent sa mise à l'écart. Ces données permettent de faire retour sur les processus d'influence minoritaire, et de les actualiser dans un cadre social concret. Elles contribuent à éclairer les différentes dimensions étroitement solidaires du cadrage, cognitif certes, mais aussi éthique, émotionnel, symbolique. Et, sur le résultat de l'influence, elle permettent de faire la part entre influence et pouvoir, alors même que l'exercice de l'influence s'opère au détriment du pouvoir que l'on pourrait tirer de la maîtrise du cadrage.

Mots-clés: communication publique, cadres d'interprétation, action politique, Sida, influence minoritaire.

The influence of associations of struggle against HIV/AIDS on public communication

Research into public communication of HIV/AIDS prevention allows to emphasise the central role of associations of struggle against HIV/AIDS at the cognitive, symbolic and emotional levels, and accordingly, in the definition of the strategies that have been successively implemented. But the adoption of these factors by all the involved parties lowers the visibility of the central actor and paradoxically, becomes one of the main reasons of placing it aside. The data presented allow to revisit the minority influence processes and to actualise them in a concrete social setting. They shed light on different and linked dimensions of cognitive, but ethical, emotional and symbolic factors. Regarding the question of influence, they allow to sort out influence and power, as the former is detrimental to the latter.

Keywords: *public communication, framing, policy, HIV/AIDS, minority influence.*

Srikant SARANGI, Interactions discursives dans les «conseils médicaux en génétique»

Les fondements théoriques d'une analyse des activités dans les discours professionnels illustrée par des données issues de rencontres en conseil génétique sont présentés ici. En prenant l'activité comme unité de base de l'(inter)action, je me réfère rapidement à «l'activité théorique» proposée par Leontyev, rajoutant les notions de «jeux de langage» de Wittgenstein et de «types d'activités» de Levinson. L'activité d'analyse dans les discours professionnels doit aller au-delà du seul codage des instances de l'usage du langage et doit s'orienter vers la compréhension d'une écologie spécifique de l'activité, incluant les dimensions relationnelles et de rôles des participants présents ou absents. Cette interprétation peut s'analyser en considérant le cadre thématique et interactionnel d'une situation donnée (rencontre, réunion) grâce à la prise en compte des propriétés structurelles et relationnelles dans l'usage du langage.

Mots-clés: *conseils en génétique, discours professionnels, analyse des activités, interaction.*

Activity analysis in professional discourse settings: the framing of responsibility in genetic counselling

In this paper I offer a theoretical basis for activity analysis in professional discourse settings, followed by an illustration of data from the genetic counselling encounter. By taking activity as the basic unit of (inter)action, I briefly draw on "activity theory" as proposed by Leontyev, supplemented by Wittgenstein's notion of "language games" and Levinson's notion of "activity types". I argue that activity analysis in the professional discourse settings has to go beyond mere coding of instances of language use towards an interpretive understanding of the activity-specific ecology, including the role-relational dimensions of co-present and absent participants. Such an interpretive task can be achieved through thematic and

interactional mapping of a given encounter, by taking into consideration the structural and relational properties situated language use.

Keywords: *genetic counselling, professional discourse settings, Activity analysis, interaction.*

Helene JOFFE, *De la perception à la représentation du risque: le rôle des médias*

Les questions de communication sont au cœur des «perceptions du risque» car la grande majorité des risques ne seraient connus que de ceux qui l'expérimentent n'eut été les médias. Le champ historiquement individualiste de la «perception du risque» a manifesté peu d'intérêt pour le contenu des *mass media* et leur rôle dans la construction d'une pensée sur le risque. Bien au contraire, le processus de «l'information» sur le risque était situé dans la pensée individuelle, la question centrale étant: pourquoi certains risques (officiellement désignés comme mineurs) sont-ils grossis par les individus tandis que d'autres (plus sérieux) sont minimisés? Les médias jouent un rôle essentiel dans l'amplification de certains risques (et la minimisation d'autres) et les récepteurs de l'information sont considérés comme passifs devant les stimuli médiatiques. Il faut en fait nuancer l'approche pour saisir la dimension profonde de l'appréhension du risque. En passant de la notion de «perception du risque» à celle de «représentation du risque», on peut davantage cerner les liens entre médias et pensée profonde.

