



HAL
open science

Communication et idéologie

Odile Camus

► **To cite this version:**

| Odile Camus. Communication et idéologie. Psychologie. Université de Caen Normandie, 2007. <tel-02532282>

HAL Id: tel-02532282

<https://normandie-univ.hal.science/tel-02532282v1>

Submitted on 4 Apr 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

Université de Caen – Basse-Normandie.
UFR de Psychologie.

Communication et idéologie.

Etude psychosociolinguistique des processus idéologiques.

Rapport présenté à l'appui d'une
Habilitation à la Direction de Recherches

par Odile CAMUS

le 13 décembre 2007

devant le jury suivant :

- Lucy Baugnet, Professeur à l'Université d'Amiens, Présidente.
- Claude Chabrol, Professeur à l'Université de Paris III, Rapporteur.
- Alexandre Dorna, Professeur à l'Université de Caen, Directeur.
- Benjamin Matalon, Professeur à l'Université de Paris VIII, Rapporteur.
- Jean-Luc Viaux, Professeur à l'Université de Rouen, Rapporteur.

Sommaire

Introduction	4
I. L'évaluation personnologique	
I.1. Cadre théorique : reproduction idéologique, inférences personnologiques et communication.	
I.1.1. <u>Reproduction et modèle normatif de l'individualisme libéral.</u>	9
I.1.2. <u>Contrat de communication et inférences sur le locuteur.</u>	13
I.2. Le substrat psycho-socio-langagier de l'impression personnologique.	15
I.3. La signification des attributs personnologiques.	18
I.3.1. <u>La signification évaluative comme présupposé normatif.</u>	18
I.3.2. <u>La valeur contextuelle des traits</u>	20
I.3.3. <u>L'autodescription personnologique.</u>	22
I.4. Modèles normatifs en situation d'évaluation professionnelle.	25
II. Médias et persuasion : un modèle normatif de la communication.	
II.1. Le support langagier du consensus idéologique.	31
II.1.1. <u>La "déclaration de liberté", condition de la rationalisation : une formule magique.</u>	32
II.1.2. <u>Représentation de l'espace public et dépolitisation</u>	33
II.1.3. <u>"Propagande glauque" et significations imaginaires</u>	36
II.2. La réception des discours médiatiques.	38
II.2.1. <u>La construction de l'information médiatique</u>	38
II.2.2. <u>L'analyse de la mémorisation et de la compréhension textuelles</u>	40
II.2.3. <u>Le traitement heuristique, une modalité adaptée à la communication médiatique</u>	
□ <i>Limites des modèles à deux voies</i>	43
□ <i>Effets spécifiques de la captation</i>	44
□ <i>Modèle médiatique et conformisme idéologique</i>	45
II.3. La communication comme construit idéologique.	49
II.3.1. <u>La communication comme prescription sociale</u>	49
II.3.2. <u>Le modèle médiatique de la communication : caractérisation et mise à l'épreuve en entretien de recrutement</u>	50
II.3.3. <u>Marketing et propagande</u>	53

III. De la reproduction à la construction de la réalité sociale.

III.1. L'idéologie comme cadre socio-cognitif	57
III.1.1. <u>A propos du concept d'idéologie</u>	57
III.1.2. <u>Idéologie, analyse du discours et traitement textuel</u>	59
III.1.3. <u>L'idéologie des démocraties libérales : une "épistémo-idéologie" ?</u>	62
III.2. Une lecture socio-historique de la reproduction.	67
III.2.1. <u>L'homme des démocraties libérales : reflet de la "nature humaine", ou forme anthropologique inédite ?</u>	67
III.2.2. <u>La représentation de l'"autodétermination" dans l'individualisme libéral : un objet qui reste à problématiser</u>	71
III.2.3. <u>Quelques raisons de s'inquiéter</u>	76
III.3. Le sujet du langage.	77
III.3.1. <u>"Signifier quelque chose à quelqu'un"</u>	77
III.3.2. <u>La co-construction : illustrations empiriques</u>	79
III.4. Communication, conflictualisation et création.	82
III.4.1. <u>Langage et ruptures de scripts</u>	82
III.4.2. <u>La poésie, antithèse du tautisme</u>	86
Conclusion	89
Références bibliographiques	92
Annexes	
A. Travaux et publications	
B. Recherches effectuées : illustrations complémentaires	
C. Curriculum vitae	

"(...) Car sous le mot isolé, c'est la pensée d'une époque qu'on découvre, la pensée générale où se niche celle de l'individu, la seconde étant influencée, peut-être même guidée, par la première."

Klemperer V. (1947 ; ed. 1996). *LTI, la langue du III^e Reich*. Paris : Albin Michel. p.199.

INTRODUCTION

L'ensemble de mes travaux de recherche vise à poser les fondements d'une approche psycho-socio-langagière des processus idéologiques. Ces travaux se situent à l'intersection de deux champs de la psychologie sociale :

- la psychologie sociale de la reproduction idéologique, qui rend compte des processus socio-cognitifs sous l'angle de leur fonction idéologique.
- la psychologie sociale du langage, définie comme pragmatique psycho-sociale et qui pose l'indissociabilité entre langage et communication.

L'articulation entre ces deux champs ne va pas de soi : le premier ne traite que marginalement de communication, et il n'est guère question d'idéologie dans le second. Cette articulation est pourtant au cœur de la psychologie sociale, du moins telle que définie par Moscovici dans l'introduction d'un traité qui fait toujours référence : "La psychologie sociale est la science des phénomènes de l'idéologie (cognitions et représentations sociales) et des phénomènes de communication" (1984:7). Dans quelle mesure la psychologie sociale rend-elle effectivement compte de ces deux registres de phénomènes ?

