



L'apport de la psychologie sociale à l'analyse économique

Emmanuel Petit

DANS **REVUE D'ÉCONOMIE POLITIQUE** 2011/6 Vol. 121 , PAGES 797 À 837
ÉDITIONS **DALLOZ**

ISSN 0373-2630

DOI 10.3917/redp.216.0797

Date de mise en ligne : 04/05/2012

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://shs.cairn.info/revue-d-economie-politique-2011-6-page-797?lang=fr>



Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...
Scannez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



Distribution électronique Cairn.info pour Dalloz.

Vous avez l'autorisation de reproduire cet article dans les limites des conditions d'utilisation de Cairn.info ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Détails et conditions sur [Cairn.info/copyright](http:// Cairn.info/copyright).

Sauf dispositions légales contraires, les usages numériques à des fins pédagogiques des présentes ressources sont soumises à l'autorisation de l'Éditeur ou, le cas échéant, de l'organisme de gestion collective habilité à cet effet. Il en est ainsi notamment en France avec le CFC qui est l'organisme agréé en la matière.

L'apport de la psychologie sociale à l'analyse économique

Emmanuel Petit*

• BILAN / ESSAI

Dans cet article, nous proposons une revue de la littérature identifiant l'apport central de la psychologie sociale à l'analyse économique. Nous précisons tout d'abord le champ recouvert par la psychologie, ses centres d'intérêt, ses méthodes et ses outils d'analyse. Nous montrons ensuite comment l'introduction des processus interpersonnels décrits par les psychologues – dissonance cognitive, heuristiques mentales, erreur fondamentale d'attribution, diffusion de la responsabilité, pensée magique, biais de faux consensus, croyance en un monde juste – permet de mieux cerner les environnements dans lesquels la rationalité de la décision économique s'opère et ceux dans lesquels les autorités publiques peuvent intervenir pour rendre la décision plus efficace. Nous nous centrons ensuite sur le rôle majeur de l'influence sociale (conformisme, leadership), de la formation des groupes (identité, discrimination) ou encore des liens sociaux (famille, amis), dans la prise de décision économique individuelle et collective. Notre revue montre que la collaboration entre économistes et psychologues, la mise en commun de leur pratique et de leur expérience, peut déboucher sur des outils plus performants de politique publique.

rationalité - influence sociale - conformisme - leadership - identité - liens sociaux

The Impact of social psychology on economic analysis

The aim of this paper is to understand the crucial role of Social Psychology in economic analysis. Firstly, we present the scientific domain related to Social Psychology, as well as its methods, preferred topics and analytical tools. Secondly, we analyze how the introduction of social psychology interpersonal concepts (cognitive dissonance, heuristics, diffusion of responsibility, fundamental attribution error, magical thinking, false consensus bias, belief in a just world) into economic analysis can improve pure rational decision theory. Thirdly, we focus on the fundamental role of social influence (conformism, leadership), group formation (identity, discrimination) and social ties (family, friends), on individual and collective economic decisions. Our review shows that collaboration between economists and social psychologists can lead to new experimental

* Université de Bordeaux, GREThA, UMR CNRS 5113, Avenue Léon Duguit, 33608 Pessac. Courriel : emmanuel.petit@u-bordeaux4.fr ; Site Internet : <http://ecopsycho.gretha.u-bordeaux4.fr/> Ce travail a bénéficié de nombreuses discussions avec des psychologues sociaux lors des conférences de l'Association pour la Diffusion de la Recherche Internationale en Psychologie Sociale (ADRIPS) et de l'Association Internationale de la Recherche en Psychologie Economique (IAREP). J'exprime toute ma gratitude en particulier à Anna Tcherkassof, Christine Roland-Levy, Fabien Girandola et Dominique Ansel pour leur attention et leur écoute. Un travail préparatoire de bibliographie a été réalisé par Damien Vandendriessche que je remercie pour son efficacité. Je remercie enfin deux rapporteurs anonymes pour leurs précieux commentaires et leurs nombreuses suggestions.

results and can substantially improve economic behavioural models. Cooperation between the two disciplines thus leads to new useful political tools (framing, persuasion and social norms) which can be useful for public decision-makers.

rationality - social influence - conformism - leadership - identity - social ties

Classification JEL: C70, C90, D0, A12

1. Introduction

Les avancées remarquables de l'économie expérimentale, de l'économie comportementale et de la neuroéconomie ont contribué au renouvellement profond de la Science Economique moderne. Dans ces domaines, l'apport de la psychologie, et notamment de la psychologie cognitive, a été largement soulignée¹. La contribution essentielle de la Psychologie Sociale à la Science Economique est en revanche moins connue au sein de la communauté des économistes. Comparée à l'Economie Politique, ou même à la Psychologie, la Psychologie Sociale est en effet une discipline jeune, moins expérimentée, dont l'édifice a été constitué seulement à partir de la fin du 19^e siècle. Les premiers travaux en psychologie sociale remontent ainsi à ceux de Joseph Le Bon [1895] sur la psychologie des foules ou à ceux de Gabriel Tarde [1890] sur les lois de l'imitation. La Psychologie Sociale occupe une place distincte au sein de la psychologie : à mi-chemin entre la psychologie cognitive et la sociologie, elle s'en écarte cependant distinctement en faisant du *comportement social* son centre d'intérêt et en reconnaissant le rôle central de *l'individu* dans les phénomènes étudiés. Comme les économistes, les psychologues sociaux considèrent en effet que c'est à partir de l'étude de l'individu que l'on peut cerner le comportement des groupes et dégager des lois fondamentales s'appliquant à tous les individus. La similitude entre les deux disciplines va cependant bien au-delà. Certaines théories de psychologie sociale s'inspirent ainsi du raisonnement, usuel pour l'économiste, effectué en termes de coûts/bénéfices² ou font appel explicitement au principe de la rareté³ ; d'autres reposent sur une conception approfondie de la rationalité du comportement, comme par exemple, la théorie de l'équilibre cognitif (Heider [1958]) ou de l'économie cognitive (Hansen [1980]), la théorie de l'action raisonnée et du comportement planifié (Ajzen [1991]) ou encore le modèle de croyance en la santé (Becker et Maiman [1975]). Tous les sujets de recherche abordés par les psychologues sociaux n'intéressent cependant pas directement l'économiste, qu'il s'agisse par exemple des préjugés, du concept de soi, de l'atta-

1. Lewin [1996], Rabin [1998, 2002], Kahneman [2003], Walliser [2008].

2. Le « calcul du passant » permet ainsi d'expliquer la décision d'aider autrui (Piliavin, Dovidio et Gaertner et Clark [1981]) tandis que la théorie de « l'échange social » mesure explicitement les coûts et les bénéfices associés à nos relations interpersonnelles (Kelley et Thibaut [1978]).

3. Williams, Radefeld, Binning et Suadk [1993].

chement ou même de l'agression. En revanche, psychologues sociaux et économistes ont un intérêt commun évident pour la prise de décision individuelle et collective, la communication, la motivation, l'altruisme, le prestige, le statut social, la discrimination, la persuasion ou encore la justice sociale. Les domaines d'application de ces deux champs disciplinaires sont ainsi souvent partagés, comme c'est le cas en particulier de la protection de l'environnement, de la négociation, de la coopération, de la santé, de la justice, de la fiscalité, du don, de l'apprentissage ou des relations au travail.

Au-delà de ces similitudes, les recherches en psychologie sociale et en économie mettent en évidence également certaines différences sur lesquelles reposent la richesse et la complémentarité d'une approche inter disciplinaire. En particulier, les économistes proposent le plus souvent un niveau d'abstraction et de généralité de leurs théories que l'on ne retrouve généralement pas chez les psychologues sociaux. Comparés aux psychologues, les économistes sont ainsi plus sensibles à la cohérence interne de la théorie qu'à sa capacité à représenter de façon fidèle l'environnement qu'elle décrit (Croson [2006]). Nous verrons également que les pratiques expérimentales diffèrent, s'influencent et parfois convergent.

Les connexions récentes entre la psychologie sociale et l'économie existent au niveau de la théorie standard académique mais concernent davantage, par nature, le champ recouvert par l'économie comportementale. Qu'il s'agisse de la macroéconomie ou de la finance comportementales (Akerlof [2002], Thaler [1993]), de la psychologie économique (Rabin [2002]), de la théorie évolutionniste (Nelson et Winter [2002]) ou encore de l'économie expérimentale (Smith [1989]), ces différents courants ont tous bénéficié de l'impulsion majeure donnée, dans le courant des années soixante et soixante-dix, par Herbert Simon, Daniel Kahneman, ou même George Katona (Katona [1980]). Sur le plan académique, très rares sont les auteurs bénéficiant d'une reconnaissance majeure simultanément dans deux disciplines. Honorés tous deux du Prix Nobel d'économie et du Grand Prix de l'Association Américaine de Psychologie, Herbert Simon et Daniel Kahneman personnifient le dialogue existant entre les chercheurs appartenant à des disciplines différentes en se situant clairement à l'interface de l'économie et de la psychologie. Leurs travaux illustrent ainsi leur aptitude à intégrer une pluralité de méthodes et d'analyses, dans un esprit d'ouverture et de tolérance. Comme le souligne Tomer [2007], l'économie comportementale s'inscrit aujourd'hui davantage dans cette mouvance que la théorie économique standard, moins encline à une pratique inter disciplinaire. Le dialogue entre psychologues sociaux et économistes se trouve ainsi logiquement plus fertile dans le champ de l'économie comportementale.

Nous proposons une revue de la littérature soulignant l'intérêt pour les économistes et les psychologues sociaux de renforcer leur collaboration scientifique. Destinée davantage aux économistes qu'aux psychologues, notre revue étudie la contribution de la psychologie sociale à l'économie, en privilégiant (sans exclusive) le domaine de l'économie comportementale. Nous mettons en évidence comment les principales théories, les méthodes ou les outils de la psychologie sociale ont été intégrés progressivement dans l'analyse économique. Nous montrons en particulier combien la prise en compte de ces éléments contribue à changer le regard que l'économiste

porte sur la rationalité, sur l'explication des comportements individuels ou collectifs qu'il étudie ou, enfin, sur les outils d'incitation qu'il peut mobiliser. De façon moins incidente, mais sans pour autant le négliger, notre revue met aussi en lumière l'apport des économistes à la psychologie sociale, révélant ainsi les bénéfiques croisés que l'on peut attendre d'une véritable pratique inter disciplinaire.

Nous précisons tout d'abord le champ et la définition de la psychologie sociale (2). Nous analysons ensuite la rationalité de l'*homo oeconomicus* au regard de la psychologie sociale (3). Nous traitons ensuite de l'influence cruciale des pairs (4). Nous regardons enfin les liens sociaux et les mécanismes de formation des groupes (5) avant de conclure brièvement.

2. La définition du champ de la psychologie sociale

2.1. Définition et structuration de la discipline

La psychologie sociale s'intéresse au comportement social de l'individu. Selon Allport [1968], la psychologie sociale a vocation à « *expliquer comment les pensées, les sentiments et les comportements des individus sont influencés par la présence imaginaire, implicite ou explicite des autres* ». Comme en économie, le comportement de l'individu, et non celui du groupe, est au centre de l'analyse. La notion de comportement « social » est y cependant bien différente. Alors que l'économiste se limite au comportement observable de l'individu, qui découle de ses préférences, l'objet d'étude du psychologue concerne également ses affects, ses perceptions, ses attitudes ou même ses attributions. Les *affects* recouvrent un ensemble d'états affectifs allant des émotions à l'humeur et prennent en compte également les dispositions ou les troubles affectifs⁴. La *perception* est le processus par lequel nous cherchons à connaître et à comprendre les autres personnes ; l'*attitude* correspond à l'état affectif général et persistant, positif ou négatif, ressenti à l'égard d'une personne, d'un objet ou d'un thème ; l'*attribution* enfin est l'inférence (la raison) à propos de la cause d'un événement ou du comportement d'une personne. En psychologie, la notion de « comportement social » recouvre ainsi plusieurs dimensions désignant l'ensemble des pensées, sentiments et comportements de la personne.

Au cœur de ce champ d'analyse se trouve la notion d'influence sociale : celle-ci peut être directe, implicite, consciente, comme le reconnaissent également les économistes, mais aussi inconsciente. Ainsi, même une personne isolée dans une pièce peut être « victime » d'une influence inconsciente, comme lorsque, par exemple, la générosité d'un individu est renforcée par

4. Pour une revue du rôle des affects en économie, voir Petit [2009].

la présence implicite d'une force surnaturelle (Shariff et Norenzayan [2007]). Dans ce cas, ce sont bien les normes ou les règles sociales « intériorisées » qui sont à la source du comportement. L'influence peut également provenir des caractéristiques d'autrui (le « type » au sens de l'économiste) et dépend aussi des composantes psychologiques individuelles des acteurs.

Comme la science économique, la psychologie sociale est structurée schématiquement en différents niveaux d'analyse (Breakwell et Rowett [1982]) : on distingue le niveau intrapsychique, les processus interpersonnels, les phénomènes intragroupes et, enfin, les phénomènes intergroupes. Au niveau *intrapsychique*, on s'interroge sur la façon dont l'individu organise ses perceptions ou bien évalue son environnement social et son comportement dans le cadre d'un tel environnement. A ce stade, les théories et les recherches ont pour but de décrire des phénomènes dont les mécanismes résident à l'intérieur d'une seule personne. Le concept de soi résume ainsi la connaissance que la personne possède d'elle-même, ses attitudes, ses aspirations ou ses valeurs. Au second niveau se situe l'étude des *processus interpersonnels* où le chercheur se focalise notamment sur l'influence du comportement d'une personne sur une autre et sur le rôle des attributions dans la perception d'autrui. Par exemple, une récompense agit-elle efficacement sur la motivation d'un salarié si celui-ci la perçoit (l'attribue) non comme une incitation positive mais davantage comme un manque de confiance de son patron ? Au troisième niveau, l'étude des *phénomènes intragroupes* est l'analyse des phénomènes d'interaction sociale qui se situent à l'intérieur d'un groupe, entre les membres de ce groupe. On s'interroge, par exemple, sur l'influence que le groupe peut exercer sur la performance individuelle (des membres du groupe). Ceci recoupe également le conformisme et le rôle prépondérant des normes sociales. Enfin, au quatrième niveau, on trouve l'analyse des *situations intergroupes* où l'on questionne les effets des interactions entre les groupes – compétition, coopération ou négociation – sur les comportements individuels.

Les avancées récentes de la recherche en psychologie sociale se situent essentiellement au niveau des cognitions inconscientes, du rôle des aspects (neuro) biologiques et de la prise en compte de l'influence de la culture sur le comportement social. Ces tendances sont aussi caractéristiques de l'économie comportementale qui intègre progressivement aujourd'hui les travaux de la biologie évolutionniste (Nelson et Winter [2002]), de la psychanalyse (Wolozin et Wolozin [2007]), de la sociologie (via les aspects culturels), mais aussi des neurosciences (Fehr, Fischbacher et Kosfeld [2005])⁵. Plus généralement, les chercheurs en économie et en psychologie sociale partagent également l'intérêt croissant porté aux liens familiaux et aux réseaux sociaux ainsi qu'aux nouvelles technologies de l'information.

5. L'utilisation récente des outils de la neurologie dans le champ des sciences sociales soulève des questions méthodologiques communes : quelle interprétation donner aux différents corrélats neuronaux d'un comportement observé en laboratoire ? Les données neuronales peuvent-elles être utilisées pour prévoir l'occurrence des comportements ? Un comportement biologique est-il génétiquement déterminé ?

