

Serge Moscovici

**LES THÈMES D'UNE PSYCHOLOGIE
POLITIQUE**

Les relations qu'entretiennent la psychologie et la politique diffèrent des rapports d'une science à ses applications. Le lien qui les rapproche est à la fois nécessaire, pratique et imprévisible. La politique ne veut pas se reconnaître dans les forces de croyance et d'affectivité que découvre la psychologie. Pourtant ces forces subjectives sont réelles: ce sont elles qui façonnent ou font agir les groupes humains dans une situation donnée. Disons, pour être plus précis, une situation de lutte où il convient de s'allier à l'incertain. La psychologie est une réponse aux questions que les hommes politiques et les hommes d'action, en général, se posent. Mais cette réponse apparaît gênante, car elle touche à une vision morale et idéologique qu'ils partagent et veulent faire partager aux autres. C'est la vision d'hommes pénétrés de l'esprit de sérieux, fondant leurs choix sur des programmes mûrement réfléchis et une connaissance exacte des facteurs en présence, sur une prévision efficace. Ils ne voient pas la réussite dans la lutte pour le pouvoir comme une fin à court terme mais comme un moyen, à long terme, au service d'une idée ou d'une valeur reconnues. L'expérience ne fournit pas de preuve que la supériorité en ces matières donne la victoire, ni que la politique étayée sur un tel programme soit socialement ou politiquement avantageuse. De bien des façons, il faut plus d'intelligence, voire plus de courage, pour scruter plus intensément l'anticipation des changements en cours et mieux tenir compte des humeurs et des climats d'opinion sous l'influence desquels se forme à un moment donné la psychologie collective. C'est un résultat inévitable pour les régimes politiques qui visent à obtenir à chaque instant la confiance des électeurs et des masses. On a

même inventé pour masquer ce fait l'expression de politique politicienne. Comme s'il y avait une politique qui ne le soit pas à quelque degré si elle se propose de réussir. Ce qui permet de surmonter l'indifférence et rend la mobilisation possible, ce sont justement les qualités impondérables que les partis cherchent à cultiver grâce à des manifestations et des réunions, par des déclarations, chansons et slogans pour inspirer de la fierté à leurs adhérents, par des récompenses quotidiennes. De ces qualités également décisives, la plus importante est la participation aux actions locales et routinières, car l'investissement mutuel, chez les hommes, pour vaincre ensemble, résiste beaucoup mieux aux aléas de la vie publique.

Quoi qu'il en soit, ce siècle aura vu surgir plusieurs essais remarquables pour construire la psychologie politique comme une discipline à part entière. Leurs auteurs se sont proposé de mener à bien la synthèse entre la tradition de telle ou telle théorie et un problème crucial à un moment donné. Ainsi l'essai de Le Bon concernant la psychologie des masses et la démocratie moderne, celui de Michels abordant l'oligarchie des partis à la lumière des travaux de Weber et Le Bon, ou les essais de Wilhelm Reich qui veut expliquer, en associant la psychanalyse et le marxisme, pourquoi les masses agissent contre leurs intérêts. Entre un de ces essais et le suivant s'écoule une période de silence où prédomine l'indifférence, voire l'anathème jeté sur le fameux psychologisme. On revient aux équations linéaires selon lesquelles la connaissance des causes générales suffit à déterminer les effets particuliers. Dans cette perspective, le regain d'intérêt pour la psychologie politique est chaque fois caractérisé par des tensions spécifiques. J'en évoquerai deux :

— La science psychologique, comme à l'accoutumée, exprime une réticence vis-à-vis de toute compromission avec les thèmes politiques. Non pas tant parce qu'ils sont complexes et imprévisibles que parce qu'ils risquent d'entraîner les chercheurs et la recherche à prendre parti. D'autre part l'érosion du marxisme, des théories sociales et économiques, crée un fort appel d'air vis-à-vis de la psychologie. Que ce soit du point de vue de leurs idées ou de leur manière de combattre, les mouvements de l'époque mobilisent de l'irrationnel, si cette expression est permise. Là où l'on attendait les classes, on a vu apparaître les nations, et là où l'on croyait voir triompher l'histoire, on a vu resurgir l'anthropologie des profondeurs peuplée de dieux invisibles et de symboles envoûtants. Tout ce qu'on estimait disparu par la trappe du progrès est remonté par l'escalier de la politique. Profitant des irruptions des masses, ce sont des minorités disciplinées et entraînées qui ont canalisé leur énergie par un renouveau de rites et d'orthodoxies, incarnant un changement qui ressuscite les origines.

