

DE LA VALEUR SOCIALE A L'IDENTITE SORTALE

Fabrice Gutnik

CRF (Centre de Recherche sur la Formation)
Conservatoire National des Arts et Métiers
2 rue Conté
75003 Paris
fabrice.gutnik@free.fr

Mots-clés : *Identité - Valeur sociale*

Résumé. *L'objet de cette communication est d'étudier les dispositifs méthodologiques mis en œuvre dans l'approche sociocognitive de la norme d'internalité et plus particulièrement dans l'analyse de la formation de la valeur sociale des agents sociaux. Il s'agit, également, de déterminer l'épistémologie mobilisée afin de situer les postulats relatifs à la théorie sociale et à la théorie sujet déterminant la construction de l'identité du sujet dans ce cadre disciplinaire. Pour procéder à cette analyse, nous nous appuyons sur la conduite de nos travaux et interrogerons les protocoles méthodologiques mis en œuvre ainsi que leurs fondements épistémologique*

Dans le cadre de nos travaux de recherche s'inscrivant dans champs de la formation pour adultes (cadres demandeurs d'emploi, engagés en formation, dirigeants en formation...) nous sommes conduits à analyser les phénomènes identitaires à l'oeuvre, notamment au travers des interactions entre les sujets et leurs champs d'expérience. Nous nous interrogeons plus particulièrement sur ce qui constitue la valeur sociale des agents sociaux et sur son processus d'analyse.

1. Psychologie sociocognitive et problématique identitaire

Beauvois réalise deux constats en étudiant la psychologie quotidienne en matière d'explication causale. D'une part, lorsque les gens expliquent les conduites, ils surestiment le poids des prédispositions de l'acteur, au détriment de celui des contraintes situationnelles, et, d'autre part, que les positions sociales dominantes sont occupées par des personnes expliquant leurs conduites par des dispositions personnelles. Si ces deux phénomènes avaient été interprétés comme une erreur fondamentale d'attribution pour le premier (Ross, 1977) et une croyance un contrôle interne ou locus of control (Rotter, 1966) pour le second, Beauvois ne considèrent plus l'explication et le renforcement des conduites internes comme un biais cognitif, mais comme une norme, la norme d'internalité, socialement valorisée. Beauvois et Dubois (1988, 299) la définissent ainsi comme « la valorisation des explications des événements psychologiques (conduite et renforcements) qui accentuent le poids de l'acteur comme facteur causal ». Or, ce qui caractérise la norme d'internalité c'est qu'il s'agit d'une valeur sociale déterminées par le fonctionnement social et plus précisément encore, pour Beauvois, par l'exercice du pouvoir libéral. Dans cette perspective, la valeur sociale constitue un déterminant essentiel au jugement social. Les jugements sociaux sont notamment produits dans le cadre de pratiques sociales formelles

d'évaluation qui permettent d'assurer certaines fonctions de la vie sociale (les processus sociocognitifs mobilisés dans les jugements interpersonnels sont les mêmes).

Si l'identité n'est pas l'objet de la psychologie sociocognitive, il n'en demeure pas moins que l'on peut faire l'hypothèse que cette théorie postule une conception de l'identité. Mais à quel concept d'identité peut-on faire référence quand il s'agit de considérer la valeur sociale dans le cadre de la psychologie sociocognitive ? Pour répondre à cette question, cette communication prend le parti de revenir dans une première partie sur les paradigmes à partir desquels ont été réalisées les études empiriques de la normativité afin de comprendre quelles sont en pratique, dans une deuxième partie, la théorie sociale et la théorie du sujet mobilisées.

2. Les paradigmes de l'étude de la normativité

L'étude du caractère normatif des jugements sociaux et de la valorisation sociale qui y est attaché a donné lieu à trois types de dispositifs expérimentaux (paradigmes) dans le cadre de la théorie sociocognitive :

- Le paradigme des juges consiste à placer des sujets en position d'évaluateur. Leur tâche consiste un jugement sur des individus sur la base de questionnaires remplis préalablement par ces derniers, dont l'objet est d'expliquer leurs comportements de manière plus ou moins interne ou externe. Ces « juges » attribuent donc une valeur à la cible du jugement, selon une perspective de diagnostic/pronostic, de réussite professionnelle par exemple.
- Le paradigme d'autoprésentation consistent à demander à des sujets (dans le cadre d'une relation complémentaire, parent/enfant, cadre/employé) de répondre à des questionnaires relatifs à de comportements ou renforcements, tout d'abord spontanément, puis avec la consigne d'apparaître le plus positivement possible, et enfin avec la consigne d'apparaître le plus négativement possible. Ce paradigme mobilisant les stratégies d'autoprésentation normative, permet d'identifier les événements mobilisés en consigne pronormative et contrenormative.
- Le paradigme d'identification consiste à demander à des sujets de remplir un questionnaire pour expliquer ou justifier des comportements ou renforcements attribués à des personnes dont la valeur sociale est préétablie. On établit ainsi une relation entre normativité et attribution de la valeur sociale.