2.2. Méthodes et outils

2.2.1. La pratique expérimentale

La majeure partie des travaux en psychologie sociale repose sur l'expérimentation⁶. Dans ce domaine, la pratique des psychologues sociaux est bien antérieure à celle des économistes expérimentalistes. Ainsi, dans l'esprit de l'économiste Alvin Roth [1995], la toute première étude en économie expérimentale est bien celle de Louis Léon Thurstone, psychologue de formation, qui publie en 1931 un travail sur l'évaluation des courbes d'indifférence dans une revue de psychologie sociale américaine. Les travaux en psychologie sociale témoignent de l'inventivité, de l'audace et de l'engagement de psychologues renommés, qu'il s'agisse de l'étude magistrale de Festinger, Riecken et Schachter [1956] au cœur d'une secte millénariste, de la fameuse investigation de Milgram [1974] sur l'obéissance à l'autorité, des jeux de rôles reproduisant le comportement des prisonniers et des gardiens au sein de l'univers carcéral chez Zimbardo [1975], ou encore de l'utilisation ingénieuse des complices dans les expériences de Schachter [1964]. Sur le plan méthodologique, les économistes n'ont pas hésité à puiser dans la richesse des protocoles déjà bien codifiés en psychologie. C'est ainsi à la lecture des travaux de Allen et Levine [1969] sur l'influence sociale que les économistes ont cherché à renforcer les conditions d'anonymat et d'intimité du sujet dans le jeu du dictateur, via ce qu'on appelle la procédure en « double aveugle » (Hoffman, McCabe et Smith [1996]). Charness et Gneezy [2008] rappellent également que l'analyse clinique de la négociation envisagée par Siegel et Fouraker [1960] aurait pu déboucher sur la prise en compte plus explicite du contexte, sans la mort prématurée de Sidney Siegel. La collaboration de l'économiste Lawrence Fouraker et du psychologue Sidney Siegel préfigurait les liens étroits entre économie et psychologie couronnée par le prix Nobel 2002 attribué simultanément à Daniel Kahneman et Vernon Smith (Innocenti [2010]). Ainsi, la minutie et le systématisme des protocoles élaborés par les économistes, le souci de contrôle ou encore l'attention au fameux biais de l'expérimentateur (« *demand characteristics* ») évoquent sans conteste la façon dont les expériences les plus marquantes de la psychologie sociale ont été réalisées : progressivité de l'analyse des détermi-

6. L'expérimentation s'effectue en laboratoire mais aussi en milieu naturel lorsqu'il est souhaitable d'accentuer la validité externe des protocoles. On retrouve également cette distinction en économie expérimentale avec l'émergence du « *field experiment* » (Lewitt et List [2009]). En psychologie sociale, les autres méthodes d'investigation comprennent notamment les entretiens et les enquêtes, la simulation et les jeux de rôles, ainsi que d'autres méthodes plus secondaires comme l'étude de cas (d'une personne ou d'un groupe), l'analyse de contenu (permettant d'extraire de l'information objective à partir des réponses des participants) et, enfin, la méta-analyse, qui vise à intégrer les résultats d'un ensemble conséquent d'études ayant observé un phénomène particulier. Du fait de l'accumulation de résultats pour certains jeux économiques expérimentaux depuis une trentaine d'années (Ultimatum, Dictateur, Dilemme du prisonnier) et de l'utilité d'étudier les motivations des participants, la méta-analyse (Engel [2010]) ou l'analyse de contenu (Hennig-Schmidt, Li et Yang [2008]) sont désormais également utilisés en économie expérimentale.

nants de l'obéissance chez Milgram [1974], construction de règles déontologiques claires régissant la pratique expérimentale.

Pour autant, les économistes ont très rapidement revendiqué la différenciation de leur pratique expérimentale vis-à-vis de la psychologie (Hertwig et Ortmann [2001] et Croson [2005]), soit dans un esprit d'indépendance, soit pour éviter certains écueils (comme le fait de mentir au sujet), soit plus sûrement pour que cette pratique puisse servir au test de la théorie économique standard. En effet, au début de l'économie expérimentale, la confrontation des données avec les prédictions théoriques des modèles constituait l'objectif central, impliquant de donner la priorité à la cohérence (ou validité) interne des protocoles. Ainsi, alors que les psychologues n'hésitent pas à induire en erreur le sujet quant au véritable objectif de la recherche (principe de duperie), cette pratique est prohibée en économie expérimentale (Bonetti [1998]). La duperie ou le mensonge par omission sont ainsi utilisées avec les plus grandes précautions et doivent impérativement être justifiées⁷. De même, si l'utilisation d'une monnaie hypothétique ainsi que la définition d'un contexte réaliste sont d'usage courant en psychologie, l'économiste expérimentaliste rémunère quasi systématiquement les participants en monnaie réelle et veille le plus souvent à préserver la plus grande neutralité du contexte de la tâche à laquelle il soumet chaque participant. Cependant, comme le souligne Croson [2006], ces différences méthodologiques n'ont pas empêché la convergence des résultats obtenus par des chercheurs dans ces disciplines différentes. Par ailleurs, si la pratique expérimentale usuelle de l'économiste respecte ces différentes règles méthodologiques, de nombreuses expériences récentes ont montré l'importance du contexte tandis que d'autres tendent à relativiser le rôle crucial des incitations monétaires⁸. Chez les économistes, le débat méthodologique n'est donc pas clos, notamment en ce qui concerne le rôle à donner à la contextualisation de l'expérience (Loewenstein [1999]).

Comme l'économiste, mais sans aucun doute davantage que lui, le psychologue social est confronté à l'interprétation de ce que dit le participant. La mesure des croyances est ainsi un enjeu central : comment savoir si le sujet dit ou non la vérité ? Quel crédit apporter au discours ? Une réponse classique en psychologie consiste à demander au sujet ce que ferait autrui dans telle ou telle situation, ce qui permet de neutraliser l'effet lié à la désirabilité sociale. Dans de nombreux cas, des tests de personnalité permettent également de vérifier la cohérence des croyances du sujet (voir 2.2.2). Pour l'économiste, si le comportement demeure l'objet d'étude prioritaire, l'étude des croyances est désormais très répandue. L'utilisation de la « strategy method » (Selten [1967]) permet notamment d'analyser à froid le processus de décision (que feriez-vous dans telle ou telle situation ?). Comme le souligne Charness et Rabin [2005], les résultats expérimentaux témoignent de la fiabilité de cette méthode. Celle-ci bénéficie en effet d'une technique d'incitation propre à l'économiste qui implique la rémunération

7. Scharlermann, Eckel, Kacelnik et Wilson [2001], Gibbons and Boven [2001], Ellingsen, Johannesson, Tjøtta et Torsvik [2010].

8. Pour une revue sur cette question, voir Camerer et Hogarth [1999] et Croson [2005, 2006].

réelle du participant en fonction de la justesse de ses croyances (Ellingsen *et al.* [2010]).

2.2.2. Les outils de mesure des profils individuels

La psychologie sociale étudie le comportement social de l'individu qu'elle tend à relier aux déterminants psychologiques individuels. A cet effet, les chercheurs utilisent des enquêtes individuelles et, le plus souvent, des questionnaires auto-rapports auxquels le participant doit répondre. Dans le questionnaire de type Lickert, par exemple, le participant répond à un ensemble d'items en indiquant sur une échelle prédéfinie (de 5, 7 ou 9 points) dans quelle mesure il est en accord ou en désaccord avec l'énoncé. On obtient le score final d'un participant en additionnant les scores pour chaque énoncé. Ces questionnaires sont notamment utilisés pour mesurer des variables cognitives ou affectives qui peuvent être utiles pour l'économiste : mesure du degré de contrôle (monitorage) de soi (Snyder [1974]), d'identification à un groupe (Grieve et Hogg [1999]), mesure des affects (Watson, Clark et Tellegen [1988]) ou des attitudes implicites liées aux stéréotypes (Greenwald, McGhee et Schwartz [1998]), évaluation de l'estime de soi (Rosenberg [1965]), de la sensibilité à la justice (Schmitt, Gollwitzer, Maes et Arbach [2005]), du degré d'empathie (Davis [1996]), de l'expression subjective des émotions (Frijda [1986]), ou encore de l'intelligence émotionnelle (Charbonneau et Nicol [2002]). Ce type de mesures demeure encore relativement peu répandu dans l'analyse économique qui repose sur l'hypothèse centrale de l'individu représentatif. Certains indicateurs, comme le degré d'orientation sociale (van Lange, Otten, de Bruin et Joireman [1997]) ou l'échelle des cinq traits de personnalité de Briggs [1992], permettent cependant d'introduire l'hétérogénéité de l'agent dans les jeux économiques. Ben-Ner, Putterman, Kong et Magan [2004] révèlent ainsi l'influence des facteurs de personnalité dans un jeu du dictateur. D'autres travaux, plus nombreux, utilisent la méthode du test de l'anneau (Griesinger et Livingson [1973], Liebrand [1984]), pour évaluer les « vecteurs d'orientation sociale » des sujets⁹. Kanagaretnam *et al.* [2009] montrent en particulier que les sujets pro sociaux (pro self) accordent plus (moins) facilement leur confiance et sont plus (moins) aptes à la réciprocité dans un jeu de la confiance.

2.2.3. Les statistiques

Le développement des statistiques au milieu du 20^e siècle a considérablement joué dans la reconnaissance de la méthode expérimentale en psychologie sociale. Ces statistiques permettent de déterminer si les manipulations expérimentales exercent (ou non) une influence significative sur la variable étudiée.

9. Offerman, Sonnemans et Schram [1996], Van Dijk, Sonnemans et Van Winden [2002], Sonnemans, Van Dijk et Van Winden [2006], Kanagaretnam, Mestleman, Nainar et Shehata [2009].

En psychologie, une place importante a été accordée à l'analyse *non paramétrique* pour le traitement des données, ce qui est également le cas en économie expérimentale. L'analyse non paramétrique permet en effet une analyse sur données agrégées par variantes ou par sessions *indépendantes* et convient bien à la méthodologie utilisée en laboratoire : elle n'impose pas aux données une distribution *a priori*, peut s'effectuer avec de petits échantillons et repose généralement sur des tests de rang où le caractère ordinal des données est suffisant. Le regroupement des données permet également de contrôler indirectement l'hétérogénéité des individus en supposant que des variables comme, par exemple, les traits de personnalité (en psychologie) ou l'aversion au risque (en économie) ne varient pas systématiquement entre deux échantillons aléatoires. En psychologie, des tests en statistique non paramétrique comme ceux du Chi-deux, du test exact de Fisher ou du test de la médiane, sont très répandus. Ils sont également largement utilisés par les économistes grâce à l'influence notable du psychologue Sydney Siegel [1956]. Les économistes privilégient cependant les tests de Wilcoxon, de Mann-Whitney (comparaison de 2 échantillons) ou même de Kruskal-Willis (avec k échantillons) à la suite du travail influent de Forsythe, Horowitz, Savin et Sefton [1994]. Le test U de Mann-Whitney est en effet l'un des tests les plus puissants permettant d'évaluer la présence de différences de résultats entre des variantes d'une même expérience. Le test permet de savoir par exemple si les contributeurs d'une variante dans le jeu du bien public (avec possibilité de punition de ses partenaires) ont contribué davantage (et de façon significative) que ceux de la variante contrôle (sans possibilité de punition). En général, les tests en statistique non paramétrique sont très conservateurs au sens où une différence significative est difficile à trouver sauf si les traitements sont vraiment différents.

La différence de pratique entre psychologues (sociaux) et économistes est plus marquée au niveau de l'analyse *paramétrique* des données de l'expérience¹⁰. D'après Croson [2005], cependant, les méthodes complémentaires utilisées par les chercheurs donnent des résultats comparables sur le plan qualitatif. Pour effectuer une analyse paramétrique, les psychologues utilisent le plus souvent une analyse de variance (ANOVA) ou de variance multiple (MANOVA). L'analyse de la variance permet d'étudier le comportement d'une variable à expliquer continue en fonction d'une ou plusieurs variables explicatives. Elle permet également de mesurer les effets d'interaction entre deux ou plusieurs variables qui sont au cœur de la pratique des psychologues. De façon différenciée, en économie, les expérimentalistes ont recours à l'analyse économétrique à la fois sans doute en raison de ses fortes potentialités (voir Montmarquette [2008] pour une revue complète) mais également, d'après Croson [2005], pour convaincre, à partir d'un langage commun, la communauté des économistes de la validité des résultats expérimentaux obtenus. Il existe une gamme très étendue de modèles para-

10. À l'inverse de l'approche non paramétrique, l'approche paramétrique impose certaines contraintes sur les données en supposant que la variable de décision suit une loi de densité précise (par exemple, une loi normale). En contrepartie, l'approche paramétrique introduit des variables individuelles observées comme le sexe du participant, son âge, des éléments de sa personnalité, sa discipline d'étude, ou même, en économie expérimentale, sa participation antérieure à des expériences ou non.

métriques, comme les modèles à variables latentes ou discrètes (*probit*, *probit* ordonné, *logit* binaire) qui permettent d'analyser, par exemple, la décision de contribuer (oui ou non) dans un jeu du bien public. L'analyse paramétrique repose sur davantage d'observations que l'approche non paramétrique et conduit plus facilement à trouver des coefficients de variables statistiquement significatifs. Une analyse des effets marginaux, permettant d'évaluer l'influence effective de chaque variable, est cependant en général nécessaire. L'expérimentaliste mobilise également l'économétrie pour étudier les effets d'interaction, lorsque, par exemple, il cherche à savoir si l'impact d'une première variable indépendante (la contribution des autres joueurs) varie en fonction du niveau des autres variables indépendantes (l'orientation sociale du joueur ou sa discipline d'étude).

2.3. Les cadres théoriques

La psychologie sociale s'est constituée sur la base d'un socle de théories fondatrices portant notamment sur l'effet du leadership sur le groupe (Lewin, Lippitt et White [1939]), la coopération-compétition (Deutsch [1949]), le conformisme (Sherif [1936], Asch [1952]), les conflits (Sherif [1966]), la comparaison sociale (Festinger [1954]), la dissonance cognitive (Festinger [1957]), l'apprentissage social (Rotter [1945]), l'obéissance à l'autorité (Milgram [1974]) ou encore l'équité (Walster, Walster et Berscheid [1978]). Aujourd'hui, la tendance récente en psychologie sociale consiste à utiliser des « mini théories » conçues pour analyser des phénomènes précis tels que le sentiment d'auto efficacité (Bandura [1997]), la soumission librement consentie (Joule et Beauvois [2002]) ou la motivation intrinsèque (Ryan et Deci [2000]). Cette orientation n'est cependant pas partagée par tous : Kruglanski [2004] déplore ainsi l'absence de « meta-théories » en psychologie sociale et suggère d'intégrer certains corpus théoriques.

Comparativement, les cadres théoriques développés en psychologie sociale sont ainsi moins génériques que ceux développés par la théorie économique standard. Ils sont également beaucoup moins formels, l'usage des mathématiques en psychologie sociale étant relativement peu répandu. En particulier, la théorie des préférences, le modèle d'équilibre général walrassien ou encore la théorie des jeux, proposent aux économistes un cadre unifié, formalisé et cohérent, reconnu par le plus grand nombre. Cependant, si l'on se limite au champ plus restreint de l'économie expérimentale et comportementale, l'unité des corpus théoriques semble moins apparente. À l'origine destinée à modifier la théorie standard en intégrant « une ou deux hypothèses » alternatives dans le sens d'un plus grand réalisme psychologique (Camerer, Loewenstein et Rabin [2004]), l'économie comportementale a rapidement intégré une pluralité de comportements et a débouché, en conséquence, sur une grande diversité de modèles. En dépit d'un plus grand réalisme, la première génération des modèles comportementaux est ainsi loin d'offrir les modèles canoniques permettant, par exemple, d'analyser avec suffisamment de généralité les préférences sociales des agents (Fudenberg [2006], Levine [2009]). Comme en psychologie

sociale, le défi lancé à l'économie comportementale consiste à décrire de façon plus réaliste les régularités des comportements humains tout en intégrant le souci de la généralité.