— La représentation canonique de la société est sous-tendue par des catégories économiques et sociales héritées, pour la plupart, du siècle dernier. Qu'il s'agisse de rapports de pouvoir, de questions de légitimité ou d'action, on les formule en termes de ressources, distribution de classes ou calcul des risques. Et pourtant les pratiques des partis et des hommes politiques sont conçues en d'autres termes. Profitant des médias, des sondages et d'autres techniques analogues, ils s'emploient à se fabriquer une image, à créer une idéologie et à séduire le plus grand nombre. Il est vrai que ces techniques de captation des publics ont cours depuis

l'antiquité. Mais elles ont acquis une telle efficacité, on met une telle foi en elles que leur portée en est modifiée. Ce prodige ambigu qu'est le marketing politique accompagne la nouvelle élite politique qui « gentrifie », pour user d'un terme anglais, les vieilles institutions, comme on réhabilite les vieux quartiers pour rehausser le standing et augmenter les prix. Cet écart entre le dire social, économique et le faire psychologique de plus en plus répandu ne saurait trop se creuser sans miner la compréhension des phénomènes politiques.

Je ne prétends pas avoir épuisé la liste de ces tensions. Mais celles suscitées par le vide des grands discours synthétiques et l'émergence de nouvelles pratiques en vue de faire participer les masses à la vie publique me semblent devoir retenir l'attention en priorité. Partout elles sont susceptibles de dessiner dans les années à venir les contours d'une psychologie politique déjà diffuse. Pourrait-elle jouer dans notre vie scientifique un rôle équivalent à celui qu'elle joue dans notre vie pratique ? On est en droit d'en douter. Mais, tout en gardant un regard critique, il ne faut pas sous-estimer ses forces, ni surestimer ses faiblesses.

Ce que nous appelons la psychologie des masses est né avec la révolution et surtout la démocratie de masses. Sans une telle démocratie, il n'y aurait ni science des phénomènes collectifs, ni rhétorique des communications si diversifiée, ni mouvements sociaux, bref, il n'y aurait pas de politique psychologique. On comprend dès lors que cette discipline ait un fonds de thèmes permanents. Au fur et à mesure qu'on les étudie, qu'on affine les concepts et décrit les faits, un savoir et un savoir-faire s'accumulent. Cela est heureux, car on perçoit ainsi une spécificité indispensable pour que le lieu géométrique d'une science soit reconnu. Dans tous les cas, nous retrouvons les masses et les minorités comme thèmes à l'arrière-plan de cette psychologie. Les raisons en sont d'ordre pratique : il s'agit des catégories qui définissent les acteurs politiques et leur division inhérente à une démocratie. Il n'en existe pas d'autres auxquelles identifier les forces en présence et s'identifier au cours de la vie en commun. D'ailleurs la symbolique, le langage du pouvoir les mettent en scène tous les jours. A ces deux éléments moteurs il faut ajouter une composante encore plus active : l'existence du *leadership*. Que ce soit dans leurs idées ou dans leur organisation, les minorités pas plus que les masses ne sauraient s'en dispenser. Il ne s'ensuit pas que c'est une composante déterminante que l'on puisse envisager à part des phénomènes collectifs. Mais il faut souligner en priorité les raisons d'ordre théorique, en songeant aux deux questions soulevées. La première — qui ne le sait ? — concerne la métamorphose psychique des individus qui, en devenant membres d'un groupe, d'une masse, se comportent de manière fort différente et imprévisible en comparaison de ce qu'ils feraient seuls. Comme s'ils devenaient autres, ce en quoi Freud voyait l'énigme de la formation des masses. La seconde touche aux minorités agissantes, disposées et entraînées pour faire dissidence au milieu d'une société imposant ses façons de sentir, de voir ou de penser. Comment elles se cristallisent en dissidences, avant-gardes, voire en élites, et comment elles finissent par convertir une masse sans avoir le moindre pouvoir, la moindre crédibilité, ne manque jamais de surprendre. Quand on évoque la psychologie des masses ou la psychologie des minorités, on voit presque toujours se manifester une certaine gêne, une insistance à