Mots-clés: *risque, perception, communication, amplification, atténuation, représentation.*

From the perception to the representation of risks: the media-mind link

Issues of communication lie at the heart of "risk perception" since the vast majority of risks would be known to only those local to them were it not for the mass media. The historically individualist field of "risk perception" paid little heed to the contents of the mass media and the role they played in constructing risk-related thinking. Rather, the processing of risk "information" occurred within individual minds with the big question in the field being: why are some (officially designated minimal) risks overplayed by people and some (more serious ones) underplayed? The media are seen to play a major role in the amplification of certain risks (and the attenuation of others) with those who receive such information being viewed as rather passive followers of the media signals. The starting point of this paper is the need for a more nuanced approach to the lay dimension of the apprehension of risks. The paper outlines how a shift from "risk perception" to "risk representation" highlights the links between media and lay thinking.

Keywords: *risk, perception, communication, amplification, attenuation, representation.*

Joanna NOWICKI, *Communication interculturelle et construction identitaire européenne*

À l'occasion du débat sur le traité constitutionnel pour l'Europe, on communique enfin davantage sur les valeurs communes, l'horizon idéal auquel aspirent les Européens. L'existence d'une communauté de valeurs basée principalement sur un consensus autour de la culture politique partagée fait office de certitudes dont la remise en cause s'apparente à un pêché contre le code moral moderne qui est celui de l'ordre démocratique et des droits de l'homme. Or, l'Europe est le lieu par excellence de la diversité et des conflits qui en résultent et qui ont souvent été sanglants. Toute cette dimension de confrontation de paradigmes culturels, de l'altérité difficilement tolérée, de la difficile négociation entre ce qui unit et ce qui sépare est souvent occultée dans la communication sur l'Europe. Une approche interdisciplinaire, puisant dans les recherches de l'anthropologie culturelle, de la sociologie des relations interethniques et de la communication interculturelle semble plus à même de répondre à ce type de questionnements nécessaires à l'heure de la crise de la construction européenne.

Mots-clés : identité européenne, anthropologie interculturelle, communication politique.

Intercultural communication and construction of European identity

The public debate about the European constitutional treaty provided an opportunity to discuss common values that are the ideal of all Europeans. The existence of a community based on a consensus of a certain political model based on togetherness cannot be criticised. In fact, such criticism would be seen as a sin against the modern moral code which is based on a democratic order and the respect of human rights. The problem is that Europe is a place of diversity and often, of violent conflicts. This aspect of cultural confrontation, lack of tolerance for otherness and difficult negotiation between what unites and what divides nations is very often hidden in public communication about Europe. An interdisciplinary approach, inspired by cultural anthropology, inter-ethnic relations, sociology and cross-cultural communication, is more adapted to analyse such problems, which need to be treated now, while European integration is on route.

Keywords : European identity, intercultural anthropology, political communication.

Jean-Louis MARIE, *L'ouverture croissante de la science politique à la psychologie sociale*

Au sein de la science politique les approches sociologiques sont les plus réceptives à la psychologie sociale entendue comme cognition sociale. L'étude du politique a longtemps privilégié des objets institutionnels (les partis, les élections, l'État...) et l'influence des concepts de la psychologie sociale y est ancienne (attitudes, socialisation...). Aujourd'hui de nouvelles questions de société et formes de mobilisation, comme l'intégration des minorités ou les rapports de genre, apparaissent. L'analyse des institutions et des objets classiques est renouvelée. Les problématiques font une grande place à la

dynamique des représentations, aux modes de raisonnement et d'inférences, aux formes de connaissance, à l'utilisation de l'information par les acteurs. Ainsi la science politique utilise de plus en plus les concepts et méthodes des approches cognitives.

Mots-clés : cognition sociale, sociologie politique, psychologie politique, politiques publiques.

The increasing opening of political science to social psychology

Within the field of political science, sociological approaches are more and more akin to social psychology understood as social cognition. The study of politics has long been focused on institutional objects (political parties, elections, the state...) and has long been influenced by concepts derived from social psychology (attitude, socialisation...). Today, new questions about society and new forms of mobilisation such as the integration of minorities or gender relationships are emerging. As a result, it is necessary to renew the analysis of institutions and traditional objects. Current problems are more and more centred on the dynamics of representations, on ways of reasoning, on forms of knowledge and on the use of information. Political science is increasingly using methods of cognitive approaches.

Keywords : social cognition, political sociology, political psychology, public policy.