3. La rationalité de l'*homo oeconomicus* à l'épreuve de la psychologie sociale

La théorie économique standard repose sur une hypothèse relative à la rationalité et au comportement des agents. Le débat oppose souvent, parfois de façon caricaturale, les défenseurs de la rationalité à ses opposants. Dans la foulée des travaux novateurs de Herbert Simon [1982] sur la rationalité limitée¹¹, les psychologues sociaux ont participé activement à ce débat en soulignant le caractère irréaliste de l'hypothèse de rationalité. La littérature se focalise ainsi sur les *erreurs* de raisonnement dans la prise de décision, les *biais* et autres incohérences de l'individu¹². Pour les chercheurs en sciences sociales, un autre regard est cependant possible. Comme le soulignent Krueger et Funder [2004], une approche plus constructive en psychologie sociale consiste à identifier à la fois les environnements propices à l'apparition de ces biais *ainsi que* ceux dans lesquels ils disparaissent. Dans la lignée des travaux en psychologie *positive* (Seligman et Csikszentmihalyi [2000]) et, à l'instar de la « méthode douce » (« nudge ») proposée par Thaler et Sunstein [2010], le travail de l'économiste serait, selon cette logique, de proposer des instruments permettant de limiter l'occurrence de ces biais dans l'intérêt des individus.

3.1. Les hypothèses de la rationalité en économie

En économie, la notion de rationalité recoupe schématiquement une vision standard autour de la rationalité « instrumentale » à laquelle s'oppose celle initiée par Simon [1955] associée à la rationalité « procédurale ».

3.1.1. La rationalité instrumentale

Dans son acception la plus générale, l'hypothèse de rationalité dite « instrumentale » pose que l'*homo oeconomicus* est un être calculateur, doté de

11. Voir Augier [2001] pour une revue.

12. Parmi les nombreux biais évoqués dans la littérature en économie (et que nous n'évoquerons pas spécifiquement), on trouve notamment les biais d'auto complaisance (« *self-serving bias* »), de fausse perception d'unicité, de statu quo, de confirmation, le biais de la « sagesse après coup » (« *hindsight bias* »), ainsi que la stratégie auto handicapante ou encore les prophéties auto réalisantes.

capacités mnésiques et de calcul exceptionnelles, qui cherche à optimiser ses intérêts. Il choisit en conséquence les actions qui satisfont au mieux son utilité compte tenu de toute l'information à sa disposition. Au sein de son environnement, il dispose d'un parfait contrôle de soi et d'un plein libre-arbitre. Il a également une connaissance parfaite de ses caractéristiques propres et des opportunités qui lui sont proposées. L'individu rationnel est aussi capable de mémoriser parfaitement ses actions passées et identifie clairement ses intentions futures.

Dans la théorie du choix rationnel, les préférences des individus déterminent leurs choix qui motivent leurs comportements. Les préférences sont supposées déterminées une fois pour toutes, au sens où elles seraient totalement constituées : les préférences sont dites exogènes ou non expliquées par les modèles. L'hypothèse d'exogénéité implique que la fonction d'utilité n'est pas influencée par le processus de délibération ou par ses résultats, le décideur n'étant pas sensible aux conditions dans lesquelles s'exerce son choix. Les économistes admettent que les préférences individuelles ne sont pas nécessairement constantes mais, le plus souvent, on les considère fixes temporellement, c'est-à-dire stables dans le temps. En particulier, le décideur n'est pas sensible aux évolutions de son environnement immédiat susceptibles de moduler à court terme sa fonction d'utilité. La théorie postule enfin, de façon centrale, que les préférences et les croyances sont clairement indépendantes. Cela signifie, d'une part, que les individus ne modifient pas leurs préférences en fonction de la probabilité de survenance des événements et, d'autre part, que leurs croyances ne peuvent changer la probabilité de ces états aléatoires.

Le postulat de rationalité ne suppose pas cependant l'omniscience de l'*homo oeconomicus* à propos d'autrui. Ainsi, l'individu ne connaît pas nécessairement les caractéristiques des autres individus, ni les décisions qu'ils sont susceptibles de prendre. Dans une situation d'interaction stratégique, dans laquelle les effets des actions d'un individu dépendent de celles menées par les autres, l'agent économique est cependant capable de deviner quelles sont les caractéristiques, les croyances, les préférences ou même les intentions de ses partenaires ou de ses concurrents. Les économistes considèrent en ce sens que l'individu est capable de former des conjectures – ou plus simplement des anticipations – qui portent sur son environnement proche ainsi que sur la rationalité ou le type des autres. Une hypothèse centrale est que l'agent économique suppose que ceux qui sont en interaction avec lui sont également rationnels. On dit que la rationalité des agents est « connaissance commune » au sens où chacun des agents suppose la *rationalité* des autres. L'individu peut dès lors anticiper le comportement, les intentions ou les croyances de l'autre *en se mettant à sa place*. L'individu effectue ses choix en supposant que les autres agents vont se conduire comme lui-même le ferait dans cette situation. En particulier, lors d'une situation d'interaction stratégique, les individus s'engagent dans un système de croyances croisées sur leurs actions futures respectives, elles-mêmes ancrées dans un système de croyances croisées sur leurs caractéristiques respectives (Walliser [2008]). L'acteur adopte une « rationalité bayésienne », à savoir qu'il choisit la règle de décision qui maximise son espérance d'utilité compte tenu des croyances qu'il forme sur le type de

l'autre (caractéristiques, comportement futur). Il effectue des choix individuels face aux différentes sources d'incertitude sans recourir à une médiation extérieure, toutes les influences extérieures étant intégrées de façon plus ou moins fidèle dans ses croyances.

3.1.2. La rationalité procédurale

La rationalité instrumentale est utilisée par une grande majorité des économistes et notamment des théoriciens des jeux. À cette conception d'une rationalité quasi parfaite, Simon [1955] oppose une rationalité *limitée*, au sens où l'individu ne maîtrise pas tous les éléments de son environnement et ne peut calculer toutes les potentialités. Les individus effectuent leurs choix en fonction d'objectifs limités, sur la base d'une série d'observations ou d'inférences finies, lesquelles peuvent être erronées. La rationalité limitée peut cependant être décrite à l'aide de *procédures* utilisées par les agents pour guider leurs choix. L'agent rationnel recherche ainsi les différentes solutions alternatives et en adopte une qui apparaît comme étant la plus *satisfaisante* compte tenu des buts que l'agent s'est fixés.

L'inventivité de Simon, économiste et psychologue, a été de reconnaître très tôt la complexité des processus de décision et d'attribuer une grande place à l'apprentissage des acteurs et à la dimension cognitive de la décision. Herbert Simon a ainsi ouvert la voie à une série de travaux initiés par les psychologues sociaux qui élargissent la conception usuelle de la rationalité en prenant en compte notamment la cognition sociale.

3.2. L'utilisation des heuristiques

Contrastant avec les aptitudes exceptionnelles de l'*homo oeconomicus*, les psychologues soulignent le rôle fondamental des « *heuristiques* » au cours du processus de décision. On doit notamment cet éclairage aux travaux fondateurs des psychologues Daniel Kahneman et Amos Tversky dans le courant des années 1970 (Tversky et Kahneman [1974, 1983], Kahneman et Tversky [1979]). Les heuristiques sont des procédures mentales simples et rapides qui nous permettent d'élaborer des croyances ou de faire des choix sans l'aide de la réflexion. Ces raccourcis mentaux peuvent être de nature différente. Ils indiquent, par exemple, notre tendance à généraliser notre jugement à partir d'un cas particulier (la « représentativité ») ou notre penchant à modifier notre décision en fonction de la façon dont l'information nous est présentée, ce que l'on appelle le « *framing* » (Gilovich, Griffin et Kahneman [2002], Gigerenzer [2009]). Ces règles décisionnelles de « *simulation* », de « *disponibilité* », « *d'ancrage* », de « *comptabilité mentale* », ou encore ces heuristiques « *affectives* » (Finucane, Alhakami, Slovic et Johnson [2000]) ou de « *reconnaissance* » (Gigerenzer [2007]), sont rapidement applicables, faciles à utiliser et le plus souvent correctes. En revanche, au regard des capacités prêtes à l'agent économique, elles traduisent une *imperfection* de la prise décision. Ainsi, l'heuristique de reconnaissance

incite l'individu à adopter des représentations ou des jugements familiers. Elle explique l'existence d'une préférence marquée pour le connu ou, au contraire, d'une aversion à l'ambiguïté. L'heuristique de représentativité implique, de son côté, une confusion concernant l'utilisation de la loi des grands nombres¹³. L'effet de présentation modifie les choix ou les jugements d'individus confrontés à une information statistique de même nature. En particulier, Gigerenzer [2009] a montré, dans une série d'expérimentations, combien l'individu est peu apte à manier les probabilités conditionnelles (i.e, la règle de Bayes) et combien, en revanche, nos esprits sont adaptés aux fréquences naturelles¹⁴. L'auteur évoque en particulier l'existence d'un « *innumérisme* » statistique qu'il explique en considérant que les probabilités, les pourcentages et autres formes normalisées de représentation des risques sont récents tandis que les « fréquences naturelles résultent de l'échantillonnage naturel, le processus par lequel les hommes et les animaux ont expérimenté le risque au cours de leur évolution » (Gigerenzer [2009, p. 70])

3.3. Les conséquences de la dissonance cognitive

La théorie de la dissonance cognitive est l'une des théories les plus citées en psychologie sociale. Elle a été, sans doute pour cette raison, intégrée de façon précoce dans la théorie économique¹⁵ et a été mobilisée fréquemment

13. Cette heuristique peut être illustrée de façon simple par « *l'erreur du parieur* » (Clotfelter et Cook [1993]). Imaginez que l'on jette une pièce de monnaie en l'air à six reprises et que l'on enregistre la séquence suivante [Pile, Face, Pile, Pile, Pile, Pile, Pile]. A votre avis, de quel côté, va tomber la pièce ? L'erreur du parieur consiste à se baser sur la loi des « petits nombres » en supposant soit que la tendance va s'inverser (en jouant Pile), soit qu'elle va se poursuivre (en jouant Face). L'individu rationnel sait de son côté que, les tirages étant indépendants, il a une chance sur deux d'obtenir Pile ou Face au prochain tirage. Pour une application des différentes heuristiques aux choix des investisseurs financiers, voir Mangot [2008].

14. Pour s'en rendre compte, imaginez le cas suivant. La probabilité pour qu'une femme de 40 ans développe un cancer du sein est de 0,8 pour cent. Si elle a un cancer du sein, la probabilité pour que le résultat d'une mammographie soit positif est de 90 pour cent. Si elle n'a pas de cancer du sein, la probabilité pour que le test soit malgré tout positif est de 7 pour cent. Si la mammographie donne un résultat positif, quelle est la probabilité que la patiente soit vraiment atteinte d'un cancer du sein ? Formulé ainsi, 95 pour cent des médecins sondés par Gigerenzer [2009] ont estimé les risques de cancer du sein à 70 pour cent, soit environ 10 fois plus que la bonne réponse. Formulé en terme de fréquences, le problème devient : huit femmes sur 1000 souffrent du cancer du sein ; sur ces 8 femmes atteintes du cancer du sein, 7 auront un résultat positif à la mammographie ; sur les 992 femmes non atteintes du cancer du sein, quelque 70 auront malgré tout une mammographie positive. Considérez un groupe de femmes dont les mammographies sont positives. Combien parmi elles sont effectivement atteintes du cancer du sein ? Dans ce cas, la majorité des médecins formulent la réponse juste (7 sur 77).

15. Les travaux novateurs d'Akerlof et Dickens [1982] ont ainsi donné naissance à une littérature abondante sur la dissonance (voir notamment Rabin [1994], Haagsma et Koning [2002], Oxoby [2004], Bernheim et Thomadsen [2005], Benabou et Tirole [2006], Beretti, Grolleau et Mzoughi [2009], Lester et Yang [2009]).

en économie expérimentale¹⁶. Selon Festinger [1957], les individus ajustent *a priori* leurs idées, croyances ou idéologies, au comportement qu'ils viennent de réaliser. En « animal rationalisant », l'individu ajusterait ainsi après coup ses convictions à son comportement, au lieu de déduire de ses croyances un comportement, comme le suppose généralement l'économiste. D'après la théorie de Festinger [1957], toute relation de dissonance entre cognitions amène l'individu à ressentir un état d'inconfort psychologique appelé « dissonance ». Cet état serait en lui-même motivant au sens où il inciterait l'individu à réduire son inconfort psychologique. Par exemple, un consommateur confronté à une procédure de choix pour deux biens substituables est exposé à une dissonance (le renoncement aux avantages offerts par l'alternative non retenue) d'autant plus forte que les deux alternatives sont toutes deux attrayantes et disposent de caractéristiques proches. La réduction de la dissonance se traduira par une tendance à justifier *a posteriori* le choix opéré en maximisant ses attraits et en minimisant ceux de l'alternative rejetée. Comme le montre cet exemple, les implications de la théorie de la dissonance sur la structure des préférences sont majeures : comment justifier le fait que l'on passe d'une situation *ex ante* d'indifférence à une situation *ex post* de préférence forte ?

La théorie de la dissonance cognitive est aujourd'hui incontournable en psychologie sociale. Elle est notamment au centre du processus de comparaison sociale (Festinger [1954]) ou de la croyance en un monde juste (voir 3.4.4 ci-dessous). Elle fournit une explication centrale de la persistance de l'obéissance à l'autorité chez Milgram [1974] et un fondement à la théorie de l'engagement [Joule *et al.* [2002]). En économie, son champ d'application est également très vaste en vertu de son fort pouvoir explicatif, la désutilité issue d'un conflit pouvant déboucher soit sur un comportement non dissonnant soit sur une procédure de justification permettant de diminuer la dissonance. Si, par exemple, la recherche de mon intérêt personnel est en conflit avec l'intérêt collectif, je peux tout aussi bien privilégier mon intérêt (en changeant mon attitude vis-à-vis de la norme sociale, par exemple, en la dépréciant) ou, au contraire, adapter mon comportement pour tenir compte de l'intérêt collectif. Ainsi, vecteur de l'équité ou de la recherche de l'intérêt personnel chez Konow [2000] ou bien chez Abbink *et al.* [2000], la dissonance cognitive s'illustre également dans le domaine de l'évasion fiscale, de la finance, de la théorie du mariage, de l'offre de travail ou même de la consommation de cannabis. Une théorie englobante permettant de prendre en compte les différents aspects comportementaux liés à la dissonance cognitive demeure cependant encore à construire.

3.4. La théorie de l'esprit

La psychologie fournit aux économistes des modèles théoriques utiles à la compréhension des interactions stratégiques. La « théorie de l'esprit » se

16. Voir, en particulier, Konow [2000], Abbink, Irlenbusch et Renner [2000], Houser, Xiao, McCabe et Smith [2008], ou encore Xiao et Houser [2009].

définit comme l'aptitude à distinguer ses propres états mentaux – croyances, intentions, préférences, connaissance, etc. – des états mentaux d'autrui. Sur le plan comportemental, la théorie de l'esprit est aussi l'aptitude à tirer de cette distinction les conséquences en matière de comportement d'autrui et, dès lors, de son propre comportement.