Pour ce qui est de l'idéologie, le terme même est d'une fréquence relativement faible dans le corpus des connaissances psychosociales ; et, plus fondamentalement, les tentatives de conceptualiser l'idéologie y sont marginales – il n'y a pas, à strictement parler, de psychologie sociale de l'idéologie. C'est pourtant la spécificité du psychologue social que de faire intervenir, dans l'explication des conduites individuelles et collectives, tout à la fois des processus psychologiques, des processus interindividuels, et des idéologies, c'est-à-dire des "systèmes de croyances et de représentations, d'évaluations et de normes, qui doivent justifier et maintenir un ordre établi de rapports sociaux" (Doise 1982:33). Plus précisément, s'il est un objet propre à la psychologie sociale, c'est d'après Doise l'articulation entre niveaux d'analyse, niveaux que l'auteur hiérarchise comme suit : niveau 1, intra-individuel (perception et évaluation de l'environnement, et organisation du comportement individuel) ; niveau 2,

interindividuel (dynamique des relations entre individus interchangeables dans une situation donnée) ; niveau 3, positionnel (intervention des différences de position sociale entre individus) ; et niveau 4, idéologique (intervention des idéologies telles que définies ci-dessus).

Or, l'articulation entre niveaux d'explication s'impose tout particulièrement lorsque l'objet d'étude se donne *a priori* comme sociologique, et c'est le cas de l'idéologie. Ainsi, une psychologie sociale de l'idéologie suppose le dépassement de la scission entre approches cognitive et sociale, en mettant à la fois en évidence :

- l'effet des représentations, croyances, idéologies..., conçues comme systèmes de pensée, sur le traitement de l'information ;
- la fonction sociale de ces systèmes de pensée.

Et, par delà les "idéologies" définies en référence à des contenus culturels particuliers, il convient dans cette perspective de caractériser l'idéologie en tant que mode spécifique de connaissance, c'est-à-dire de rapport au monde. Les propositions de Deconchy (1989) vont d'ailleurs dans ce sens, puisque selon lui, une approche psycho-sociale de l'idéologie appelle une traduction de l'idéologie en termes de mécanismes (242sq.) ; et dans ses travaux ultérieurs (2000a), il identifiera comme "mécanisme idéologique fondamental" le besoin fonctionnel de l'homme de s'immuniser contre l'idée qu'il est une donnée de nature, soumis à des déterminismes naturels. De manière générale, toute idéologie renvoie selon lui à une ontologie, une "nature des choses", et notamment : une nature de l'homme (1989:240sq.) ; et l'auteur cite à ce propos les analyses de Beauvois. Ces dernières rendent plus précisément compte des mécanismes de la reproduction idéologique, c'est-à-dire des "processus cognitifs que l'on peut décrire au niveau individuel qui ont comme effet social de produire les croyances, méconnaissances ou représentations garantissant la maintenance et la reproduction des structures sociales" (Beauvois 1984:201). Et, au cœur de la reproduction, se dessine un modèle normatif de la nature humaine : le modèle psychologique de l'individualisme libéral (qui sera plus explicitement décrit dans Beauvois 1994 et 2005). Ce modèle trouve son expression la plus directe dans une activité quotidienne : l'évaluation personologique, l'attribution d'un trait de personnalité constituant fondamentalement une attribution de valeur sociale (Beauvois 1984).

Cela étant, dans les travaux de ce champ, l'évaluation n'est jamais étudiée en tant qu'inscrite dans une situation de communication. Plus largement, le langage n'y est pas interrogé. Pourtant la reproduction se manifeste, en même temps qu'elle se pérennise, dans les

discours les plus quotidiens - en particulier lorsque ceux-ci se font le reflet de ces relais idéologiques primordiaux que sont les médias de masse. La pragmatique psychosociale est donc interpellée au premier chef. Du moins, elle est à même de rendre compte de la trame socio-cognitive qui sous-tend les interactions langagières (1999b)¹, depuis la conversation quotidienne jusqu'aux discours les plus formalisés – pour ce qui est de mes travaux : discours politique, médias d'information, publicité ; mais aussi entretiens d'embauche, copies d'étudiants, textes poétiques, et divers protocoles d'enquête et expérimentaux, écrits et oraux. La pragmatique psychosociale a pour objet l'explicitation des "principes, règles, procédures, conventions, normes et stratégies cognitives, sociales et langagières qui sous-tendent la « compétence communicative » des acteurs sociaux, producteurs et interprétants des échanges quotidiens, constitutifs de la « réalité sociale »" (Chabrol 1994:8). Dans ce cadre, la "réalité sociale" est le produit intersubjectif d'une activité de construction de signification ; elle a pour condition minimale l'existence d'un sujet interprétant confronté à une figure d'altérité. Tandis que la psychologie sociale de la reproduction, focalisée sur les déterminations externes des conduites humaines, traite le social comme donnée *a priori* ; les mécanismes de la reproduction y relèvent en somme du conditionnement. L'articulation entre les deux champs est néanmoins envisageable. Car le modèle du contrat de communication, au cœur de la pragmatique psycho-sociale telle qu'elle s'est développée en particulier sous l'impulsion de Ghiglione (1986), met lui-même en évidence le poids des déterminismes psychosociaux. Ce modèle permet en effet de rendre compte de la préstructuration des interactions langagières par la situation de communication, c'est-à-dire l'ensemble des caractéristiques non langagières pré-existantes à l'échange, dans la mesure où elles le motivent et lui donnent sens. Mais le contrat ne saurait s'entendre comme prédétermination qui serait établie indépendamment de l'action des partenaires de l'échange ; il est par définition le produit d'une négociation – négociation de la signification de la situation en premier lieu, objet à propos duquel on rencontre diverses formulations convergentes dans la littérature : circonscription d'un enjeu (Bromberg 1981), réponse à la question : "On est là pour faire quoi ?" (Charaudeau 1989), définition d'une situation d'action (Chabrol *op.cit.*).