rappeler soit les violences des premières, soit la déviance, l'extrémisme des secondes. Donc leur aspect réputé irrationnel. Mais ce sont deux manières d'ignorer la nature des associations humaines à visée politique : en faire des foules aveugles ou des poignées d'individus nihilistes. La méfiance vis-à-vis de ces forces rassemblées, avec leur énergie et leurs passions, se comprend. Moins compréhensible est d'ignorer que cette énergie et ces passions, si néfastes par moments, ont secoué l'inertie des corps politiques ou religieux, si on pense aux masses de la Révolution ou aux sectes protestantes, par exemple. Et, plus près de nous, aux dissidents soviétiques dont j'ai étudié il y a une dizaine d'années le style de comportement et les chances de réussite. Pour toutes ces raisons, la psychologie des masses et celle des minorités sont au fondement de la psychologie politique.

On touche du doigt leur distinction en réfléchissant un instant à leurs stratégies d'influence et de communication respectives. Il est aisé d'observer combien elles sont aux antipodes, l'une cherchant la persuasion et l'autre la conversion. Après avoir examiné un vaste domaine de recherches, quelques constats sont évidents. On peut dire que la persuasion a pour objet de rallier les masses par des actes et des arguments légitimes. Elles sont sensibles à un langage, à des émotions qui sont déjà partagés, à des symboles qui les entraînent dans une direction familière. Il s'agit de rendre du tonus à des croyances et des sentiments façonnés par un long passé ou que l'on imagine tels. A l'inverse, les minorités cherchent la dissuasion de cette masse pour en détacher une partie et la convertir à des attitudes, des idées très différentes dans le fond de celles qui prédominent en apparence. Elles réactivent des incohérences qui sont toujours à l'œuvre de manière variable et prêtes à éclater en quelques rares occasions. Quel qu'en soit le contenu, la persuasion évite autant que faire se peut les conflits d'opinions, de valeurs, que la conversion, au contraire, provoque et où elle voit la seule chance de susciter un changement. Le succès d'une masse et sur une masse est fonction de ses propres agissements, de l'intensité avec laquelle elle manifeste sa présence. Cela suffit à décourager les minorités, intimider les individus et susciter la confiance en sa faveur. En revanche, la réussite d'une minorité dépend pour une grande part des agissements de l'autre, de sa ténacité et de sa cohésion qui résistent à toute dissuasion. Il est certain que les majorités sont en mesure de persuader et d'obtenir une influence directe, sans biais. On ne demande en vérité qu'à les suivre, à se retrouver sur la même longueur d'ondes que ses semblables. Ce n'est pas le cas des minorités qui ne bénéficient pas d'une telle ouverture. Elles dissuadent et convertissent le plus souvent par des voies détournées, voire inconscientes. Cela signifie que, lorsqu'on croit qu'elles agissent sans effet apparent sur les majorités, elles sont le plus efficaces, et vice versa. Leur influence est marquée par un paradoxe : la résistance, voire le rejet des messages qui proviennent d'elles facilite par ailleurs la propagation des idées ou des conduites dissidentes. Il n'existe pas de palliatif à ce détour et à ses incertitudes, quelque grands que soient les efforts faits pour les réduire.