3.4.1. L'effet de faux consensus

Comme le souligne Dawes [1989], d'un point de vue strictement logique, supposer que les autres pensent ou ressentent comme nous le faisons, n'est pas une idée incohérente, tant que l'on a aucun moyen de savoir ce que pensent ou ressentent effectivement les autres. En ce sens, il serait légitime pour l'individu « bayésien » de supposer la rationalité de l'autre en l'absence d'information spécifique (hypothèse de connaissance commune de la rationalité). Par exemple, si je m'apprête à coopérer ou, au contraire, à faire défection, j'aurai tendance à sur pondérer la proportion de mes partenaires qui le feront également (Neugebauer, Perote, Schmidt et Loos [2009]). Pour les psychologues sociaux, cette tendance correspond à un biais de (faux) consensus (Ross, Green et House [1977]), une aptitude égocentrique visant à estimer le comportement d'autrui à partir de notre propre comportement. Pour l'économiste, cette aptitude est compatible avec l'hypothèse de l'homo oeconomicus tant qu'aucune autre information n'est disponible. En revanche, si l'individu dispose d'une information préalable sur le comportement d'autrui, et qu'il accorde davantage de poids à sa propre décision qu'à celle de tout autre membre de la population, le processus de révision de ses croyances est biaisé par rapport à la règle de Bayes. En ce cas, les estimations des individus révèlent un *vrai biais de faux consensus* (Dawes [1989], Engelmann et Strobel [2000, 2007]). Sous cette forme, le biais de faux consensus pose la question cruciale du processus de révision des croyances et du lien de causalité qu'il sous-tend entre les croyances des agents et leur comportement : nos croyances orientent-elles notre comportement ou est-ce en fait le contraire ? Par exemple, les individus coopèrent-ils parce qu'ils anticipent ou espèrent que leurs partenaires feront de même ou bien parce que, *envisageant eux-mêmes de coopérer*, ils perçoivent leurs partenaires comme de probables coopérants (Frey et Meyer [2004]) ? Les preuves empiriques obtenues en économie expérimentale ne corroborent pas pour l'essentiel l'effet de faux consensus¹⁷. Engelmann and Strobel [2000, 2007] montrent, en particulier, qu'en présence d'information explicite, délivrée « sur un plateau », les individus révisent leurs anticipations sur la base du comportement des autres. En revanche, en l'absence d'information, ou lorsque cette information est implicite et nécessite un effort cognitif du sujet, l'effet de faux consensus persiste. La présence d'un faux consensus découlerait ainsi davantage d'un usage inapproprié de l'information présente (mais implicite), en relation avec l'heuristique de disponibilité (Tversky et Kahneman [1974]), plutôt que d'un biais égocentrique. La présentation expli-

17. Offerman *et al.* [1996], Engelmann *et al.* [2000, 2007], Neugebauer *et al.* [2009] ; voir cependant Fetchenhauer et Dunning [2009] et Ellingsen *et al.* [2010] pour un contrepoint dans le jeu de la confiance.

cite de l'information et/ou un processus d'apprentissage permettraient par conséquent de le neutraliser.

3.4.2. La diffusion de la responsabilité

L'une des implications majeures de l'hypothèse de connaissance commune de la rationalité est de justifier théoriquement l'impossibilité de la coopération entre individus guidés par la recherche de leur intérêt personnel. Dans un jeu du bien public, par exemple, l'individu rationnel espère profiter de la contribution de ses partenaires sans avoir à contribuer lui-même : il se comporte en « passager clandestin ». Si chaque individu fait ce raisonnement, cependant, et anticipe que les autres le feront, l'émergence de la coopération est peu probable. En psychologie sociale, le problème du passager clandestin est à rapprocher du phénomène de « *diffusion de la responsabilité* » (Darley et Latané [1968]), par lequel chaque individu pensant que l'autre va intervenir pour aider une personne en difficulté n'intervient finalement pas. Ainsi, plus le nombre de personnes en mesure d'aider la victime augmente, moins chacune d'elles sentira personnellement le besoin d'agir : c'est « l'effet du passant ». Garcia, Weaver, Moskowitz et Darley [2002] ont montré que cet effet pouvait être amorcé de façon cognitive : le simple fait, pour une personne isolée, de s'imaginer être dans un groupe (alors que dans les faits, elle est seule), l'amènerait à moins contribuer financièrement à une œuvre de charité que si elle s'imaginait seule ! Dans le jeu du bien public, le problème de diffusion de la responsabilité peut se poser même si l'on envisage un mécanisme de sanction dans lequel les contributeurs ont la possibilité de punir ceux dont la participation est jugée insuffisante (Carpenter [2007]). De nombreuses expérimentations récentes en économie indiquent l'efficacité de la punition pour promouvoir la coopération dans le cas de groupes restreints dans le contexte du laboratoire (voir, par exemple, Fehr et Gächter [2002]). Cependant, si tous les bons contributeurs jugent qu'il faut sanctionner les opportunistes mais anticipent dans le même temps que d'autres l'ont déjà fait ou vont le faire (supra rationalité), la sanction peut être inefficace. La taille du groupe favoriserait donc la diffusion de la responsabilité et réduirait l'efficacité d'un système de sanction intragroupe. La taille du groupe et la présence de l'anonymat peuvent cependant exercer un mouvement contraire lorsque chaque participant prend conscience du fait que, même si sa participation n'a pas d'influence sur celle du groupe, s'il ne participe pas, et que chacun raisonne de la même manière, la construction du bien public n'aura pas lieu. On trouve ici, dans un autre contexte, une explication au paradoxe du vote (Quattrone et Tversky [1992]) : chaque citoyen reconnaît que son influence sur le résultat du vote est minime mais a conscience également que si tous les votants raisonnent comme lui, le candidat qu'il soutient n'a aucune chance de passer.

3.4.3. La pensée magique et l'illusion de contrôle

La pensée magique et l'illusion de contrôle vont plus loin qu'une simple prise de conscience d'un processus cognitif. La pensée magique implique,

en particulier, que les individus se comportent *comme si* leurs décisions pouvaient modifier les résultats, sans adhérer cependant à cette croyance (Shafir et Tversky [1992]). L'illusion de contrôle est la tendance à croire que nous pouvons contrôler ou du moins influencer des résultats sur lesquels nous n'avons, en réalité, aucune influence (Langer [1989]). D'après Yamagishi et Mifune [2008], par exemple, plus de 28 % des participants à leur expérimentation étaient d'accord avec l'idée que les membres de leur groupe contribueraient davantage si eux-mêmes contribuaient davantage. La pensée magique contredit le fait qu'un individu rationnel maximise son utilité espérée uniquement en fonction de son espace de décision. Elle suppose que l'individu imagine qu'il puisse modifier la probabilité d'événements aléatoires en adoptant tel ou tel comportement. Dès lors, l'individu maximise une utilité espérée conditionnelle (Masel [2007]). Sous cette hypothèse, il devient rationnel pour un joueur de contribuer au bien public s'il suppose un effet de consensus (les autres joueurs sont comme moi) et qu'il anticipe une corrélation positive entre sa propre contribution et la contribution moyenne de ses partenaires. Comme dans le cas de l'effet de consensus, l'impact de la pensée magique peut disparaître lorsque l'individu est confronté aux observations passées. Par ailleurs, l'effet de la pensée magique est amoindri lorsque les participants doivent évaluer les comportements des autres joueurs avant qu'on leur propose de jouer eux-mêmes (Crosson [2000]) ou s'ils savent que leur partenaire a déjà joué (Morris, Sim et Giroto [1998]).

3.4.4. La croyance en un monde juste

D'après l'hypothèse de la croyance en un monde juste (Lerner [2003]), les individus supposent qu'ils vivent dans un monde où ils méritent ce qui leur arrive et où ce qui leur arrive est mérité. En économie, la croyance en un monde juste doit sa notoriété aux travaux théoriques de Bénabou et Tirole [2006] qui mettent en perspective les différences culturelles (américaines et européennes) dans l'occurrence de cette croyance ainsi que son impact sur les inégalités. Sur le plan expérimental, les psychologues Dalbert et Umlauf [2009] observent une corrélation entre l'échelle de la croyance en un monde juste et le comportement de don dans un jeu du dictateur.

3.4.5. L'erreur fondamentale d'attribution

En psychologie, la recherche d'attribution est la recherche d'une cause d'un comportement ou d'un événement. L'erreur fondamentale d'attribution identifiée par Ross et ses collègues [1977] met en évidence une tendance générale des individus à sous évaluer, dans l'explication du comportement d'une personne, l'effet lié à la *situation* dans laquelle elle se trouve et à sur estimer, au contraire, l'effet associé au *caractère* de cette personne. Nous aurions ainsi tendance à sur estimer les qualités d'un chef d'Etat en période de croissance et à le déconsidérer injustement en phase de crise économique (Leigh et McLeish [2009]). En économie, l'erreur fondamentale d'attri-

bution implique une erreur d'appréciation d'un agent sur le type de l'autre, par exemple lorsqu'un acheteur croit à l'honnêteté du vendeur qui prétend (faussement) que son produit intéresse un autre acheteur potentiel (Ettinger et Jehiel [2010]). S'il utilise de l'information sur le comportement de l'autre, sans prendre pleinement en compte le contexte de la décision, l'individu risque ainsi de se méprendre sur ses (bonnes) intentions ou sur la vraie nature de ses préférences sociales (voir point 4.3 ci-dessous). En utilisant un protocole astucieux, Weber, Camerer, Rottenstreich et Knez [2001] montrent que les membres d'un groupe ont tendance à blâmer (injustement) le leader pour son incapacité à faire émerger une solution avantageuse pour tous dans un jeu de coordination. Les auteurs utilisent le fait que la réussite de la coordination est aisée lorsque la taille du groupe est faible, mais très difficile lorsque celle-ci est élevée, distinction que les membres du groupe ne font généralement pas. Les membres du grand groupe sous estiment ainsi les effets du contexte (la taille du groupe) et soulignent au contraire les défaillances individuelles du leader. Une erreur d'attribution sur les raisons de la performance du leader a ainsi davantage d'impact sur son éviction (coûteuse) dans les grands groupes que dans les petits. La littérature en psychologie indique cependant que ce biais d'attribution peut être limité lorsque les individus savent qu'ils doivent justifier et expliquer leur croyance (Tetlock [1985]).

4. L'influence des pairs

L'influence des pairs (« *peer pressure* ») est au cœur de l'analyse en psychologie sociale. Les célèbres travaux de Stanley Milgram sur l'obéissance à l'autorité ont révélé à la communauté scientifique la force exceptionnelle de la pression sociale sur le comportement individuel¹⁸. Le travail remarquable de Milgram [1974] a consisté à montrer que le taux d'obéissance varie en fonction de la distance sociale ou physique qui sépare le sujet de sa victime ou qui le rapproche au contraire de l'autorité. Le contexte social dans lequel s'effectue l'action jouerait ainsi un rôle prépondérant dans la façon dont les individus manifestent les effets d'une norme intériorisée, comme celle de l'obéissance. En économie, le rôle fondamental des normes sociales sur le comportement individuel a également été souligné par de nombreux auteurs (Elster [1989], Fehr *et al.* [2002]). Pour l'économiste, les normes de réciprocité, de don, d'équité, de responsabilité sociale, de loyauté, de justice sociale, etc., revêtent un caractère particulier : elles peuvent engendrer des

18. Au cours de l'expérimentation, l'autorité sollicite un sujet (le professeur) pour administrer des chocs électriques à un autre sujet (l'élève qui est en fait le complice de l'expérimentateur). Milgram [1974] montre qu'une grande majorité de sujets (65 % dans la condition de base) sont obéissants et activent les 30 curseurs (de 15 à 450 volts). *A contrario*, nul ne s' imagine une seconde dans la position du sujet obéissant ! Les individus sous estiment ainsi l'influence sociale et sur estiment leur aptitude au libre arbitre (erreur fondamentale d'attribution, voir 3.4.5). Au cœur de l'expérience, cependant, du fait de la dissonance cognitive (voir 3.3), il est plus facile pour le sujet d'obéir en justifiant le bien-fondé de son comportement passé que de désobéir en reconnaissant le caractère immoral de son action.

comportements pro sociaux (coopération, altruisme, générosité, coordination, confiance, préférence pour l'équité) qui sont bénéfiques pour la société. Une littérature émergente indique, en particulier, les effets de l'observabilité et de la distance sociale sur l'adhésion à la norme. Trois questions apparaissent centrales dans la littérature la plus récente : quel est le poids du conformisme dans l'édification des normes sociales ? Un leader ou une autorité publique peuvent-ils guider les comportements individuels dans le sens du bien-être collectif ? Enfin, comment expliquer et modéliser la formation et l'émergence des normes sociales ?

4.1. Le conformisme

Selon les psychologues sociaux, le conformisme survient lorsqu'il y a, chez un individu, *un changement dans son comportement, ses opinions ou ses perceptions, suscité par la présence, réelle ou imaginaire, d'une personne ou d'un groupe*. Sherif [1936] fut un pionnier de l'étude du conformisme en psychologie sociale. Selon lui, les individus qui sont dans une situation peu familière, ou qui ne connaissent pas les « normes » en vigueur, se servent des personnes autour d'eux comme guide pour orienter leurs comportements. Asch [1952] renforça cette idée en montrant que, même dans le cas où la perception des individus est très fiable, il peut tout de même y avoir du conformisme¹⁹. Ces premières études ont ainsi permis d'identifier les deux raisons centrales qui poussent les agents au conformisme : l'utilisation d'une information préalable jugée pertinente ou l'alignement sur ce qui est perçu comme une norme sociale.

4.1.1. Le conformisme informationnel

Pour un individu qui n'a pas une connaissance précise de son environnement, il est fondé de se reposer sur l'information que les autres membres du groupe semblent détenir. Par exemple, dans un jeu du bien public, si les règles du jeu semblent initialement confuses – comme le suppose Andreoni [1995] – et que l'on observe au départ qu'une majorité de joueurs ne contribuent pas ou très peu, il est rationnel d'imiter leur comportement si cela réduit les coûts cognitifs de rassemblement et de traitement de l'information (Carpenter [2004]). En économie, le rôle du conformisme *informationnel* est ainsi puissamment relayé via les phénomènes « d'imitation », de « contagion », « d'épidémies », de « comportements moutonniers », de « cascades informationnelles », caractéristiques notamment des marchés

19. Dans l'expérimentation de Asch [1952], les sujets sont invités à comparer une ligne standard avec d'autres lignes de longueur variées, exercice ne représentant visuellement aucune difficulté. Cependant, confrontés à une majorité de participants (complices de l'expérimentateur) qui, se prononçant avant eux, indiquent une réponse erronée, les sujets ont le choix entre se conformer à l'opinion majoritaire (ce que font 37 % des sujets) ou rester fidèle à leur perception.

financiers²⁰. La tendance à se conformer dépend ici de la qualité de l'information détenue par l'individu et de la confiance que la personne accorde à son jugement.

4.1.2. Le conformisme normatif

En économie, le conformisme *normatif* a été initialement l'objet de travaux théoriques fondateurs (Akerlof [1980], Jones [1984], Bernheim [1994]). Jones [1984] intègre dans la fonction d'utilité de l'agent une pénalité qui dépend de la distance entre le choix de l'individu et celui des autres membres du groupe. Dans le modèle de Bernheim [1994], les individus sont supposés tenir compte de leur utilité intrinsèque ainsi que leur statut. Ce modèle postule que les actions des agents offrent un signal aux autres sur leurs préférences. L'équilibre de ce jeu de signaux implique que les agents se conforment si leur réputation (en terme de statut) est suffisamment importante à leurs yeux par rapport aux gains matériels liés à leur consommation.