De manière générale, du point de vue de la pragmatique psycho-sociale, la signification n'est pas donnée mais construite par inférences à partir de la mise en relation entre caractéristiques situationnelles et matière linguistique. Cette construction inférentielle suppose la mise en œuvre d'une compétence communicative qui s'appuie sur un ensemble de cognitions hétéroclite : savoirs généraux sur le monde, savoirs, déclaratifs et procéduraux, liés

¹ Les références soulignées renvoient à mes travaux et publications, dont la liste figure en annexe A.

à des domaines de la pratique sociale (permettant la typologisation des situations de communication et donc l'adaptation comportementale), scripts, schémas, heuristiques de traitement... Une pragmatique psycho-sociale de l'idéologie pourrait précisément avoir pour objet l'étude de la fonction idéologique de ces cognitions à partir de leur actualisation dans des rapports sociaux situés, fonction qui n'est pas interrogée en tant que telle dans les travaux du domaine. On y trouve certes des explications de "niveau idéologique" (cf. Doise, *supra*) : référence à des croyances, des savoirs supposés partagés, des modèles normatifs, guidant la production et l'interprétation des discours ; mais leur pertinence reste généralement locale. Tout se passe comme si les caractéristiques génériques des situations étudiées délimitaient implicitement l'étendue de l'espace social à convoquer dans l'explication ; comme si, en fin de compte, l'explication ne pouvait être "sociale" qu'en référence à des domaines spécifiés de la pratique sociale, tandis que les régularités transversales éventuellement observées dans les échanges ne pouvaient légitimement donner lieu qu'à une lecture en termes de processus psychologiques fondamentaux. La notion d'idéologie, en ce qu'elle appelle quant à elle une lecture socio-politique des phénomènes humains, se trouve exclue de fait. D'ailleurs on ne saurait ériger l'idéologie en objet de connaissance sans convoquer d'autres disciplines, sociologie et philosophie au premier chef, tandis que la psychologie sociale s'est progressivement transformée en une mosaïque de champs de recherche spécialisés. Il en émane des "micro-théories" non articulées entre elles, comme le regrette Dorna (voir par exemple 2002 ; Dorna & Sabucedo 2006:34sq.), promoteur en France d'une psychologie politique qui quant à elle ne saurait se définir ni en négligeant les apports des autres sciences humaines et sociales, ni en faisant l'économie du concept d'idéologie. Bien au contraire : en tant que "niveau le plus général de compréhension de la réalité sociétale" (Dorna 2007:1), l'idéologie échappe à l'investigation micro-théorique ; ce qu'elle "révèle ou occulte mais surtout véhicule, ce sont les fondements éthiques et politiques émanant de sentiments (résidus) collectifs et de mythes fondateurs d'une société à un moment donné". Et l'auteur l'identifie comme faisant partie des notions à ré-examiner en vue de l'élaboration d'un nouveau cadre heuristique pour les Sciences Humaines et Sociales.

C'est au regard de ce projet que l'orientation générale du présent rapport, celle d'une synthèse argumentée plutôt que d'un exposé linéaire, prend son sens. Car si mes travaux empiriques s'enracinent, théoriquement et méthodologiquement, dans la psychologie sociale expérimentale, l'objet qu'ils visent *in fine* relève de la psychologie politique. D'où leur caractère parfois exploratoire ; d'où, également, la production de travaux de synthèse, de

critiques théoriques et épistémologiques, ou encore de travaux spécifiquement méthodologiques. Je présenterai en premier lieu un ensemble de recherches expérimentales centrées sur l'évaluation personologique et ses déterminants communicationnels, à l'issue de quoi l'hypothèse d'un modèle normatif général définissant le "bien communiquer" sera posée. C'est dans le domaine des communications de masse, qui fera l'objet d'une deuxième partie, que cette hypothèse sera examinée, à partir notamment de travaux sur le traitement textuel de discours médiatiques.

A ce stade, on aura fourni un éclairage complémentaire des mécanismes de la reproduction. Mais une pragmatique psycho-sociale de l'idéologie ne peut se limiter à une analyse descriptive de processus mis en évidence ailleurs ; elle conduit nécessairement à un questionnement tout à la fois d'ordre conceptuel sur l'idéologie, et d'ordre épistémologique sur les approches de l'idéologie. En effet les propriétés fondamentales et de la communication, et du langage, imposent la distance à l'égard de tout parti pris épistémologique déterministe ou naturaliste ; car si le discours est pris dans un symbolisme par lequel des significations idéologiques implicites s'imposent automatiquement, pour reprendre les termes de Castoriadis (1975:208sq.), il ne lui est pas fatalement asservi, puisque "ce symbolisme est lui-même *créé*" (*ibid.*). Ces propositions seront discutées, et empiriquement illustrées, dans une dernière partie.