Bernard LAHIRE, *Sociologie, psychologie et sociologie psychologique*

Où commencent et où s'arrêtent les domaines respectifs du sociologue et du psychologue? Durkheim se montre-t-il impérialiste lorsqu'il écrit que «la psychologie est destinée à se renouveler en partie» sous l'influence de la recherche sociologique ou lorsqu'il affirme que «toute la sociologie est une psychologie», au risque de brouiller les frontières disciplinaires? En fait, l'évolution des perceptions concernant ce qui est sociologique et ce qui ne l'est pas soulève le délicat problème de la définition du «social». Cet article défend l'idée selon laquelle, pour gagner en autonomie scientifique et accroître son champ d'intelligibilité, la sociologie doit accepter la diversité des échelles d'observation et intégrer à la liste des variations de comportements sociologiquement étudiables les variations inter-individuelles et intra-individuelles des comportements laissées jusque-là à la psychologie.

Mots-clés : sociologie psychologique, échelle individuelle d'observation, variations intra-individuelles et inter-individuelles des comportements.

Sociology, psychology and psychological sociology

Where are the borders between sociological and psychological domains? Was Durkheim an imperialist at the risk of clouding the disciplinary frontiers when he wrote that "psychology is destined to be partly renewed" under the influence of sociological research or when he asserted that "the whole sociology is a

psychology”? In fact, the evolution of perceptions about what is sociological and what is not raises the delicate problem concerning the definition of the “social”. This article argues that, in order to raise the scientific autonomy and to increase its field of intelligibility, sociology must accept the diversity of the range of its observation. Within the list of sociologically studied behavioural variations it must include inter-individual and intra-individual variations that, until now, have been left to psychology.

Keywords: psychological sociology, individual scale of observation, intra-individual and inter-individual variations of behaviour.

Sylvain DELOUVÉE, *L'image de la psychologie sociale dans les forums de discussion sur l'Internet*

Notre interrogation porte sur la visibilité de la psychologie sociale à travers les forums de discussion Usenet. Ces espaces thématiques communautaires qui permettent d'échanger de très nombreuses informations sous forme de discussions en temps différé, ont servi de support pour interroger la diffusion de la psychologie sociale auprès du grand public. Les archives des forums Usenet ont été interrogées à l'aide des clefs psychosociologie, sociopsychologie et psychologie sociale. Outre les messages liés aux réseaux d'entre-aide et de recherche d'emploi, deux grandes thématiques émergent de l'analyse des messages recueillis: l'utilisation de la psychologie sociale comme caution scientifique pour appuyer le discours émis et une psychologie sociale comme discipline essentiellement manipulatrice. Dans le corpus étudié, celle-ci semble privilégier la manipulation comme objet d'étude – ou en tout cas les individus ne retiendraient que cet objet – et, qui plus est, «manipule» en retour pour obtenir ses résultats.

Mots-clés: psychologie sociale, représentation, manipulation.

Looking for “social psychology” in discussion forums

Our study is concerned with the visibility of social psychology through Usenet use-groups. These virtual communities which enable exchange of multitude of information in discussion forums at different periods of time, were the object of our study which explored the popularisation of social psychology in general public. Archives from Usenet have been questioned with the following keys: psychosociology, sociopsychology and socialpsychology. Further than messages linked to help and employment research, two big themes emerge in the analysis of messages: socialpsychology is used as a scientific evidence to insist on the uttered discourses; Socialpsychology is a manipulating discipline. In the studied corpus, socialpsychology seems to privilege manipulation as study object – or at least the individuals only remember that aspect; it moreover “manipulates” to obtain its results.

Keywords: social psychology, representation, manipulation.

Jean VIAUD, *Contribution de la psychologie sociale à la compréhension de la mobilité sociale*

Cet article a pour objet de montrer que la psychologie sociale peut contribuer à une analyse de la société envisagée à partir des divisions sociales existant dans les différents champs de la pratique. Ainsi, principalement à partir de la jonction entre la théorie des représentations sociales élaborée par Moscovici et les propositions de Doise, issues des travaux de Bourdieu, on montrera comment se constitue la correspondance entre les discours des individus et les positions qu'ils occupent dans un espace social. On rendra compte ensuite de la manière dont la psychologie sociale peut envisager la question de la mobilité sociale en montrant comment des régulations sociales, formes programmatiques et représentées du changement, sont à l'œuvre lors des déplacements positionnels.

Mots-clés: positions, représentations sociales, mobilité sociale, régulation sociale.

A contribution of Social Psychology in understanding social mobility

This article shows that social psychology can contribute to the analysis of society considered from the point of view of social divisions that exist in various fields of practice. Starting from the general framework of the theory of social representations elaborated by Moscovici and from the propositions of Doise based on Bourdieu, we show how a correspondence is established between the discourses of individuals and the positions they occupy in a social space. Using the idea of social regulations, programmed and represented forms of changes of social positions, this article shows in what ways social psychology can consider the question of social mobility.

Keywords: positions, social representations, social mobility, social regulation.