Le conformisme est également l'objet de travaux théoriques plus récents (Klick et Parisi [2008], Cartwright [2009]), et trouve aujourd'hui, en économie expérimentale, un terrain d'application particulièrement fertile – notamment, dans le jeu du bien public (Carpenter [2004], Bardsley et Sausgruber [2005], Zafar [2011]), dans celui du dictateur (Cason et Mui [1998], Krupka et Weber [2009]) ou dans le jeu de l'ultimatum (Bohnet et Zeckhauser [2004]). L'intérêt de ces recherches est d'identifier les *interactions endogènes* par lesquelles un individu a tendance à se comporter comme les autres membres de son groupe (Manski [2000]). La question de la formation endogène des préférences sociales est directement liée aux motifs associés au conformisme : se conforme-t-on de façon temporaire par intérêt, sous la pression sociale, ou plus durablement par adhésion véritable à la norme édictée par le groupe ? Dans le jeu de contribution volontaire à un bien public, des études expérimentales ont mis en évidence l'existence d'un comportement fréquent de *contribution conditionnelle* (Keser et van Winden [2000]) : si le joueur observe ou si on lui communique un niveau de contribution élevé (faible) de la part de ses partenaires, il aura tendance à ajuster à la hausse (à la baisse) son propre niveau de contribution. L'hypothèse de réciprocité a été mobilisée pour expliquer ce comportement qui implique une dimension stratégique : le joueur pratique la réciprocité (bien ou malveillante) dans le but d'inciter les autres joueurs à coopérer ou, au contraire, pour exercer des représailles (Rabin [1993]). Comme le révèlent cependant Bardsley et Sausgruber [2005], la réciprocité peut dissimuler également un comportement de conformisme « pur » : lorsque le joueur prend connaissance du comportement moyen observé dans *un autre groupe*, les auteurs observent, cette fois en l'absence de tout contexte stratégique, qu'un tiers environ de l'augmentation de la contribution individuelle induite par la hausse de la contribution moyenne du groupe provient d'un comportement conforme à la norme.

20. Voir, en particulier, les premiers modèles de Banerjee [1992] et Bikhchandani, Hirschleifer et Welch [1992], ainsi que les nombreuses expérimentations qui en ont découlé (Anderson et Holt [1997], Spiwoks, Bizer et Hein [2008], Morone, Sandri et Fiore [2009]).

Des recherches récentes menées grâce à l'imagerie du cerveau ont également montré, de façon remarquable, que lorsque les individus se conforment à l'avis général dans des circonstances similaires à celles des expériences de Solomon Asch, ils finissent par voir effectivement la situation comme tous les autres²¹. Il est ainsi possible que les individus falsifient leurs préférences (Kuran [1995]) de façon à présenter un comportement conforme aux attentes sociales. En un sens, comme l'envisagent Klick et Parisi [2008], la falsification des préférences pourrait être le premier pas d'un processus d'adaptation qui conduirait *in fine* à un changement réel et profond des préférences sociales.

4.2. Le rôle du leader : compétence et/ou charisme ?

Initialement abordé par Lewin *et al.* [1939], le thème du leadership connaît aujourd'hui un regain d'intérêt notable en psychologie sociale (van Knippenberg, van Knippenberg, De Cremer et Hogg [2004]). Dans une équipe ou un groupe, le leader est celui qui possède la faculté d'inciter les autres à adopter *volontairement* son propre comportement. A la fois phénomène organisationnel et phénomène d'influence, l'étude du leadership concerne ainsi les questions de motivation, d'efficacité au travail, d'engagement, d'identification au groupe, ou encore de justice distributive ou procédurale. Le leader incarne à la fois une *compétence* – une capacité à mettre en œuvre des incitations permettant d'améliorer l'efficacité de son organisation – mais aussi un style spécifique de commandement, ce qu'on appelle le *charisme*. Les deux aspects intéressent particulièrement les économistes comme l'indique l'émergence d'une littérature abondante aussi bien sur le plan expérimental²², empirique²³ que théorique²⁴.

Dans la lignée des travaux expérimentaux initiés en psychologie sociale sur les dilemmes sociaux (van Knippenberg *et al.* [2004]), la question des *incitations* a été explorée notamment dans le cadre du jeu du bien public. Le leader a la capacité d'accroître efficacement les contributions des membres en montrant l'exemple à suivre (Hermalin [1998]). En initiant une première contribution généreuse, le leader fournit un signal sur la valeur qu'il attribue à la coopération que les autres membres sont ainsi incités à reproduire. Expérimentalement, les effets bénéfiques du leadership sont même plus élevés lorsque celui-ci possède une information privée (Potters *et al.* [2007]). Sur le terrain, les associations caritatives naissantes bénéficient ainsi généralement de la première contribution d'un gros donateur qui signale la qua-

21. Berns, Chappelow, Zink, Pagnoni, Martin-Skurski et Richards [2005].

22. Weber *et al.* [2001], Moxnes et van der Heijden [2003], Güth, Müller et Spiegel [2006], Güth *et al.* [2007], Potters, Sefton et Vesterlund [2005, 2007], Levati, Sutter et van der Heijden [2007], Gürek, Irlenbusch et Rockenbach [2009], van der Heijden, Potters et Sefton [2009], Levy, Padgitt, Peart, Houser et Xiao [2011].

23. Goodall, Kahn et Oswald [2011].

24. Rotemberg et Saloner [1993], Hermalin [1998, 2007], Vesterlund [2003], Andreoni [2006].

lité du collecteur de fonds (Andreoni [2006], Potters *et al.* [2005]). Dans de nombreuses situations, le rôle du leader dépasse cependant le cadre de l'exemplarité ou du sacrifice. Celui-ci peut mettre en effet en place des mécanismes efficaces de sanction, de récompense ou même d'exclusion des contributeurs en fonction de leur comportement passé (Güth *et al.* [2007], Gürek *et al.* [2009]). Comment s'assurer, cependant, qu'il ne tire pas partie de sa position hiérarchique pour capter les profits générés par le groupe ? En comparant deux modes de répartition des contributions (avec et sans leader), van der Heijden *et al.* [2009] montrent expérimentalement que la plupart des leaders résistent à cette tentation, luttent avec succès contre les passagers clandestins, et affichent clairement une préférence pour l'équité. En revanche, la présence des leaders n'empêche pas l'émergence d'un comportement de *fin de jeu* (chute drastique des contributions) auquel ils participent eux-mêmes activement. Ainsi, à long terme, un sentier d'équilibre associé à de plus fortes contributions dépend de la réputation du leader qui prévaut si l'honnêteté de ce dernier est reconnue et récompensée par les autres membres de l'équipe (Hermalin [2007]).

L'aptitude du leader à mettre en place des incitations efficaces dépend également de son *charisme*. L'influence du leader est renforcée via un processus d'intériorisation via lequel les membres du groupe cèdent à la pression sociale de celui ou celle qui possède des qualités ou des caractéristiques qu'ils souhaitent avoir. L'intériorisation, l'intégration au système de valeurs du leader, correspond à la forme la plus aboutie du conformisme (Kelman [1958]). Le leader est celui à qui l'on accorde sa confiance, qui possède un bon jugement, prodigue des conseils ou est capable d'empathie (Rotemberg et Saloner [1993]). Expérimentalement, Levy *et al.* [2011] observent le pouvoir de conviction d'un individu qui a la possibilité d'envoyer des messages aux autres membres du groupe. Lorsqu'il est élu par ses pairs ou désigné par le hasard, les messages du leader sont suivis d'effets ; lorsque ces mêmes messages sont le fruit d'un ordinateur, les avis du « leader » sont négligés. Un leader élu se conforme par ailleurs bien davantage à sa prescription (« *cheap talk* ») que celui qui a été désigné par le hasard, soulignant ainsi les effets de l'engagement, de la responsabilité du leader ou bien la crainte du blâme (Vanberg [2008]).

4.3. L'émergence des normes sociales

En économie expérimentale, une littérature abondante a été consacrée à la formation des préférences sociales ou morales (préférences pour l'équité, réciprocité, altruisme, coopération, confiance, etc.)²⁵. Dans de nombreux travaux, l'accent est mis sur le rôle que la pression sociale et la punition morale exercent sur les comportements individuels : la punition monétaire non stratégique des passagers clandestins (Fehr *et al.* [2002]), la simple désapprobation morale (Masclot, Noussair, Tucker et Villeval [2003]), la peur

25. Voir notamment Serra [2007] pour une revue des expériences et des modèles de préférences sociales.

de l'exclusion (Güth, Levati, Sutter et van der Heijden [2007]), sont ainsi des mécanismes très efficaces pour promouvoir la coopération et l'optimum social. En revanche, une fois la sanction levée, les contributions monétaires des opportunistes chutent de façon drastique. L'influence sociale joue également un rôle fondamental dans l'émergence de l'altruisme des agents révélé en psychologie sociale par les travaux novateurs de Batson [1998]. Les économistes ont ainsi mis en évidence que l'altruisme des joueurs dans le jeu du dictateur dépend de la « *distance sociale* » (Hoffman *et al.* [1996]) qui sépare le donateur du receveur²⁶. En particulier, si le dictateur peut impunément sortir du jeu et se rétracter sans que le receveur en soit informé, il renoncera fréquemment à son comportement altruiste (Dana, Cain et Dawes [2006]). L'altruisme comporterait ainsi une dimension comportementale (observée) et psychologique (motivation) que les méthodes expérimentales complémentaires des économistes et des psychologues permettraient d'identifier (Clavien [2010]). Cette complémentarité se retrouve également dans les études récentes en neurosciences qui permettent d'évaluer les fondements neurologiques des comportements sociaux²⁷. Certaines zones du cerveau composées de neurones qui répondent à la dopamine seraient ainsi fortement activées lors des séries de coopération mutuelle dans les dilemmes sociaux (Rilling *et al.* [2002], King-Casas *et al.* [2005]).

La théorie économique se propose également de modéliser la façon dont naissent et évoluent les normes sociales, qui constituent, selon Elster [1989], le « ciment de la société ». Comme nous l'avons vu, dans la théorie conformiste de Bernheim [1994], les individus signalent leur statut social ou leur prestige en se conformant au groupe social auxquels ils appartiennent. Horst, Kirman et Teschl [2007] suggèrent de leur côté que les individus façonnent certains aspects de leur personnalité pour ressembler aux membres des groupes sociaux auxquels ils aspirent. La constitution des groupes sociaux (voir 5.2) évoluerait de façon endogène en fonction des entrées au sein du groupe et des changements de personnalité. La personnalité de l'individu, son image sociale et son estime de soi, sont également au centre de l'analyse d'Oxoby [2004], de Haagsma et Koning [2002] ou de Bénabou et Tirole [2006]. D'après Oxoby [2004], les individus ont besoin des normes pour s'adapter psychologiquement à des environnements désavantageux et dissonants. Selon Bénabou *et al.* [2006], les individus cherchent avant tout à préserver une image positive vis-à-vis d'eux-mêmes et des autres en respectant les normes sociales. Plus récemment, enfin, Robert Akerlof [2010] a souligné le rôle prédominant d'affects négatifs (comme la colère) dans l'émergence des normes.

26. Voir Petit et Rouillon [2010] pour une revue de la littérature.

27. Rilling, Gutman, Zeh, Pagnoni, Berns et Kilts [2002], King-Casas, Tomlin, Anen, Camerer, Quartz et Montague [2005], Wan't Woot et Sanfey [2008], Rilling et Sanfey [2011].

5. Les liens sociaux et la formation des groupes

D'après les psychologues, les attitudes, croyances et comportements des individus sont intimement liés à ceux des individus avec lesquels nous nouons des liens sociaux (5.1) ou bien à ceux des groupes auxquels les individus appartiennent ou souhaitent appartenir (5.2).

5.1. Les liens sociaux

Une littérature émergente illustre l'existence de relations interpersonnelles en économie via ce qu'on appelle les liens sociaux (« *social ties* »)²⁸. Les liens sociaux concernent en particulier les relations au travail, au sein des organisations ou au sein de la cellule familiale (« *family ties* »), ou bien encore les réseaux d'amis (« *social networks* »). Ils ont un impact notable sur de nombreux aspects économiques, comme celui de la confiance que l'on accorde à ses partenaires (Ermisch *et al.* [2010]), de l'indépendance que l'on confère (ou non) au chef d'entreprise (Byoung-Hyoun *et al.* [2009]) ou encore de l'importance que l'on accorde au réseau social pour promouvoir l'effort des salariés dans l'entreprise (Bandiera *et al.* [2010]). En psychologie sociale, le lien social est appréhendé via la notion centrale d'*attitude*, concept cependant plus général qui correspond à une disposition affective, positive ou négative, ressentie à l'égard d'autrui, d'un phénomène ou d'un objet. Van Dijk *et al.* [2002] donnent une intuition du rôle des liens sociaux en économie dans le jeu du bien public. Le lien social est défini de façon minimaliste comme l'écart entre les résultats du sujet au test d'orientation sociale (van Lange *et al.* [1997]) avant et après sa participation au jeu du bien public. Le déroulement du jeu façonne ainsi les orientations sociales des individus : lorsque la coopération s'est instaurée au sein du groupe (et que les gains sont élevés), un lien social positif s'établit (l'écart entre les deux tests est positif) ; en revanche, lorsque les comportements de passager clandestin l'emportent (et que les gains sont faibles), un lien social négatif s'instaure et révèle une orientation sociale individualiste (un écart négatif). Sonnemans *et al.* [2006] ont ensuite évalué l'impact d'un lien amical dans un jeu de négociation dans lequel un couple d'amis (ou au contraire un couple de joueurs anonymes) répond sans pouvoir communiquer à une proposition effectuée par un autre joueur. Expérimentalement, les amis se révèlent plus aptes à se coordonner pour punir une offre jugée inéquitable que les joueurs anonymes. Ils punissent également plus souvent l'offreur que les autres couples de joueurs.

28. Van Dijk *et al.* [2002], Sonnemans *et al.* [2006], van Winden, Stallen et Ridderinkhof [2008], Byoung-Hyoun et Seoyoung [2009], Ermisch et Gambetta [2010], Bandiera, Barankay et Rasul [2010].

La modélisation proposée par van Winden *et al.* [2008] permet de voir les implications fortes de la prise en compte de ces liens sociaux dans l'analyse économique. Un lien social existe ici lorsqu'un individu *A* accorde davantage d'importance au bien-être d'un autre individu *B* qu'il ne le ferait pour un individu lambda. Formellement, la fonction d'utilité de l'individu *A* intègre le bien-être de *B* de la façon suivante : $V_A = \ln U_A + \alpha_A \ln U_B$, où α_A désigne le poids que *A* accorde au bien-être de *B* et qui correspond à l'intensité du lien social entre *A* et *B*. L'intensité et la valence de ce lien sont supposées dépendre des interactions sociales qui existent entre les individus concernés, interactions qui génèrent inconsciemment des sentiments positifs (ou négatifs). Le paramètre α_A peut ainsi être positif ou négatif. Comme il s'agit, par ailleurs, d'un lien social, la fonction d'utilité de *B* tient compte elle aussi d'un paramètre α_B qui mesure l'intensité de ce lien mais qui n'est pas nécessairement équivalent à α_A . Sous cette forme, les fonctions d'utilité de *A* et *B* sont donc *interdépendantes*, ce que l'on retrouve également dans le modèle précurseur de Rabin [1993]. Une différence essentielle vient cependant du fait que les paramètres α_A et α_B sont supposés hétérogènes, dépendant notamment de facteurs de personnalité et de déterminants *affectifs*, et qu'ils peuvent être rendus endogènes en supposant que la formation des liens sociaux est le produit des interactions passées et futures entre les individus. La version du modèle de van Winden *et al.* [2008] associe donc, dans une vision dynamique et neuronale, les liens sociaux, les affects et les préférences sociales des individus.