I. L'évaluation personnologique.

Les travaux qui vont être présentés ici ont pour objet l'attribution de traits de personnalité à un locuteur, en fonction de caractéristiques discursives et situationnelles. Le processus d'attribution "consiste à émettre un jugement, à inférer "quelque chose", une intuition, une qualité, un sentiment sur son état ou sur l'état d'un autre individu, à partir d'un objet, d'une disposition spatiale, d'un geste, d'une humeur" (Deschamps & Clémence 1987:17). Dans une revue de questions relative à ces théories (1988), j'avais proposé une articulation avec la psychologie sociale du langage en interrogeant les comportements langagiers en tant que support privilégié des attributions, et tout particulièrement des attributions relatives à l'identité du locuteur. En effet dans nos sociétés, le sujet du discours est conçu comme l'expression d'un individu psychologiquement caractérisé, et qui lui pré-existe nécessairement. Et, de manière générale, l'explication quotidienne des comportements y mobilise spontanément la référence à la "personnalité" de l'acteur. Or l'attribution personnologique, laquelle constitue fondamentalement une attribution de valeur, est au cœur des processus idéologiques par lesquels se pérennise le modèle normatif de l'individualisme libéral. En même temps, elle s'inscrit dans une relation de communication, et participe de l'interprétation des discours. C'est pourquoi l'évaluation personnologique du locuteur m'a semblé constituer un objet de recherche pertinent pour articuler pragmatique psycho-sociale et psychologie sociale de la reproduction.

I.1. Cadre théorique : reproduction idéologique, inférences personnologiques et communication.

I.1.1. Reproduction et modèle normatif de l'individualisme libéral.

La reproduction idéologique ne constitue pas un domaine clairement identifié de la psychologie sociale (voir synthèse proposée en [2006b](#)). En revanche on note une remarquable convergence entre analyses de la reproduction issues de champs disciplinaires différents, convergence que résume la question suivante, posée par Reich en 1933 : "Comment se fait-il que l'élaboration et la formation des structures psychiques de la couche sur laquelle repose une société s'imbriquent avec la précision d'une horlogerie dans l'organisation économique et les finalités de la classe dominante ? " (ed.1972:103).

La reproduction peut en effet être définie comme l'ensemble des mécanismes par lesquels s'opère un ajustement entre structures psychiques (quel que soit l'angle, plutôt affectif ou cognitif, sous lequel elles sont envisagées) et structures sociales. L'analyse de la reproduction se centre donc sur les moyens non coercitifs par lesquels la hiérarchie sociale se perpétue. Le point de vue psychosocial se focalise plutôt sur la légitimation de l'exercice du pouvoir en tant que fonction implicite de l'idéologie dominante². La question de la domination, laquelle renvoie aux relations entre catégories sociales, et, plus largement, à la hiérarchisation de la société, peut en être considérée comme le versant sociologique. La reproduction sociale, c'est la "reproduction de la structure des rapports de force entre les classes" (Bourdieu & Passeron 1970:26). Or, l'état du rapport de force entre classes sociales est tel qu'il ne permet plus aux classes dominantes "d'invoquer le fait brut et brutal de la domination comme principe de légitimation de leur domination" (p.29). Pour le dire autrement, dans le contexte socio-historique des démocraties libérales, la coercition ne trouve pas de caution idéologique. Comme le soulignent Enriquez et Haroche, "le capitalisme n'a pas besoin d'esclaves. Il a besoin d'individus qui, à la limite, s'auto-aliènent. Comme le pensait Diderot, il a besoin d'esclaves qui se croient citoyens" (2002:104). Or, les mécanismes qui font de l'affirmation de liberté la formule générique de la "servitude libérale" (Beauvois 1994) sont l'objet d'investigations expérimentales depuis plus de 20 ans en psychologie sociale.

A l'origine de ces investigations, on peut identifier le cadre théorique que constitue la psychosociologie de la rationalisation (Beauvois & Joule 1981), auquel s'articule l'analyse des conduites sociales d'évaluation initiée par Beauvois (1976). La rationalisation est le processus par lequel les idéologies s'ajustent *a posteriori* aux comportements. Ce processus prend appui sur la "psychologie libérale" (Beauvois 1994) ou "quotidienne" (Beauvois 1984), corrélat idéologique de l'exercice libéral du pouvoir, et qui se manifeste notamment au cours de l'explication des conduites. Le noyau qui structure cette psychologie et que l'analyse des conduites sociales d'évaluation met en évidence, c'est la "personnalité", comprise comme "nature psychologique" propre à chacun, et conçue comme cause fondamentale de la plupart des comportements. Ce fonctionnement général peut être résumé comme suit : le comportement, déterminé par des pressions externes, se voit attribuer *a posteriori* par l'agent une signification, rapportée à sa "nature psychologique". Reste à préciser en quoi cette interprétation psychologique du comportement constitue le support de la production des

² Légitimation envisagée sous un angle cognitif. D'ailleurs c'est une "théorie cognitive de la reproduction idéologique" que propose Beauvois (1984:201 ; cf. *supra* p.5), et il ne fait aucune référence, dans ses travaux, à la psychosociologie clinique ou à la psychanalyse politique.

croyances légitimantes. En l'occurrence ce qui sous-tend cette psychologie quotidienne, c'est une représentation normative de la nature humaine : le modèle psychologique de l'individualisme libéral. Beauvois en propose un portrait sous la forme de prescriptions :

"Vois en toi-même et dans ta personnalité l'origine de ce que tu fais et de ce qui t'arrive (...) Essaie, à travers les significations de tes comportements, de reconnaître cette réalité qu'est toi-même au cœur des situations dans lesquelles tu te trouves (...) Efforce-toi de ne partager cette réalité avec nul autre (...) Et apprends à bien distinguer cette réalité de celle d'autrui (...) Essaie aussi souvent que tu le peux de faire reluire cette réalité dans tes relations interpersonnelles", etc... (1994:100sq.)