Certains ont accueilli les résultats des études faites en ce sens avec scepticisme, d'autres avec irritation. Mais il faut retenir l'existence de deux logiques d'influence et de communication que la sagesse des peuples a condensées dans des proverbes. La première logique consiste à

convaincre les convaincus. Si ces derniers sont à nouveau renforcés dans leurs croyances dominantes et que leur confiance est renouvelée, voilà qui suffit à rayonner, soulever l'enthousiasme collectif, comme on le voit au cours des rassemblements ou des défilés périodiques. La seconde logique recommande de prêcher dans le désert, donc de propager de manière consistante une vision, une façon d'être, même et surtout sans résultat visible. A maints égards, cette absence de réaction immédiate et de succès visible est le symptôme d'une avancée souterraine, d'une érosion des croyances reçues, qui préparent une emprise différée sur la majorité. Par une inversion singulière de la perspective habituelle, rester en minorité confère des avantages psychiques et sociaux pendant un certain temps. Ce pourquoi une minorité qui ne le sait pas, qui n'a ni la patience ni les moyens de prêcher dans le désert et se met à ne convaincre que des convaincus, perd ses avantages et devient vite sectaire. Très souvent, on observe dans la vie politique des confusions et des erreurs dues au fait qu'on se presse de copier la logique opposée. Notamment quand un mouvement naissant et ses leaders, au vu de quelques succès électoraux, veulent à tout prix jouer dans la cour des grands. Ils perdent les avantages de leur situation de minorité et les possibilités de convertir en prêchant dans le désert. Sans pour autant gagner ceux de la majorité qui ne correspondent pas à la réalité. Lorsqu'un nouveau leader écologiste revendique un fauteuil à la télévision, il n'opte pas nécessairement pour l'efficacité, comme il se le figure. Pour s'en persuader, il lui suffirait de constater que le parti communiste ou le front national dont les chefs s'assoient régulièrement sur un tel fauteuil pour dire leur vérité, perdent des voix aux élections.

Comment passer d'une logique de la conversion à une logique de la persuasion, les combiner au besoin, est affaire de pratique. Nous ne pouvons qu'attirer l'attention sur leur contraste. Pourtant le plus étonnant est de voir à quel point ces logiques sont peu étudiées, et combien peu ceux qui se consacrent à la politique en ont conscience. En général, ce sont les facteurs techniques de l'image, de la rhétorique ou des médias qui préoccupent. Or ce sont au contraire les facteurs psychiques associés à la forme du groupe — masse ou minorité — et son style de comportement qui revêtent plus d'importance. Du moins si nous nous référons à bon nombre de recherches précises.

Cette rapide description serait incomplète si je négligeais de mentionner, à côté de la persuasion et de la conversion, une stratégie que l'on peut qualifier, selon un terme militaire récent, de « suasion psychique ». Elle tient compte en particulier des facteurs d'inertie et de passivité, de cette énorme masse de croyances et d'habitudes qui composent une opinion publique. Partant, elle vise à induire certains jugements ou réactions subjectifs qui vont dans le sens de cette masse chez un autre groupe, différent ou étranger. Parfois, mais très rarement, cela revient à le désinformer. Le plus souvent, on a affaire à des campagnes ou des mises en scène destinées à intensifier un sentiment diffus. Plus encore, satisfaire un besoin de leurre, le désir d'entendre uniquement les arguments qui justifient sa propre position. En d'autres mots, la suasion facilite la propension à se convaincre soi-même d'une opinion pré-établie. Ce qui a été fait aux procès de Moscou et à nombre d'autres par la suite. On a induit les accusés à prononcer

les mots qu'on voulait entendre sur le parti communiste et à magnifier les images qu'on voulait voir de l'Union Soviétique. Propagés un peu partout, ces mots et ces images ont touché de larges couches d'intellectuels et d'ouvriers, renforçant leur adhésion à une doctrine et à un parti. Ils les ont acceptés parce que la plupart étaient disposés à se laisser leurrer afin de maintenir intacte leur foi en la révolution déjà ancienne, en Europe surtout. Mais il peut y avoir une vérité plus évidente dans ce domaine : la suasion réussit quand elle permet aux gens de prendre leurs désirs pour des réalités.