5.2. Les relations inter groupes

5.2.1. La préférence pour son groupe d'appartenance

Lors d'une expérience fondatrice, Muzafer Sherif [1966] observa combien l'attitude de coopération ou de compétition de jeunes enfants au sein d'une colonie de vacances pouvait être modelée en fonction de leur groupe d'appartenance. Les recherches de Sherif [1966] inspirèrent un grand nombre d'études sur les relations intergroupes et notamment ceux de Tajfel et Turner [1986] sur la théorie de l'identité sociale. D'après ces auteurs, la catégorie sociale permet à l'individu de se définir en tant que membre de groupes particuliers au sein de la structure sociale. Notre identité découlerait ainsi du prestige, du statut, ou du succès des groupes auxquels nous appartenons. L'identité sociale serait en ce sens un élément central de notre estime de soi. Tajfel et son collègue [1986] identifient en laboratoire les conditions minimales de formation d'un groupe : (1) les participants sont répartis sur la base d'une préférence totalement arbitraire – entre, par exemple, les œuvres picturales de Paul Klee ou celles de Wassily Kandinsky – (2) aucune interaction sociale n'intervient entre les participants, (3) l'appartenance au groupe est anonyme et (4) le choix ne met pas en jeu l'intérêt personnel du décideur. Dans ce contexte minimaliste, les travaux réalisés à partir du *paradigme du groupe minimal* ont montré expérimentalement que la formation d'un groupe génère une préférence pour l'endogroupe et/ou

une hostilité vis-à-vis de l'exogroupe (« *ingroup bias* »). Précisément, lors d'une tâche simple de répartition d'une somme entre deux participants, le décideur privilégie le membre de son groupe plutôt que celui de l'autre groupe. L'appartenance (artificielle) à un groupe, source d'identité sociale, inciterait les individus à comparer (Festinger [1954]) les résultats de leur groupe avec ceux de l'exo groupe et les motiverait en conséquence à privilégier les membres de leur groupe. Plus récemment, Yamagishi et ses collègues [2008] ont fourni une théorie explicative alternative qui repose sur la constitution d'une « *heuristique de groupe* » : dans une situation d'interaction sociale « généralisée », l'adhésion à un groupe est une stratégie rationnelle qui justifie que l'on minimise en particulier le risque d'exclusion du groupe. La logique de l'heuristique de groupe est à rapprocher de l'argument de la réciprocité ou de la réputation mobilisé par les économistes pour expliquer la coopération dans les dilemmes sociaux. L'individu coopérerait dans l'attente d'une réciprocité. Comme le soulignent cependant Yamagishi *et al.* [2008], l'heuristique de groupe n'est pas issue d'un calcul en termes de bénéfices ou de coûts mais découle plutôt de l'intériorisation d'une norme susceptible de s'imposer, y compris lors d'une interaction sociale non répétée.

Il existe une littérature naissante en économie expérimentale qui s'appuie directement sur le paradigme du groupe minimal²⁹ ou qui s'en inspire en mettant en lumière le rôle de l'identité sociale lorsque celle-ci est simplement suggérée (« *priming* ») au sein de groupes sociaux naturels³⁰. Les questions posées par les économistes expérimentalistes sont les suivantes : le biais intragroupe persiste-t-il lorsque, en présence d'un univers stratégique, le décideur doit concilier son intérêt personnel avec celui du groupe ? L'identité sociale modifie-t-elle le comportement individuel parce qu'elle influence les attentes du décideur en ce qui concerne le comportement des autres membres du groupe (effet de l'heuristique de groupe) ou plutôt parce qu'elle change les préférences de l'individu (effet de catégorisation) ? Charness *et al.* [2007] observent la présence d'une préférence pour l'endogroupe dans le jeu de la bataille des sexes (coordination) et celui du dilemme du prisonnier (coopération). Ceci n'apparaît cependant que lorsque l'individu rend sa décision en présence des membres du groupe, qu'il existe un feedback sur sa décision et que les gains du groupe bénéficient à l'ensemble de ses membres. En somme, le biais résulte de la saillance du groupe et rappelle les effets associés à la pression des pairs (voir 4.1.3). Chen *et al.* [2009] utilisent une vaste batterie de jeux économiques et confirment également la prévalence d'un favoritisme intra groupe lorsque la rémunération des participants est réelle. Dans un cadre stratégique, les individus sont plus généreux avec les membres de leur groupe, les sanctionnent moins que ceux de l'exo groupe (en cas de non réciprocité) et les récompensent également davantage. L'identité sociale favorise ainsi la réciprocité positive au sein de l'endogroupe et accroît le bien-être collectif. L'étude de Chen *et al.* [2009] suggère enfin que l'auto catégorisation aléatoire des individus suffit à

29. Voir Ahmed [2007], Charness, Rigotti et Rustichini [2007], Chen et Li [2009], Hargreaves-Heap et Zizzo [2009].

30. Voir, en particulier, Goette, Human et Meier [2006].

engendrer une préférence pour l'endogroupe et que l'interaction sociale au sein des groupes (via un chat en ligne) accroît le sentiment d'appartenance au groupe mais ne modifie pas le comportement individuel de façon significative dans la majorité des jeux.

5.2.2. La modélisation de l'identité sociale

Sur le plan théorique, les travaux pionniers d'Akerlof et Kranton [2005, 2008, 2010] témoignent des implications fortes de l'identité et du groupe au sein de l'entreprise et des institutions. L'approche de George Akerlof et Rachel Kranton repose sur trois piliers de la théorie de l'identité sociale (Tajfel *et al.* [1986]) : l'existence de catégories sociales, la recherche individuelle d'identification à ces catégories et l'internalisation des normes du groupe social ou de la communauté. L'intérêt de cette approche économique de l'identité est d'intégrer ces concepts dans un cadre formel compatible avec la maximisation de l'utilité. Dans le modèle d'incitation proposé par Akerlof et Kranton [2005, 2008], un salarié a schématiquement le choix entre deux identités distinctes : soit il s'identifie à la firme (« *insider* ») et adhère simultanément à une norme d'effort au travail qui protège les intérêts de l'entreprise, soit il ne s'y identifie pas (« *outsider* ») et considère au contraire la règle du moindre effort comme celle de son groupe d'appartenance. En supposant, de façon classique, que le salaire (w) et le niveau d'effort (e) rentrent dans la fonction d'utilité du salarié, celle-ci s'écrit de la façon suivante :

$$U(w, e, c) = \ln w - e + I_c - t_c |e^*(c) - e|$$

où c représente la catégorie sociale du salarié, I_c correspond au niveau d'utilité associé à l'appartenance à la catégorie c , et $t_c |e^*(c) - e|$ indique la désutilité induite par tout écart entre le niveau d'effort du salarié et celui induit par la norme de chaque catégorie c , noté $e^*(c)$.

Sous cette forme, le niveau d'utilité du salarié et, en conséquence, son niveau d'effort optimal, dépendent explicitement de son « choix » en termes de catégorie sociale. La fonction intègre également le fait que l'utilité du salarié dépend de la conformité de son niveau d'effort par rapport à la norme du groupe auquel il appartient, le paramètre $t_c \geq 0$ exprimant le poids accordé à la désapprobation suscitée par tout écart à la norme sociale (voir 4.1.3). Le modèle économique de l'identité sociale ne modifie pas la conclusion standard du modèle principal-agent selon laquelle la firme propose un taux de salaire suffisant à l'employé pour l'inciter à adopter un niveau d'effort optimal. En revanche, le différentiel de salaire nécessaire pour créer cette incitation dépend crucialement de la catégorie sociale du salarié. En particulier, un *insider* qui bénéficie d'un supplément d'utilité associé à son identité de groupe et qui entreprend une action conforme à la norme établie par sa catégorie (un effort conséquent), requiert une compensation monétaire moins élevée que celle d'un *outsider*. Le modèle d'Akerlof et Kranton [2008] montre ainsi comment l'identité sociale peut modifier la structure des incitations. Il souligne également tout l'intérêt qu'une entreprise (ou

d'autres institutions dans le domaine de l'éducation ou de la citoyenneté) peut avoir à investir pour modifier l'appartenance d'un salarié à telle ou telle catégorie. En effet, si le choix de la catégorie apparaît comme une option consciente sur le plan formel, il décrit en fait la façon dont les individus s'adaptent à un environnement social qui leur est parfois imposé. Le modèle de l'identité sociale pose ainsi la question de l'émergence des normes sociales (voir 4.3) mais il est aussi bien adapté pour traiter celle de la discrimination entre individus ou groupes sociaux.

5.2.3. La discrimination

Dans le modèle de l'identité sociale, l'individu ne choisit pas (le plus souvent) son groupe d'appartenance, qu'il soit défini par le sexe, l'âge, la nationalité, l'ethnie, la race, l'attrait physique ou même la classe sociale. La préférence pour l'endogroupe (« nous » versus « eux ») peut conduire ainsi à une attitude négative dirigée contre des membres d'un exogroupe à l'endroit duquel nous entretenons des préjugés. Il existe en économie et en psychologie sociale une littérature conséquente sur le thème de la discrimination³¹. Le focus est cependant différent. Tandis que les psychologues s'interrogent davantage sur l'origine de la discrimination (voir 5.2.1) et sur les moyens de la réduire, les économistes en étudient les conséquences et les implications. Par exemple, les psychologues ont montré que la beauté physique « conférait » (faussement) de nombreuses qualités et compétences ainsi qu'un bonus de popularité aux individus dotés d'une belle apparence physique. Les économistes ont montré, de leur côté, que ces derniers bénéficiaient d'une réelle « prime à la beauté » : une rémunération supérieure, un plus grand crédit de confiance et une plus forte probabilité de recevoir un don (Mobius et Rosenblat [2006], Rosenblat [2008]). Plus généralement, les économistes ont posé également la question du stéréotype (et de ses effets négatifs sur la performance (Hoff et Pandey [2006])), mais aussi celle du genre, les femmes se révélant *a priori* davantage averses au risque mais aussi plus altruistes que les hommes (voir Croson et Gneezy [2009] pour une revue).

6. Conclusion

Dans cet article, nous avons passé en revue les éléments les plus significatifs d'une vaste littérature mettant en lumière l'apport de la psychologie sociale à l'analyse économique, en nous centrant le plus souvent sur le champ recouvert par l'économie comportementale. Que l'on se situe au niveau des processus interpersonnels, intragroupes ou intergroupes, de nombreux travaux expérimentaux et théoriques ont été intégrés dans l'analyse économique à partir du début des années quatre-vingt.

31. Voir notamment Rodger [2006] pour une revue en économie.

Sur le plan individuel, l'apport de la psychologie sociale à la théorie de la décision prolonge les approches cognitives initiées notamment par Friedrich Hayek [1952] et Herbert Simon [1955]. Ainsi, l'introduction de la dissonance cognitive, de l'erreur fondamentale d'attribution, du biais de faux consensus, de la croyance en un monde juste, de la diffusion de la responsabilité, de la pensée magique ou même des heuristiques mentales, permet de mieux cerner les environnements dans lesquels la rationalité de la décision économique s'opère ainsi que ceux dans lesquels les décideurs publics peuvent intervenir pour rendre la prise de décision plus efficace. Lorsque, par exemple, une « manne tombée du ciel » décrite sous forme de bonus (ou de remise) a plus (moins) d'impact sur la relance économique (Epley et Gneezy [2007]), l'effet de présentation (Gilovich *et al.* [2002]) devient davantage un outil naturel de politique économique qu'un biais de rationalité. La connaissance des processus réels de raisonnement des individus et leur modélisation conduisent ainsi à l'utilisation d'instruments nouveaux pour les économistes, comme la persuasion, la perception, ou encore les normes sociales, et permettent de guider les autorités de façon innovante (Thaler *et al.* [2010]).

Au niveau des processus de groupes, la littérature considérable en psychologie sur l'influence sociale et les normes (désirabilité, conformisme, leadership) et celle plus émergente sur la formation des groupes et les liens sociaux, ont conduit à renouveler profondément le domaine de l'économie expérimentale et comportementale. Les nouveaux modèles de préférences sociales prennent ainsi en compte de nouvelles motivations, (comme l'altruisme, la réciprocité, la préférence pour l'équité, la générosité ou même l'identification au groupe) tandis que les expérimentations les plus récentes intègrent de façon plus systématique les effets liés au genre, à la discrimination, à la constitution de groupes sociaux, ou aux liens familiaux. Dans les modélisations les plus récentes, les préférences sociales sont introduites dans la fonction d'utilité de l'individu, de façon classique, mais dépendent également du contexte dans lequel s'effectue la décision et aussi de la personnalité de l'individu. Dans ce cadre, la gestion de l'information détenue par les autorités publiques peut s'avérer cruciale, comme lorsque par exemple celles-ci révèlent une dose insoupçonnée d'évasion fiscale, qui incite davantage de gens à tricher, ou bien lorsqu'elles modifient les incitations liées à la réputation ou à l'image sociale en accentuant la publicité ou la visibilité des actions pro sociales (Tirole [2009]). Sur le plan formel, cependant, la prise en compte d'un environnement social endogène dans la modélisation des choix économiques individuels demeure un enjeu de recherche central pour les modélisateurs.

Notre revue de la littérature, destinée principalement aux économistes, a mis en perspective l'apport des études de psychologie sociale à l'analyse économique. Nous montrons également la contribution des économistes à une meilleure compréhension des phénomènes sociaux, ce qui peut être utile aux autres chercheurs en sciences sociales. La spécificité de la pratique expérimentale (le focus sur l'absence de contexte et surtout l'insistance sur la procédure d'incitations monétaires), la capacité de modélisation, la force et l'unité des théories, mais aussi l'implication forte et traditionnelle des économistes auprès des autorités publiques, modifient à leur tour le regard

que les psychologues sociaux portent sur leur pratique de recherche (Murnighan et Ross [1999]). Une fertilisation croisée entre l'économie, la psychologie sociale, et les autres sciences sociales, peut ainsi contribuer à une vision plus intégrée mais aussi plus réaliste des phénomènes étudiés. Le renforcement des liens inter disciplinaires, la mise en commun des pratiques et des expériences, ont ainsi vocation à déboucher sur des outils plus performants de politique publique.

Références bibliographiques

- ABBINK K., IRLBUSCH B., RENNER E. [2000], The moonlighting game : An experimental study on reciprocity and retribution, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 42, p. 265-277.
- AHMED A. M. [2007], Group identity, social distance and intergroup bias, *Journal of Economic Psychology*, 28, p. 324-337.
- AJZEN I. [1991], The theory of planned behavior, *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50, p. 179-211.
- AKERLOF G. A. [1980], A theory of social custom, of which unemployment may be one consequence, *Quarterly Journal of Economics*, 94, p. 749-775.
- AKERLOF G. A. [2002], Behavioral Macroeconomics and Macroeconomic Behavior, *American Economic Review*, 92, p. 411-433.
- AKERLOF G. A., DICKENS W. T. [1982], The Economic Consequences of Cognitive Dissonance, *American Economic Review*, 72, p. 307-319.
- AKERLOF G. A., KRANTON R. E. [2005], Identity and the Economics of Organizations, *Journal of Economic Perspectives*, 19, p. 9-32.
- AKERLOF G. A., KRANTON R. E. [2008], Identity, Supervision, and Work Groups, *American Economic Review : Papers and Proceedings*, 98, p. 212-217.
- AKERLOF G. A., KRANTON R. E. [2010], *Identity Economics – How or identities shape our work, wages, and well-being*, Princeton, New Jersey : Princeton University Press.
- AKERLOF R. [2010], Punishment, Compliance, and Anger in Equilibrium, Job Market Papers, Massachusetts Institute of Technology.
- ALLEN V. L., LEVINE J. M. [1969], Consensus and conformity, *Journal of Experimental Social Psychology*, 5, 388-399.
- ANDERSON L. R., HOLT C. A. [1997], Information Cascades in the Laboratory, *American Economic Review*, 87, p. 847-862.
- ANDREONI J. [1995], Cooperation in Public-Goods Experiments : Kindness or Confusion ?, *American Economic Review*, 85, p. 891-904.
- ANDREONI J. [2006], Leadership Giving in Charitable Fund-Raising, *Journal of Public Economic Theory*, 8, p. 1-22.
- ASCH S. E. [1952], *Social psychology*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs N.J.
- AUGIER M., Sublime Simon : The consistent vision of economic psychology's Nobel Laureate, *Journal of Economic Psychology*, 22, p. 307-334.
- BANDIERA O., BARANKAY I., RASUL I. [2010]. Social Incentives in the Workplace, *Review of Economic Studies*, 77, p. 417-458.