La fonction de reproduction de ce modèle normatif tient en ce qu'il suspend toute mise en cause d'un arbitraire social qui tend alors à s'imposer comme ordre naturel. La naturalisation peut en effet être considérée comme principe de la reproduction. Elle se définit comme transformation d'un arbitraire social en nécessité naturelle – et tout particulièrement : liée à la "nature" des gens. Dans le contexte de l'exercice libéral du pouvoir, la naturalisation rend compte de la manière dont les rapports de pouvoir, occultés dans leur substrat institutionnel, sont perçus en tant que relations interpersonnelles ; et les positions dissymétriques des acteurs qui y sont impliqués trouvent une forme inédite de légitimation, qui prend appui sur la croyance en la "nature psychologique" de chacun. Pour Beauvois, la naturalisation est à la base de toute conduite d'évaluation des personnes, institutionnalisée ou non. En effet ce qui est objectivement évalué (Beauvois 1976), c'est l'utilité sociale des conduites de la personne, lesquelles peuvent être plus ou moins conformes aux attentes normatives, elles-mêmes fonction des caractéristiques de l'environnement social dans lequel elles sont observées. Or le produit de l'évaluation, c'est un ensemble de traits de personnalité, soit : une soi-disant description de la nature psychologique de l'évalué, censée expliquer ses conduites, indépendamment de toute prise en compte de leur contexte d'émergence. La fonction de reproduction idéologique de l'évaluation psychologique tient à ce que celle-ci fait de l'environnement un "absolu non problématique" (*ibid.*) Et, de manière générale, le trait de personnalité "résulte d'un codage de la valeur (ou de l'utilité) des conduites" (Beauvois 1984:192). Les utilités impliquées par le fonctionnement social apparaissent ainsi "comme des nécessités psychologiques liées à la nature des gens (...). La fonction reproductrice de la psychologie quotidienne tient pour l'essentiel à ses effets de naturalisation et à leur corollaire : l'incapacité dans laquelle elle met le sujet à appréhender l'arbitraire social et *a fortiori* le possible social" (*ibid.*)³.

³ D'ailleurs le psychologue évaluateur ne saurait prendre distance d'avec la psychologie quotidienne qu'en intégrant à son analyse les déterminismes propres à la situation d'évaluation, c'est-à-dire en considérant celle-ci sous l'angle des paramètres qui la définissent comme situation de communication spécifique, pour reprendre les propositions formulées en 1999a.

C'est sur cette base théorique que peuvent se lire les travaux relatifs à la norme d'internalité, montrant que la surestimation du poids des causes internes dans l'explication des conduites et des événements, de soi comme d'autrui, loin d'être une caractéristique psychologique différentielle, relève en fait d'une norme sociale (Jellison & Green 1981 ; Dubois 1987, 1994). Là encore, le concept de naturalisation rend compte de la fonction idéologique de l'internalité : se focaliser sur les caractéristiques de la personne a pour corrélat l'omission des déterminismes situationnels – et, en premier lieu, de l'arbitraire social. C'est d'ailleurs cette omission qui est au centre de l'analyse critique que fait Gangloff (2000) de l'internalité : à partir du constat que dans ces travaux, les explications internes utilisées sont toujours allégeantes, il a mis en scène un "interne rebelle", expliquant ses conduites par son désir de remettre en cause l'ordre social. Cette cible s'étant avérée contre-normative, il en a conclu que la norme ne portait pas tant sur l'internalité que sur l'allégeance. La norme d'allégeance peut être définie comme la valorisation des explications des événements psychologiques qui taisent l'influence de l'environnement social.

La perspective sociologique quant à elle met directement l'accent sur la transformation d'attributs sociologiquement déterminés en dispositions naturelles – en particulier chez Bourdieu, le rapport au langage, et plus largement aux objets culturels. Ainsi le "rapport cultivé" à la culture est le propre des classes dominantes. Or ce rapport cultivé qui prime sur la culture elle-même, et que l'École exige sans le transmettre (*Cf.* le "culte scolaire du rapport non scolaire à la culture", Bourdieu & Passeron *op.cit.*:164), paraît naturel, alors qu'il est déterminé par la familiarisation précoce. En effet seul l'habitus d'origine peut conférer l'"aisance", c'est-à-dire cet "effet d'imposition que réalisent, par leur existence même, ceux qui n'ont qu'à être ce qu'ils sont pour être ce qu'il faut être" (Bourdieu 1979:286). La disposition esthétique notamment, est l'"expression distinctive" par excellence d'une position sociale privilégiée. Et sa valeur, c'est-à-dire sa légitimité à fonder une position sociale dominante, repose sur sa perception en tant que disposition naturelle. L'idéologie du don inné, du goût naturel, issue de l'"idéologie aristocratique de la naissance" (Bourdieu & Passeron, *op.cit.*:242), côtoie cependant "l'idéologie petite-bourgeoise de l'ascèse laborieuse" (*ibid.*) – idéologie du mérite, nécessaire à la légitimation morale de la précédente.

Pour Bourdieu certes, la domination symbolique passe par l'imposition d'une langue légitime, véhiculée en premier lieu par l'école ; la langue est un instrument de pouvoir⁴. Mais

⁴ Cela dit pour l'auteur, l'efficacité de la parole n'est pas à chercher dans la langue elle-même (*cf.* les performatifs d'Austin) mais ailleurs – dans le statut de celui qui parle, en premier lieu (1982:105).

par delà ce rapport de classe au langage, rien n'est dit quant à la façon dont la reproduction se manifeste et tout en même temps se pérennise dans les échanges langagiers les plus courants.