A côté de ces thèmes permanents, d'autres surgissent au gré des circonstances et des tendances de la science à un moment donné. Ils vivifient les connaissances de la psychologie politique au contact de l'esprit du temps en général. Dans la mesure où l'on peut risquer des conjectures à ce sujet, deux thèmes me frappent par leur pertinence. Et plus encore par leur urgence. Ce que j'ai à dire les concernant n'est pas très neuf et je le fais juste pour fixer les idées. Il s'agit, pour commencer, des biais cognitifs. Comme on le sait, de nombreuses études ont montré que nos raisonnements ordinaires négligent la logique de manière précise. Par exemple, nous retenons les cas particuliers et frappants en oubliant de prendre en compte leur fréquence dans la population. Quelques incidents pendant un match de football déterminent notre façon de juger les Anglais bien qu'il s'agisse d'une petite minorité en comparaison des matchs qui se déroulent sans le moindre incident. Ou bien nous préférons attribuer les causes d'une action ou d'un événement aux personnes plutôt qu'aux circonstances objectives. Ceci n'est pas sans conséquence dans une société où sondages et statistiques font partie du discours politique, de même que chacun réclame des explications scientifiques en termes de facteurs extérieurs.

Que nos raisonnements courants soient biaisés n'est pas une nouveauté. La nouveauté, on le sait, c'est l'explication qu'on en donne. En effet, on avait l'habitude d'expliquer ces erreurs par l'ignorance, l'atmosphère collective qui diminue nos capacités intellectuelles ou les émotions qui nous empêchent d'user correctement des informations dont nous disposons. Malheureusement ces explications perdent toute valeur dès l'instant où les erreurs paraissent inhérentes à notre fonctionnement cognitif lui-même. C'est le cas en effet lorsqu'on observe la masse des résultats obtenus par les chercheurs des divers pays. Mais alors quelles en sont les conséquences du point de vue de l'action, voire de la communication politiques ? Comme toutes les actions, celle-ci contient une affirmation : celle de la rationalité des acteurs au sens large. A ceci près que nous ne disposons pas, à ce jour, d'une théorie qui nous permette d'en tenir compte et de prévoir de quelle manière une idée, un message sont métamorphosés par notre intelligence journalière.

Existe-t-il des mécanismes de compensation ou de prothèse qui ajustent les intentions politiques exprimées aux facultés cognitives de tout un chacun ? Et de quelle manière pallier l'écart entre les modes d'inférence courants et celui de la science et de la technique qui correspond aux nécessités de l'action publique en général ? La façon d'élaborer un programme doit tenir compte des deux pour répondre aux exigences de la réalité. Je ne parle pas en termes d'idées et de philosophies, mais de représentations et de structures cognitives. Quelle que soit

l'idéologie d'un parti, on confronte ces représentations et ces structures. Ainsi, lorsque le parti socialiste arrive au pouvoir en 1981, il lance une série de campagnes sur le thème « ouvrir les yeux » pour mobiliser l'opinion. Mais que signifie « ouvrir les yeux » sur le plan cognitif ? C'est une chose plutôt obscure, aux chances de réussite incertaines. Il serait inutile d'énumérer les symptômes de ce qu'on baptise depuis une dizaine d'années en anglais « lay thinking ». Dans le contexte pratique, ils ne sont pas entièrement dus aux déficiences de la raison, aux méthodes que nous utilisons pour traiter l'information dans la vie courante. En fait, le contenu de cette information et les représentations sociales doivent y être pour quelque chose. Il est évident, par exemple, qu'un chômeur veut comprendre, non pas le chômage en général, mais pourquoi lui-même en tant que travailleur est licencié par son entreprise. Ou, pour être précis, il s'intéresse à trouver une explication singulière et non pas une explication générale. Or, si cette dernière peut être conçue dans le cadre d'une représentation scientifique de l'économie, la première oblige à recourir à une représentation commune en termes de destin, de réussite ou d'échec, voire de nationalité, et ainsi de suite. L'une répond en définitive à la question : « Pourquoi y a-t-il des chômeurs ? » et l'autre à la question : « Pourquoi moi, Pierre ou Paul, suis-je chômeur ? »

Si des biais ou des erreurs en découlent, c'est bien parce que la représentation des gens est d'une autre nature que celle des spécialistes et des hommes politiques, leurs élèves, qui fournissent une explication générale, mais laissent démunis chacun en particulier. On peut supposer que le rejet des étrangers attribué à la menace du chômage, si déraisonnable d'un certain point de vue, apparaît moins irrationnel d'un autre point de vue. Je simplifie à outrance, mais je veux souligner que les biais de raisonnement et les biais de représentation se conjuguent dans ce facteur cognitif de la politique. Miroirs indiscrets de l'esprit humain, ils infléchissent l'action collective et lui imposent une logique différente de la logique linéaire que l'on affiche.