- BANDURA A. [1997], *Self-efficacy : The exercise of control*, New York : Freeman.
- BANERJEE A. V. [1992], A Simple Model of Herd Behavior, *Quarterly Journal of Economics*, 107, p. 797-817.
- BARDSLEY N., SAUSGRUBER R. [2005], Conformity and reciprocity in public good provision, *Journal of Economic Psychology*, 26, p. 664-681.
- BATSON C. D. [1998], Altruism and prosocial behavior, dans Gilbert D. T., Fiske S. T., Lindzey G. (Eds.), *The handbook of social psychology* (Vol. 2, p. 282-315), New York : McGraw-Hill.
- BECKER M. H., MAIMAN L. A. [1975], Sociobehavioral determinants of compliance with health and medical care recommendations, *Medical Care*, 13, p. 10-24.
- BÉNABOU R., TIROLE J. [2006], Belief in a just world and redistributive politics, *Quarterly Journal of Economics*, 121, p. 699-746.
- BEN-NER A., PUTTERMAN L., KONG F., MAGAN D. [2004], Reciprocity in a two-part dictator game, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 53, p. 333-352.
- BERETTI A., GROLEAU G., MZOUGHI N. [2009], How Cognitive Biases Can Affect the Performance of Eco-Labeling Schemes, *Journal of Agricultural and Food Industrial Organization*, 7, n° 2.
- BERNHEIM B. D. [1994], A theory of conformity, *Journal of Political Economy*, 102, p. 841-877.
- BERNHEIM B. D., THOMADSEN R. [2005], Memory and Anticipation, *Economic Journal*, 115, p. 271-304.
- BERNS G. S., CHAPPELOW J., ZINK C. F., PAGNONI G., MARTIN-SKURSKI M. E., RICHARD J. [2005], Neurobiological Correlates of Social Conformity and Independence During Mental Rotation, *Biological Psychiatry*, 58, p. 245-253.
- BIKHCHANDANI S., HIRSHLEIFER D., WELCH I. [1992], A theory of fads, fashion, custom, and cultural change as informational cascades, *Journal of Political Economy*, 100, p. 992-1026.
- BONETTI, S. [1998], Experimental Economics and Deception, *Journal of Economic Psychology*, 19, p. 377-395.
- BREAKWELL G. M., ROWETT C. [1982], *Social work : The social psychological approach*, Wokingham, R.-U. : Reinhold.
- BRIGGS, S. R. [1992], Assessing the five-factor model of personality description, *Journal of Personality*, 60, p. 253-293.
- BYOUNG-HYOUN H., SEOYONG K. [2009], It pays to have friends, *Journal of Financial Economics*, 93, p. 138-158.
- CAMERER C., LOEWENSTEIN G., RABIN M. [2004], *Advances in Behavioral Economics*, Russel Sage Foundation, Princeton University Press.
- CAMERER C., HOGARTH R. [1999], The Effects of Financial Incentives in Experiments : A Review and Capital-Labor-Production Framework, *Journal of Risk and Uncertainty*, 19, p. 7-42.
- CARPENTER J. P. [2004], When in Rome : conformity and the provision of public goods, *Journal of Socio-Economics*, 33, p. 395-408.
- CARPENTER J. P. [2007], Punishing free-riders : how group size affects mutual monitoring and the provision of public goods, *Games and Economic Behavior*, 60, p. 31-51.
- CARTWRIGHT E. [2009], Conformity and out of equilibrium beliefs, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 70, p. 164-185.

- CASON T. N., MUI V. [1998], Social Influence in the Sequential Dictator Game, *Journal of Mathematical Psychology*, 42, p. 248-265.
- CHARBONNEAU D., NICOL A. A. [2002], Emotional intelligence and prosocial behavior in adolescents, *Psychological Reports*, 90, p. 893-910.
- CHARNESS G., GNEEZY U. [2008], What's in a name? Anonymity and social distance in dictator and ultimatum games, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 68, p. 29-35.
- CHARNESS G., RABIN M. [2005], Expressed preferences and Behavior in experimental games, *Games and Economic Behavior*, 53, p. 151-169.
- CHARNESS G., RIGOTTI L., RUSTICHINI A. [2007], Individual Behavior and Group Membership, *American Economic Review*, 97, p. 1340-1352.
- CHEN Y., LI S. X. [2009], Group Identity and Social Preferences, *American Economic Review*, 99, p. 431-457.
- CLAVIEN C. [2010], *Je t'aide... moi non plus : biologique, comportemental ou psychologique : l'altruisme dans tous ses états*, Paris, Vuibert.
- COLTFELTER C. T., COOK P. J. [1993], The « Gambler's Fallacy » in Lottery Play, *Management Science*, 39, p. 1521-1525.
- CROSON R. [2000], Thinking like a game theorist : factors affecting the frequency of equilibrium play, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 41, p. 299-314.
- CROSON R. [2005], The Method of Experimental Economics, *International Negotiation*, 10, p. 131-148.
- CROSON R. [2006], Contrasting methods and comparative Findings in Psychology and Economics, in *Social Psychology and Economics*, De Cremer David, Marcel Zeelenberg, and Keith J. Murnighan (eds.), Lawrence Erlbaum Associates, London.
- CROSON, R., GNEEZY U. [2009], Gender Differences in Preferences, *Journal of Economic Literature*, 47, p. 448-474.
- DALBERT C., UMLAUFT S. [2009], The role of the justice motive in economic decision making, *Journal of Economic Psychology*, 30, p. 172-180.
- DANA J., CAIN D., DAWES R. [2006], What you don't know won't hurt me : Costly (but quiet) exit in dictator games, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 100, p. 193-201.
- DARLEY J. M., LATANÉ B. [1968], Bystander intervention in emergencies : Diffusion of responsibility, *Journal of Personality and Social Psychology*, 8, p. 377-383.
- DAVIS M. H. [1996], *Empathy : A social psychological approach*, Boulder, Colorado : Westview Press.
- DAWES R. M. [1989], Statistical criteria for establishing a truly false consensus effect, *Journal of Experimental Social Psychology*, 25, p. 1-17.
- DEUTSCH M. [1949], A Theory of cooperation and competition, *Human Relations*, 2, p. 129-152.
- DEUTSCH M., GERARD H. B. [1955], A study of normative and informational social influences upon individual judgment, *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51, p. 629-636.
- ELSTER J. [1989], *The Cement of Society : A Study of Social Order*, Cambridge, UK : Cambridge University Press.
- ELLINGSEN T., JOHANNESSON M., TJØTTA S., TORSVIK G. [2009], Testing guilt aversion, *Games and Economic Behavior*, 68, p. 95-107.

- ENGELMANN D., STROBEL M. [2000], The False Consensus Effect Disappears if Representative Information and Monetary Incentives Are Given, *Experimental Economics*, 3, p. 241-260.
- ENGELMANN D., STROBEL M. [2007], The False Consensus Effect : Deconstruction and Reconstruction of an Anomaly, Working paper, SSRN eLibrary.
- ENGEL C. [2010], Dictator Games : a Meta-Study. Working paper, Max Plant Institute.
- EPLEY N., GNEEZY A. [2007], The framing of financial windfalls and implications for public policy, *The Journal of Socio-Economics*, 36, p. 36-47.
- ERMISCH J., GAMBETTA D. [2010], Do strong family ties inhibit trust ?, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 75, p. 365-376.
- ETTINGER D., JEHIEL P. [2010], A theory of deception, *American Economic Journal : Microeconomics*, 2, p. 1-20.
- FEHR E., FISCHBACHER U., KOSFELD M. [2005], Neuroeconomics Foundations of Trust and Social Preferences : Initial Evidence, *American Economic Review*, 95, p. 346-351.
- FEHR E., GÄCHTER S. [2002], Altruistic punishment in humans, *Nature*, 415, p. 137-140.
- FETCHENHAUER D., DUNNING D. [2009], Do people trust too much or too little ?, *Journal of Economic Psychology*, 30, p. 263-276.
- FESTINGER L. [1954], A theory of social comparison processes, *Human Relation*, 7, p. 117-140.
- FESTINGER L. [1957], *A theory of cognitive dissonance*, Evanston, Ill. : Row & Peterson.
- FESTINGER L., RIECKEN H. W., SCHACHTER S. [1956], *When prophecy fails*, Minneapolis, Minn. : University of Minnesota Press.
- FINUCANE M. L., ALHAKAMI A., SLOVIC P., JOHNSON S. M. [2000], The affect heuristic in judgment and risk and benefits, *Journal of Behavioral Decision Making*, 13, p. 1-17.
- FORSYTHE R., HOROWITZ J. L., SAVIN N. E., SEFTON M. [1994], Fairness in Simple Bargaining Games, *Games and Economic Behavior*, 6, p. 347-369.
- FREY B. S., MEIER S. [2004], Pro-social behavior in a natural setting, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 54, p. 65-88.
- FRIJDA N. [1986], *The Emotions*, Cambridge, Cambridge University Press.
- FUDENBERG D. [2006], Advances Beyond Advances in Behavioral Economics, *Journal of Economic Literature*, 94, p. 694-711.
- GARCIA S. M., WEAVER K., MOSKOWITZ G. B., DARLEY J.-M. [2002], Crowded Minds : The implicit bystander effect, *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, p. 843-853.
- GIBBONS R., VAN BOVEN L. [2001], Contingent social utility in the prisoner's dilemma, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 45, p. 1-17.
- GIGERENZER G. [2007], *Gut feelings – Short cuts to better understanding*, Penguin Books, London, England.
- GIGERENZER G. [2009], *Penser le risque – Apprendre à vivre dans l'incertitude*, Markus Haller, France.
- GILOVICH T., GRIFFIN D., KAHNEMAN D. [2002], *Heuristics and biases : The psychology of intuitive judgment*, New York : Cambridge University Press.

- GOETTE L., HUFFMAN, MEIER S. [2006], The Impact of Group Membership on Cooperation and Norm Enforcement : Evidence Using Random Assignment to Real Social Groups, *American Economic Review*, 96 212-216.
- GOODALL A. H., KAHN L., OSWALD A. J. [2011], Why do leaders matter ? A study of expert knowledge in a superstar setting, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 77, p. 265-284.
- GREENWALD A. G., MCGHEE D. E., SCHWARTZ J. L. K. [1998], Measuring individual differences in implicit cognition : The implicit association test, *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, p. 1464-1480.
- GRIESINGER D. W., LIVINGSTON J. W. JR. [1973], Toward a model of interpersonal motivation in experimental games, *Behavioral Science*, 18, p. 173-188.
- GRIEVE P. G., HOGG M. A. [1999], Subjective Uncertainty and Intergroup Discrimination in the Minimal Group Situation, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, p. 926-940.
- GÜREK O., IRLBUSCH B., ROCKENBACH B. [2009], Motivating teammates : The leader's choice between positive and negative incentives, *Journal of Economic Psychology*, 30, p. 591-67.
- GÜTH W., MULLER W., SPIEGEL Y. [2006], Noisy Leadership : An experimental approach, *Games and Economic Behavior*, 57, p. 37-62.
- GÜTH W., LEVATI M. V., SUTTER M., VAN DER HEIJDEN E. [2007], Leading by example with and without exclusion power in voluntary contribution experiments, *Journal of Public Economics*, 91, p. 1023-1042.
- HAAGSMA R., KONING N. [2002], Endogenous mobility-reducing norms, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 49, p. 523-547.
- HANSEN R. D. [1980], Commonsense attribution, *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, p. 999-1009.
- HARGREAVES-HEAP S., ZIZZO D. J. [2009], The Value of Groups, *American Economic Review*, 99, p. 295-323.
- HAYEK F. A. [1952/2001], *L'ordre sensoriel – Une enquête sur les fondements de la psychologie théorique*, Paris, CNRS Editions.
- HEIDER F. [1958], *The psychology of interpersonal relations*, New York, Wiley.
- HENNIG-SCHMIDT H., LI Z.-L., YANG C. [2008], Why people reject advantageous offers – Non-monotonic strategies in ultimatum bargaining Evaluating a video experiment run in PR China, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 65, p. 373-374.
- HERMALIN B. E. [1998], Toward an economic theory of leadership : leading by example, *American Economic Review*, 88, p. 1188-1206.
- HERMALIN B. E. [2007], Leading for the long term, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 62, p. 1-19.
- HERTWIG R., ORTMANN A. [2001], Experimental practices in economics : A methodological challenge for psychologists ?, *Behavioral and Brain Sciences* 24, p. 383-451.
- HOFF K., PANDEY P. [2006], Discrimination, Social Identity, and Durable Inequalities, *American Economic Review*, 96, p. 206-211.
- HOFFMAN E., MCCABE K., SMITH V. [1996], Social Distance and Other-regarding Behavior in Dictator Games », *American Economic Review*, 86, p. 653-660.
- HORST U., KIRMAN A., TESCHL M. [2007], Changing Identity : The Emergence of Social Groups, Institute for Advanced Study, Economics Working paper 0078.

- HOUSER D., XIAO E., McCABE K., SMITH V. [2008], When punishment fails : Research on sanctions, intentions and non-cooperation, *Games and Economic Behavior*, 62, p. 509-532.
- INNOCENTI A. [2010], How a psychologist inform economics : The case of Sidney Siegel, *Journal of Economic Psychology*, 31, p. 421-434.
- JONES S. R. [1984], *The economics of conformism*, B. Blackwell, Oxford [Oxfordshire].
- JOULE R. V., BEAUVOIS L. [2002], *Petit Traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*, (2^e Ed.), Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- KAHNEMAN D. [2003], A Psychological Perspective on Economics, *American Economic Review*, 93, p. 162-168.
- KAHNEMAN D., TVERSKY A. [1979], Prospect theory : An analysis of decision under risk, *Econometrica*, 47, 263-291.
- KANAGARETNAM K., MESTELMAN S., NAINAR K., SHEHATA M. [2009], The impact of social value orientation and risk attitudes on trust and reciprocity, *Journal of Economic Psychology*, 30, p. 368-380.
- KATONA G. [1980], *Essays on Behavioral Economics*, Institute for Social Research, Ann Arbor, MI.
- KELLEY H. H., THIBAUT J. W. [1978], *Interpersonal relations : A theory of interdependence*, New York : Wiley.
- KELMAN H. C. [1958], Compliance, identification, and internalization : Three processes of attitude change, *Journal of Conflict Resolution*, 2, p. 51-60.
- KESER C., VAN WINDEN F. [2000], Conditional Cooperation and Voluntary Contributions to Public Goods, *Scandinavian Journal of Economics*, 102, p. 23-39.
- KING-CASAS B., TOMLIN D., ANEN C., CAMERER C. F., QUARTZ S. R., MONTAGUE P. R. [2005], Getting to Know You : Reputation and Trust in a Two-Person Economic Exchange, *Science*, 308, p. 78-83.
- KLICK J., PARISI F. [2008], Social networks, self-denial, and median preferences : Conformity as an evolutionary strategy, *Journal of Socio-Economics*, 37, p. 1319-1327.
- KONOW J. [2000], Fair Shares : Accountability and Cognitive Dissonance in Allocation Decisions, *American Economic Review*, 90, p. 1072-1091.
- KRUEGER J. I., FUNDER D. C. [2004], Towards a Balanced Social Psychology : Causes, Consequences and Cures for the Problem-seeking Approach to Social Behavior and Cognition, *Behavioral and Brain Sciences*, 24, p. 313-376.
- KRUGLANSKI A. W. [2004], The quest for the gist : On challenges of going abstract in social and personality psychology, *Personality and Social Psychology Review*, 2, p. 156-163.
- KRUPKA E., WEBER R. A. [2009], The focusing and informational effects of norms on pro-social behavior, *Journal of Economic Psychology*, 30, p. 307-320.
- KURAN T. [1995], *Private truths, public lies : the social consequences of preference falsification*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.
- LANGER E. [1989], *Mindfulness*, Reading, Mass. : Addison-Wesley.
- LE BON G. [1895/1963], *La psychologie des foules*, Paris, Puf.
- LEIGH A., McLEISH M. [2009], Are States Elections Affected by the National Economy ? Evidence From Australia, *Economic Record*, 85, p. 210-222.
- LERNER M. [2003], The justice motive : Where social psychologists found it, how they lost it, and why they may not find it again, *Personality and Social Psychology Review*, 7, p. 388-399.