D'un point de vue psychologique, l'attribution de significations aux comportements, et en premier lieu à ceux qui se donnent comme déjà signifiants, à savoir les comportements langagiers, constitue à cet égard un objet de choix. En effet le modèle normatif de l'individualisme libéral offre un répertoire de significations, que la psychologie libérale incite à confondre avec les déterminations des comportements : "La signification du comportement s'ancre ainsi dans ces théories partagées que nous prenons volontiers comme donnant des déterminations mais qui de fait proposent surtout des justifications, des voies possibles de rationalisation, bref de quoi construire la signification ou la valeur d'un comportement" (Beauvois 1994:31). Cela dit les travaux issus de ce champ de recherche étudient pour l'essentiel les déterminants normatifs de l'attribution de valeur, et non pas la construction de signification, d'une part ; et d'autre part, les comportements de la cible évaluée n'y sont pas traités en tant que comportements langagiers.

I.1.2. Contrat de communication et inférences sur le locuteur.

Ainsi pour le sujet interprétant, la représentation de la personnalité du locuteur pourrait bien fournir tout à la fois les mobiles explicatifs de son discours, et une grille d'interprétation de ce même discours – tout en étant fondamentalement déterminée par la normativité de ce discours. Car pour construire cette représentation, il est probable que le sujet interprétant mette en œuvre une activité évaluative confrontant le discours produit à un certain modèle normatif, actualisé par les caractéristiques contractuelles. Pareil modèle devrait d'ailleurs être parallèlement observé en production, toute situation de communication comportant des enjeux identitaires⁵.

Ces hypothèses générales se fondent sur les axiomes de la pragmatique psychosociale. En effet celle-ci intègre d'emblée la situation de production d'un discours à la construction de la signification : toute production langagière s'inscrit dans une situation de communication, y compris lorsque l'Alter n'est présent dans la situation qu'en tant que représentation construite par le locuteur. C'est en cela que la pragmatique est au cœur de la psychologie sociale, pour laquelle il ne saurait y avoir de "langage sans communication", et réciproquement (Moscovici 1967). Le modèle du contrat de communication en particulier

⁵ d'où par exemple les rituels régissant les interactions sociales, rituels qui visent à prévenir la perte de face (Goffman 1974).

permet de rendre compte de l'articulation entre matière linguistique et caractéristiques de la situation, articulation qui relève pour l'essentiel de processus inférentiels. Les multiples paramètres du contrat font certes l'objet de désignations variées suivant les auteurs. Je le définirai simplement comme cadre pré-structurant les interactions langagières. Ce cadre est composé de savoirs (croyances et connaissances) et de procédures de traitement composant un ensemble *a priori* hétéroclite, mais qui réfère intrinsèquement à la cognition sociale. Car les facteurs qui déterminent la construction de la signification sont pour partie socio-normatifs, par exemple au niveau des contenus implicites guidant la production inférentielle ; ou encore au niveau de la sélection et de l'identification des indices pertinents pour l'actualisation d'heuristiques de traitement ; mais aussi à celui de la catégorisation des situations de communication, donc des domaines de la pratique sociale.

C'est d'ailleurs à partir de cette catégorisation que sont convoqués les modèles normatifs pertinents pour l'évaluation des partenaires de la communication. Cette évaluation concerne en premier lieu le sujet communiquant qui, comme l'a décrit Chabrol (1994, en particulier 203sq.), s'efforce de construire son discours de telle sorte qu'il produise les effets escomptés. Ce contrôle suppose une évaluation constante de sa propre parole durant l'énonciation, en même temps que le guidage par un modèle. Pour réaliser ce modèle, le sujet communiquant met en place des stratégies langagières, dont certaines se définissent par leur visée identitaire, l'objet de ces dernières étant plus précisément "la visée d'inférences attendues à propos de qualités ou de traits psychologiques et sociaux, inférences qui seraient supposées liées à des mises en scène énonciatives effectuées par le "Je communiquant" (*ibid.*) Car le "sujet-énonciateur est un *être de parole*, co-extensif à l'acte même de langage. Pour celui qui m'écoute, mes énoncés les plus impersonnels, les plus plats constituent autant de traces des choix implicites que *j'ai* faits pour parler, donc autant d'images de moi, en tant qu'énonciateur" (Chabrol 1985:265).

Or ces images du locuteur constituent une dimension fondamentale de la construction de la signification. Et de manière générale, c'est un des mécanismes fondamentaux de la compréhension des discours, que la production d'inférences sur le locuteur ; en premier lieu parce que l'intention du locuteur est au centre de la signification de son discours. Et de toutes façons, "il n'y a pas d'acte de langage qui ne passe par la construction d'une image de soi." (Charaudeau 2005:66). Cela dit, ce n'est pas parce que la construction de l'image du locuteur, qu'elle soit envisagée du point de vue de la production ou de celui de l'interprétation, relève d'un processus fondamental, que la nature de l'image construite échappe aux déterminismes

socio-historiques. Ainsi on pourrait soutenir avec Breton que "ce qu'apporte l'individualisme, c'est la parole, une parole perçue comme individuelle, personnelle, autoproduite (...), jaillissant de l'intérieur. L'individu est auteur de sa parole là où le membre de la société holiste n'est que le porte-parole, éventuellement l'interprète, d'un discours commun" (1997, ed. 2000:160).

I.2. Le substrat psycho-socio-langagier de l'impression personologique.