Le second thème touche au changement des comportements. C'est un ordre de recherches en déshérence et auquel l'urgence nous ramène. Je ne m'étends pas ici sur les responsabilités du pouvoir et son intervention dans des secteurs de plus en plus variés du social. Certes, on veut moins d'État et on demande plus de l'État. Le fait demeure que tout parti et tout gouvernement doit prendre en compte « les grandes causes » qui affectent la vie et la mort de chacun. Qu'il s'agisse de la drogue, de la santé, de l'environnement, etc., les coûts sont chiffrés, des mesures proposées et des actions engagées. On connaît toutefois le dilemme. En principe la solution profonde doit venir de la recherche technique, de l'investissement dans la découverte médicale et scientifique capable de trouver des remèdes efficaces. Et pourtant, malgré l'armée des chercheurs, les moyens mis en jeu, nombreux sont ceux qui doutent que, par exemple, le traitement des maladies les plus graves comme le cancer, le sida, la dépression, les affections cardio-vasculaires, etc., soit en vue. Aujourd'hui nous nous posons surtout la question : comment alléger les souffrances de ceux qui sont condamnés ? Durant la dernière décennie, il est devenu clair que, faute de progrès véritable, la seule issue prévisible consiste à changer de manière sociale et psychique diverses catégories de comportements. Ce sont des comportements

alimentaires, sexuels, de tabagisme, d'attention au milieu, et ainsi de suite. Hors d'une décision autoritaire, impossible en démocratie, c'est une mise en doute du chemin emprunté par la politique en ces domaines, de ses buts et des moyens d'y parvenir. C'est une critique de la confiance exclusive dans les sciences physiques et biologiques, au détriment des autres possibilités contribuant au mieux-être de la collectivité. Enfin, plus qu'une critique, c'est un jugement des principes qui ont fourni la base et la justification d'une recherche qui n'inclut pas les sciences de l'homme dans les perspectives d'efficacité. Et ce au moment même où il est patent que les chances raisonnables de résoudre des problèmes de santé publique et d'environnement sont davantage fonction de nouvelles conduites que de la découverte improbable de nouvelles médications ou techniques.

Il n'est pas illusoire de penser que ces problèmes pèseront de plus en plus lourd dans le budget comme dans urnes. Mais il est clair que nous avons affaire à des « conduites dures », c'est-à-dire très résistantes, inscrites dans un système de rituels, sous-tendues par des besoins uniformes, et même normatives. En outre, il est difficile de leur trouver des substituts pour les restituer dans la vie intime de chacun. Au-delà des exagérations de la publicité, la difficulté à évaluer correctement les risques et à agir en conséquence demeure un obstacle de taille. Or, une des vocations de la psychologie politique est bien de dégager un cadre théorique et pratique dans lequel traiter ces conduites dures et les changer. Depuis Lewin, il n'existe pas de programme de recherche, ni de tentative soutenue en ce sens. Ainsi, il n'est pas étrange que, malgré leurs échecs, les gouvernements se soient montrés tour à tour moralistes ou crédules. Notamment en estimant que des spots publicitaires ou les avertissements d'experts suffiront à la tâche. Sans un effort de créativité et de recherche, inégalé dans ce domaine, la politique restera en arrière de la réalité.

Ma description de ces thèmes est, je ne le nie pas, très incomplète. Je n'ignore pas que nous sommes en train d'évoluer d'une politique du texte à une politique de l'image génératrice d'une autre symbolique de la vie en commun. Ni que la représentation du social prend une tournure différente à la suite de l'évaporation des croyances et des idéologies nées au siècle dernier. Mais je me place dans la sphère de la pratique. Et, de ce point de vue, ce qui a trait aux structures cognitives diffuses, au changement des comportements « durs » requiert une attention immédiate. Si la psychologie politique n'est pas encore à même de fournir une réponse, elle renferme, en tout cas, la méthode pour en trouver une.