3. Théorie sociale et théorie du sujet dans l'étude de la normativité

La conception du « social » auquel fait référence Beauvois (2004, 167) se caractérise principalement par « la remplaçabilité » : « Les données actuelles de l'anthropologie permettent de supposer que ce qui différencie fondamentalement notre socialité de celles des autres animaux sociaux (...) se situe précisément dans le fait organisationnel et la gestion de la remplaçabilité, donc dans cette transformation des individus en agents sociaux, en agents évalués comme tel. En somme, en renonçant à notre unicité et à notre indéterminabilité, nous avons inventé le pouvoir en même temps que nous inventions l'organisation et le principe de remplaçabilité organisée par des agents sociaux ». C'est donc la construction des rapports sociaux de pouvoir qui représente l'enjeu fondamental de la conception de la théorie sociale sous-jacente à la théorie sociocognitive. Notons, que les rapports sociaux de pouvoir, à l'aune de la dialectique hégélienne du « maître et de l'esclave » est également à l'origine de l'émergence de la problématique de la reconnaissance en sociologie et de la théorie des identités au travail (Sainsaulieu, 1970).

Il résulte de cette conception du social, qu'il s'agit donc moins de considérer sur le plan de la théorie du sujet, les personnes que des agents sociaux qui répondent à des besoins organisationnels et fonctionnels. Par conséquent, il est justifié de soutenir que la psychologie sociocognitive participe des théories socioculturelles de la morale (Pharo, 85)

qui se définissent comme les théories « concernées notamment par la façon dont les institutions et les groupes sociaux peuvent construire et façonner le sens et les valeurs individuelles afin d'assurer une certaine stabilité et conformité sociales ».

4. Normativité sociale et identité sortale

Considérer la normativité sociale pour expliquer la reproduction sociale et les conditions sociales de possibilité du phénomène de remplaçabilité conduit à considérer l'identité des agents sociaux plus que des personnes. Or, s'agissant d'agents sociaux, à quel concept d'identité doit-on faire référence pour clarifier l'objet visé? Pour Ferret (1998, 12), « le terme « identité » recouvre trois concepts qu'il importe de distinguer :

- 1) L'identité numérique (idem numero), qui souligne le fait que tout ce qui est est ipso facto identique à lui-même ;
- 2) L'identité qualitative ou indiscernabilité qui désigne le degré maximal de ressemblance qui existe nécessairement entre une chose et elle-même et qui pourrait en principe exister entre plusieurs choses numériquement différentes ;
- 3) L'identité spécifique qui réunit sous un prédicat sortal des individus appartenant à la même sorte ou espèce ». Et, l'auteur d'avancer que « contre la croyance commune qui considère que l'identité qualitative est le critère de l'identité numérique (...), et, sous une forme atténuée de l'identité spécifique (...), il importe d'affirmer que la relation la plus pertinente est celle qui articule l'identité numérique et l'identité spécifique. Cette articulation prend la forme d'un principe – le principe de dépendance sortale (Wiggins, 1980) : pour être cet individu, il faut au moins être un individu de cette sorte ou espèce ». En d'autres termes, pour être cette mère, ou ce salarié, il faut au moins être une mère, ou un salarié. La conséquence est donc que tout jugement de la valeur sociale présuppose un contexte, un univers de significations préalables axiologiquement déterminé, ce qui réfute toute conception de la formation de la valeur sociale fondée exclusivement sur les interactions des agents. On mesure donc l'écart de cette perspective avec les conceptions dominantes actuelles sur cet objet...

L'intérêt de la conception de l'identité sortale de la psychologie sociocognitive est qu'elle ne s'expose pas à la critique du sociologisme, comme celle de la sociologie critique, du fait que l'agent social est toujours dans la méconnaissance de son action (Bourricaud, 1975). En effet, parmi les principaux points de la théorie de la norme d'internalité, Esnard (2009, 74), rappelle que « certaines personnes sont plus « clairvoyantes » que d'autres quant à la valorisation sociale dont elles peuvent bénéficier en mobilisant préférentiellement des explications externes ». C'est d'ailleurs, en exploitant ce principe dans le cadre de formations à l'autoprésentation dans le cadre de leur recherche d'emploi que des individus ont appris à se conformer ou à se défaire des attentes sociales, tout en leur permettant d'analyser les règles de l'évaluation professionnelle (Pansu, 1978). De ce point de vue, les dynamiques identitaires peuvent être analysées en référence à des identités sortales synchroniques et diachroniques et considérées tantôt comme le produit du sujet quant ils sont clairvoyants sur leurs identités sortales, tantôt le produit du chercheur quand ils sont non clairvoyants...

5. Bibliographie

- Esnard C. (2009). Le jugement social. Dunod, coll. Les Topos.
- Ferret S. (1998). L'identité. GF Flammarion.
- Louche C., Pansu P. (2004). La psychologie appliquée à l'analyse des problèmes sociaux. PUF, coll. Psychologie sociale.
- Pharo P. (2004). Morale et sociologie. Folio Essais.