Une première série de recherches expérimentales a porté sur les facteurs psycho-socio-langagiers susceptibles de déterminer l'impression personologique du locuteur : mise en scène discursive, contenu du discours, caractéristiques de la situation. Le contexte général de ces recherches est le suivant : dans un contrat d'"enquête sur l'information et l'orientation dans les études", on propose à des sujets étudiants un témoignage (écrit) soi-disant produit par un de leurs pairs, témoignage portant sur les difficultés d'information sur l'orientation, et on leur demande de livrer leur impression sur l'auteur de ce témoignage. Parmi les multiples résultats obtenus, on retiendra notamment que :

- lorsque l'impression personologique est demandée en condition "objectivante" (tâche structurée par des échelles de traits, conférant au sujet une position d'évaluateur objectif), l'évaluation se fait en faveur d'une version argumentativisée du discours-support (liens logiques entre événements du récit), au détriment de sa version narrativisée (succession chronologique des événements). C'est l'inverse en condition "subjectivante" (description libre, dans laquelle la recherche d'attributs est susceptible d'actualiser la référence à soi) (1991 ; avec Chabrol 1990).
- On a également confronté l'effet produit par la mise en scène discursive (subjectivation *versus* objectivation du discours, opérationnalisées par le marquage énonciatif), et effet produit par le contenu propositionnel (réussite *versus* échec de la quête d'information du locuteur).

Exemple :

- Condition objectivante : "D'une manière générale, j'ai été bien informé." (contenu réussite) / "... mal informé" (contenu échec).

- Condition subjectivante : "D'une manière générale, j'estime avoir été bien informé." (contenu réussite) / "... mal informé" (contenu échec).

Il s'est avéré que les effets simples de chacune de ces deux variables indépendantes étaient strictement comparables (i.e. : impact quantitativement équivalent sur l'évaluation du locuteur), alors même que dans leurs justifications, les sujets évaluateurs s'appuient pour l'essentiel sur le contenu (1991). Par ailleurs l'évaluation la plus favorable s'obtient en condition "discours subjectif" d'une part, "contenu réussite" d'autre part, mais ce résultat peut n'être que conjoncturel, c'est-à-dire lié aux paramètres du contrat de communication qui ici ne variaient pas.

- Ces derniers ont en revanche été manipulés dans une autre recherche, en vue de voir dans un premier temps dans quelle mesure ils étaient susceptibles d'influer sur la production discursive. Il est en effet plausible de supposer que l'évaluation du locuteur soit déterminée par la plus ou moins grande adéquation de son discours aux attentes contractuelles, lesquelles s'élaborent à partir des régularités observées⁶. Or, si l'existence d'attentes contractuelles n'est plus à démontrer, en revanche leur caractère normatif, c'est-à-dire la valeur de ces régularités, reste à établir ; ce qui nécessite en premier lieu de les repérer, d'où cette analyse en production. On a alors introduit une variation notable du contrat d'enquête, en l'occurrence : enquête destinée au Rectorat avec visibilité sociale des sujets (condition R, de "forte significativité sociale de la tâche"), *versus* destinée à un journal universitaire, et anonyme (condition JU, de "faible significativité sociale"). On a donc d'abord fait produire à des sujets étudiants des témoignages (écrits pour certains, oraux pour d'autres) dans l'une *versus* l'autre de ces conditions, et comparé les discours ainsi produits sur plusieurs dimensions (1991, avec compléments d'analyse dans 1995 (avec Chabrol), publié en 1996 (avec Chabrol). L'analyse quantitative montre que, du point de vue des contenus référentiels, l'évaluation de l'information est plus positive en condition R qu'en condition JU. L'organisation discursive diffère également : schémas narratifs dissymétriques et désignation impersonnelle des actants en condition R, configurations symétriques et personnalisées en JU. Quant à l'énonciation, elle est plutôt délocutive en R, élocutive en JU. En termes de stratégies communicationnelles (analyse qualitative), l'enquêté R se montre en somme conformiste, la référence au modèle du "bon étudiant" étant constante ici ; mais en même temps cet enquêté marque sa distance d'avec ce modèle par de multiples stratégies d'évitement. Tandis que l'enquêté JU développe un discours militant, dans lequel il se met en scène comme porte-parole du groupe.

⁶ régularités dans les co-occurrences entre caractéristiques situationnelles et caractéristiques des productions discursives.

Les stratégies communicationnelles en fonction du destinataire de l'enquête : illustration.

L'enquête "pour le Rectorat" :

- se réfère au "bon étudiant" : intéressé par ses études ("J'ai vu qu'la psychologie m'intéressait, donc j'ai pu choisir librement), relativement renseigné ("Je ne sais pas du tout... les mots pas du tout sont peut-être un peu forts", ou encore : "Au niveau orientation je suis pas du tout très bien renseignée"), et actif ("Je savais qu'on aurait/qu'on ferait une approche de la psychologie...")

- se présente comme n'étant pas celui qu'il faut interviewer : se culpabilise ("J'ai pas tellement cherché...", "Si j'avais vraiment voulu, j'aurais pu acquérir d'autres informations", ou encore : "Je n'peux pas être objective"), et ne s'implique pas ("J'en ai appris qui sont allés dans des centres d'information, ils n'ont pas vraiment trouvé c'qu'ils cherchaient vraiment", "Sincèrement je pense que si un étudiant veut obtenir des informations, ...")

L'enquête "pour un journal universitaire" :

- tient un discours militant : extrêmise son appréciation ("C'est pas facile de s'informer... c'est assez difficile... c'est la panique complète... c'est la catastrophe"), et construit l'enjeu de la revendication ("C'est peut-être un problème de société... il faut prendre des mesures, peut-être pas au niveau de l'université mais beaucoup plus haut").

- se construit comme porte-parole du groupe : locuteur collectif ("C'est un phénomène assez général... on s'dit j'fais ma première année... peut-être qu'on n'est pas assez mûr..."), en même temps qu'énonciateur individuel d'un "nous" demandeur ("...encore faut-il nous en faire la publicité... j'ai quoi c'est l'impression qu'ça m'donne... on a beaucoup de mal à le trouver... j'en reste toujours à mon idée moi j'aimerais un livre... là peut-être qu'on arriverait à quelque chose de concret...")