- LESTER D., YANG B. [2009], Two sources of human irrationality : Cognitive dissonance and brain dysfunction, *Journal of Socio-Economics*, 38, p. 658-662.
- LEVATI M. V., SUTTER M., VAN DER HEIJDEN E. [2007], Leading by example in a Public Goods Experiment with Heterogeneity an Incomplete information, *Journal of Conflict Resolution*, 51, p. 793-818.
- LEVINE D. [2009], Is Behavioral Economics Doomed ? The Ordinary and the Extraordinary, Max Weber Lecture, juin.
- LEVY D. M., PADGITT K., PEART S. J., HOUSER D., XIAO E. [2011], Leadership, cheap talk, and really cheap talk, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 77, p. 40-52.
- LEWINE K., LIPPIT R., WHITE R. [1939], Patterns of aggressive behavior in experimented created « social climates », *Journal of Social Psychology*, 10, p. 271-299.
- LEWIN S. B. [1996], Economics and Psychology : Lessons for Our Own Day to From the Early Twentieth Century, *Journal of Economic Literature*, 34, p. 1293-1323.
- LEWITT S. D., LIST J. [2009], Field experiments in economics : The past, the present, and the future, *European Economic Review*, 53, p. 1-18.
- LIEBRAND W. B. G. [1984], The effect of social motives, communication and group sizes on behavior in an n-person multi stage mixed motive game, *European Journal of Social Psychology*, 14, p. 239-264.
- LOEWENSTEIN G. [1999], Experimental Economics from the Vantage-Point of Behavioural Economics, *Economic Journal*, 109, p. F25-F34.
- MANGOT M. [2008], *Psychologie de l'investisseur et des marchés financiers*, Dunod, Paris.
- MANSKI C. F. [2000], Economic Analysis of Social Interactions, *Journal of Economic Perspectives*, 14, p. 115-136.
- MASCLET D., NOUSSAIR C., TUCKER S., VILLEVAL M.-C. [2003], Monetary and Nonmonetary Punishment in the Voluntary Contributions Mechanism, *American Economic Review*, 93, p. 366-380.
- MASEL J. [2007], A Bayesian model of quasi-magical thinking can explain observed cooperation in the public good game, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 64, p. 216-231.
- MILGRAM S. [1974], *Obedience to Authority : An experimental view*, New York : Harper.
- MOBIUS M., ROSENBLAT T. [2006], Why Beauty Matters, *American Economic Review*, 96, p. 222-235.
- MONTMARQUETTE C. [2008], L'économétrie des données expérimentales : défis et opportunités, *Economie et Prévision*, 182, p. 7-17.
- MORONE A., SANDRI S., FIORE A. [2009], On the absorbability of informational cascades in the laboratory, *Journal of Socio-Economics*, 38, p. 728-738.
- MORRIS M. W., SIMS D., GIROTTO V. [1998], Distinguishing Sources of Cooperation in the One-Round Prisoner's dilemma : Evidence for Cooperative Decisions Based on the Illusion of Control, *Journal of Experimental Social Psychology*, 34, p. 494-512.
- MOXNES E., VAN DER HEIJDEN [2003], The effect of Leadership in a Public bad experiment, *Journal of Conflict Resolution*, 47, p. 773-795.
- MURNIGHAN J. K., ROSS T. W. [1999], On the collaborative potential of psychology and economics, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 39, p. 1-10.

- NELSON R. R., WINTER S. G. [2002], Evolutionary theorizing in economics, *Journal of Economic Perspectives*, 16, p. 23-46.
- NEUGEBAUER T., PEROTE J., SCHMIDT U., LOOS M. [2009], Selfish-biased conditional cooperation : On the decline of contributions in repeated public goods experiments, *Journal of Economic Psychology*, 30, p. 52-60.
- OFFERMAN T., SONNEMANS J., SCHRAM A. [1996], Value orientations, expectations and voluntary contributions in public goods, *Economic Journal*, 106, p. 817-845.
- OXOBY R. J. [2004], Cognitive dissonance, status and growth of the underclass, *Economic Journal*, 114, p. 727-749.
- PETIT E. [2009], Le rôle des affects en économie, *Revue d'Economie Politique*, n° 119, p. 859-897.
- PETIT E., ROUILLON S. [2010], La négociation : Les enseignements du jeu du dictateur, *Négociations*, n° 14, p. 71-95.
- PILIAVIN J. A., DOVIDIO J. F., GAERTNER S. S., CLARK R. D. [1981], *Emergency intervention*, New York, Academic Press.
- POTTERS J., SEFTON M., VESTERLUND L. [2005], After you – endogenous sequencing in voluntary contribution games, *Journal of Public Economics*, 89, p. 1399-1419.
- POTTERS J., SEFTON M., VESTERLUND L. [2007], Leading-by-example and signaling in voluntary contribution games : an experimental study, *Economic Theory*, 33, p. 169-182.
- QUATTRONE G. A., TVERSKY A. [1984], Casual versus diagnosis contingencies – on self-deception and on the voter's illusion, *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, p. 237-248.
- RABIN M. [1993], Incorporating fairness into game theory and economics, *American Economic Review*, 83, p. 1281-1302.
- RABIN M. [1994], Cognitive dissonance and social change, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 23, p. 177-194.
- RABIN M. [1998], Psychology and Economics, *Journal of Economic Literature*, 36, p. 11-46.
- RABIN M. [2002], A perspective on psychology and economics, *European Economic Review*, 46, p. 657-685.
- RILLING J. K., GUTMAN D. A., ZEH T. R., PAGNONI G., BERNS G. S., and KILTS T. S. [2002], A neural basis for Social Cooperation, *Neuron*, 35, p. 395-405.
- RILLING, J. K., SANFEY A. G. [2011], The Neuroscience of Social Decision-Making, *Annual Review of Psychology*, 62, p. 23-48.
- ROTEMBERG J. T., SALONER G. [1993], Leadership Style and Incentives, *Management Science*, 39, p. 1299-1318.
- ROTH A. [1995], Introduction to experimental economics, dans Kagel J. H., Roth A. (eds), *Handbook of experimental economics*, Princeton, NJ : Princeton U. Press.
- ROSENBERG M. [1965], *Society and the adolescent self-image*, Princeton, NJ ; Princeton University Press.
- ROSENBLAT T. [2008], The Beauty Premium : Physical Attractiveness and Gender in Dictator Games, *Negotiation Journal*, 64, p. 465-481.
- ROSS L., GREENE D., HOUSE P. [1977], The « false consensus effect » : An egocentric bias in social perception and attribution processes, *Journal of Experimental Social Psychology*, 13, p. 279-301.

- RODGER W. M. (ED.) [2006], *Handbook on the economics of discrimination*, Cheltenham UK, Northampton, MA : E. Elgar.
- ROTTER J. [1945], *Social learning and Clinical Psychology*, Prentice-Hall.
- RYAN R. M., DECI E. L. [2000], Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being, *American Psychologist*, 55, p. 68-78.
- SCHACHTER S. [1964], The interaction of cognitive and physiological determinants of emotional state, dans Berkowitz L. (dir.), *Advances in Experimental Social Psychology*, (vol. 1, p. 49-80), New York : Academic Press.
- SCHARLEMANN J. P. W., ECKEL C. C., KACELNIK A., WILSON R. K. [2001], The value of a smile : Game theory with a human face, *Journal of Economic Psychology*, 22, p. 617-640.
- SCHMITT M., GOLLWITZER M., MAES J., ARBACH D. [2005], Justice Sensitivity : Assessment and Location in the Personality Space, *European Journal of Psychological Assessment*, 21, p. 202-211.
- SELIGMAN M. E. P., CSIKSZENTMIHALYI M. [2000], Positive Psychology : An introduction, *American Psychologist*, 55, p. 5-14.
- SELTEN R. [1967]. Die Strateiemethode zur Erforschung des eingeschränkt rationalen Verhaltens im Rahmen eines Oligopolexperimentes, dans Sauermann, H. (Ed.), *Beiträge zur experimentellen Wirtschaftsforschung*, J.C.B. Mohr (P. Seibek). Tübingen, p. 136-138.
- SERRA D. [2007], Sentiments moraux et économie expérimentale, dans Livet P. et Leroux A. (eds.), *Leçons de Philosophie Economique, Tome III : Sciences Economiques et Philosophie des Sciences*, De Boeck Université, p. 543-590.
- SIEGEL S. [1956], *Nonparametric statistics for the behavioral sciences*, New York : McGraw-Hill.
- SIEGEL S., FOURAKER L. E. [1960], *Bargaining and group decision making*, New York : McGraw-Hill.
- SIMON H. A. [1955], A behavioural model of rational choice, *Quarterly Journal of Economics*, 69, p. 99-118.
- SIMON H. A. [1982], *Models of Bounded Rationality*, vol. 2, Cambridge, MA : MIT Press.
- SHAFIR E., TVERSKY A. [1992], Thinking through uncertainty : nonconsequential reasoning and choice, *Cognitive Psychology*, 24, p. 449-474.
- SHARIFF A., NORENZAYAN A. [2007], God is Watching You – Priming God Concepts Increases Prosocial Behavior in an Anonymous Economic Game, *Psychological Science*, 18, p. 803-809.
- SHERIF M. [1936], *The psychology of norms*, New York : Harper.
- SHERIF M. [1966], *Group conflicts and cooperation*, Londres, R-U : Routledge and Kegan Paul.
- SMITH V. [1989], Theory, Experiment and Economics, *Journal of Economic Perspectives*, 3, p. 151-169.
- SNYDER M. [1974], The self-monitoring of expressive behavior, *Journal of Personality and Social Psychology*, 0, 526-537.
- SPIWOKS M., BIZER K., HEIN O. [2008], Informational cascades : A mirage ?, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 67, p. 193-199.
- SONNEMANS J., VAN DIJK F., VAN WINDEN F. [2006], On the dynamics of social ties structures in groups, *Journal of Economic Psychology*, 27, p. 187-204.

- TARDE G. [1890/2001], *Les lois de l'imitation*, Paris, les Empêcheurs de penser en rond.
- TAJFEL H., TURNER J. [1986], The social identity theory of intergroup behavior, dans Worchel S., Aulin W. G. (dir.), *The psychology of intergroup relations* (p. 7-24), Chicago, Ill. : Nelson-Hall.
- TETLOCK P. E. [1985], Accountability : A social check on the fundamental attribution error, *Social Psychology Quarterly*, 48, p. 227-236.
- THALER R. [1993], *Advances in Behavioral Finance*, Russel Sage Foundation, New York.
- THALER R., SUSTEIN C. [2010], *Nudge – La méthode douce pour inspirer la bonne décision*, Vuibert, France.
- THURSTONE L. L. [1931], The indifference function, *Journal of Social Psychology*, 2, p. 139-167.
- TIROLE J. [2009], Motivation intrinsèque, incitations et normes sociales, *Revue Economique*, 60, p. 577-589.
- TOMER J. F. [2007], What is behavioral economics ?, *Journal of Socio-Economics*, 36, p. 463-479.
- TVERSKY A., KAHNEMAN D. [1974], Judgment under uncertainty : Heuristics and biases, *Science*, 185, p. 1124–1131.
- TVERSKY A., KAHNEMAN D. [1983], Extensional vs. intuitive reasoning : The conjunction fallacy in probability judgment, *Psychological Review*, 91, 293-315.
- VANBERG C. [2008], Why do people keep their promises ? An experimental test of two explanations, *Econometrica*, 76, p. 1467–1480.
- VESTERLUND L. [2003], The informational value of sequential fundraising, *Journal of Public Economics*, 87, p. 627-657.
- VAN DER HEIJDEN E., POTTERS J., SEFTON M. [2009], Hierarchy and opportunism in teams, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 69, p. 39-50.
- VAN DIJK F., SONNEMANS J., VAN WINDEN F. [2002], Social ties in a public good experiment, *Journal of Public Economics*, 85, p. 275-299.
- VAN KNIPPENBERG D., VAN KNIPPENBERG B., DE CREMER D., HOGG M. A. [2004], Leadership, self, and identity : A review and research agenda, *The Leadership Quarterly*, 15, p. 825-856.
- VAN LANGE P. A. M., OTTEN W., DE BRUIN E. M. N., JOIREMAN J. A. [1997], Development of Prosocial, Individualistic, and Competitive Orientations : Theory and Preliminary Evidence, *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, p. 733-746.
- VAN WINDEN F., STALLEN M., RIDDERINKHOF K. R. [2008], On the nature, modeling, and neural bases of social ties, in Hauser D. E. and McCabe K. (Eds.), *Neuroeconomics, Advances in Health Economics and Health Services Research* (Vol. 20), Emerald Insight Publishing.
- WALLISER B. [2008], *Economie et Cognition*, Éd. de la Maison des sciences de l'homme, Ophrys, Paris.
- WALSTER E., WALSTER G. W., BERSCHIED E. [1978], *Equity theory and research*, Boston, Mass. : Allyn and Bacon.
- WAN'T WOOT M., SANFEY A. G. [2008], Friend and foe : the effect of implicit judgments in social decision-making, *Cognition*, 108, p. 796-803.
- WATSON D., CLARK L. A., TELLEGEN A. [1988], Development and validation of brief measures of positive and negative affect : The PANAS scales, *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, p. 1063-1070.

- WEBER R., CAMERER C., ROTTENSTREICH Y., KNEZ M. [2001], The illusion of Leadership : Misattribution of Cause in Coordination Games, *Organization Science*, 12, p. 582-598.
- WILLIAMS K. B., RADEFELD P. A., BINNING J. F., SUADK J. R. [1993], When job candidates are « hard » versus « easy-to-get » : Effects of candidate availability on employment decisions, *Journal of Applied Social Psychology*, 23, 169-198.
- WOLOZIN H., WOLOZIN B. [2007], The unconscious in economic decision-making : Convergent voices, *The Journal of Socio-Economics*, 36, p. 856-864.
- XIAO E., HOUSER D. [2009], Avoiding the sharp tongue : Anticipated written messages promote fair economic exchange, *Journal of Economic Psychology*, 30, p. 393-404.
- YAMAGISHI T., MIFUNE N. [2008], Does Shared Group Membership Promote Altruism ? : Fear, Greed, and Reputation, *Rationality and Society*, 20, p. 5-30.
- YAMAGISHI T., MIFUNE N. [2008], Does Shared Group Membership Promote Altruism ? : Fear, Greed, and Reputation, *Rationality and Society*, 20, p. 5-30.
- ZIMBARDO P.G. [1975], Transforming experimental research into advocacy for social change, dans M. Deutsch et H. A. Horstein (dir.), *Applying Social Psychology* (p. 33-66), Hillsdale, N. J. : Erlbaum.
- ZAFAR B. [2011], An experimental investigation of why individuals conform, *European Economic Review*, 55, p. 774-798.