- Reste maintenant à examiner dans quelle mesure ces régularités observées en production doivent être considérées comme normatives. Pour le savoir, deux témoignages-types ont été construits, l'un sur le modèle des productions R, l'autre sur celui des productions JU (annexe B1). Ces discours-supports ont été soumis à des sujets évaluateurs, eux-mêmes placés pour certains en condition d'enquête pour le Rectorat, pour d'autres d'enquête pour un journal universitaire (1996d). Les résultats ont montré que la conformité contractuelle produisait comme attendu une évaluation psychologique plus favorable que la non-conformité (Annexe B2). On peut donc conclure qu'il existe bel et bien des normes psycho-socio-langagières, et que la valeur sociale attribuée à un autrui dépend de la conformité de ses comportements langagiers aux attentes contractuelles.

Cette évaluation est d'ailleurs liée à l'interprétation du propos. Ainsi un même discours, suivant les caractéristiques du contrat dans lequel sont placés les sujets interprétants, suscitera des inférences contrastées (1991, publié dans 1999b).

Par exemple : on peut s'interroger sur l'acte de langage réalisé par l'énonciation de : "C'est à l'étudiant d'aller chercher lui-même l'information." Sur l'ensemble des situations expérimentales, cet énoncé fréquemment cité pour justifier des inférences a pu recevoir quatre interprétations différentes :

- Cet étudiant est "protégé, immature, passif, ça l'embête de devoir faire des démarches". Ici le locuteur se plaint.

- Cet étudiant "entreprend des démarches, va chercher de l'information, il est entreprenant, décidé". Les sujets ici infèrent qu'"il a cherché lui-même" ; l'énonciation réalise alors le récit d'une action effectuée par le locuteur.
- Cet étudiant "est réaliste, c'est vrai que l'information n'est pas donnée comme ça". Le locuteur ici constate une réalité. En condition JU où cette interprétation est la plus fréquente, ce constat prend valeur de dénonciation d'une difficulté pour les étudiants.
- Cet étudiant "nous pousse à chercher l'information, c'est bien". L'énonciation réalise alors une incitation à faire, "pour aider les étudiants". Cette interprétation est spécifique à la condition R.

L'ensemble de ces recherches aura donc permis de montrer :

- comment des sujets interprétants traitent les marques langagières pour construire une impression personologique du locuteur ;
- dans quelle mesure les caractéristiques contractuelles de la situation déterminent l'issue de ce traitement ;
- comment inférences personologiques et construction de la signification du discours sont intrinsèquement liées.

I.3. La signification des attributs personologiques.

Dans la synthèse empirique ci-dessus, l'impression personologique a été réduite à la valeur attribuée au locuteur. On verra qu'en fait les dimensions pertinentes pour l'évaluation varient suivant les paramètres du contrat et les caractéristiques du discours-support. Mais il convient préalablement d'examiner les propriétés sémantiques du trait de personnalité, pour comprendre en quoi il est l'outil privilégié de la naturalisation.

I.3.1. La signification évaluative comme présupposé normatif

Les traits de personnalité constituent un lexique très étendu (4000 à 5000 termes). L'analyse critique que fait Beauvois de la "psychologie quotidienne" (1984) prend appui sur la mise en cause du rapport entre ce que les traits signifient, et la réalité qu'ils sont censés décrire. D'ailleurs la psychologie de la personnalité, inscrite dans la continuité de la psychologie quotidienne, reste ancrée sur l'hypothèse lexicale (Cattell 1943) ; celle-ci pose que le lexique personologique usuel est le produit d'un codage linguistique des différences interindividuelles observées de manière répétée. Ici la psychologie du sens commun, postulant un lien direct entre traits et comportements (les premiers étant censés expliquer les seconds), se double d'une sémiotique du sens commun, suivant laquelle les mots sont des étiquettes décrivant une réalité pré-existante. Et de nombreuses recherches mettent en évidence les faibles corrélations entre attributions de traits et comportements observables de la cible à laquelle ces traits sont attribués. Par exemple, les différents comportements censés actualiser

le même trait ne sont que très faiblement intercorrélés (Shweder 1975). Par ailleurs, il est établi depuis longtemps que les impressions personnologiques sont sous-tendues par des associations conceptuelles (matière des TIP, théories implicites de la personnalité décrites initialement par Bruner & Tagiuri 1954) plutôt que par des co-occurrences comportementales effectivement observées. Ainsi si j'estime que quelqu'un est "sociable", je vais très probablement estimer qu'il est aussi "dynamique", "généreux", "optimiste", etc..., et qu'au contraire il n'est pas "passif", "défaitiste", "hésitant", etc... La simple activation de certains traits, centraux, suffit en effet pour la formation d'une impression personnologique globale cohérente (Asch 1946). Or ce qui organise fondamentalement les TIP, c'est la valeur⁷ - au point que pour Beauvois, quand je dresse le portrait personnologique de quelqu'un, j'aurais plus vite fait de dire : "C'est un type bien", ou "Je n'peux pas l'sentir" (1984:181)⁸.

Cette dimension évaluative de la signification des traits se retrouve dans les inventaires de personnalité (voir [2004a](#)) – et là encore, l'analyse langagière s'articule de façon cohérente avec la critique beauvoisienne. Dans ces inventaires, les items sont fréquemment ambigus ou polysémiques – sauf quant à leur orientation évaluative, d'où le fait que cette polysémie ne fait généralement pas difficulté pour l'évalué. L'imprécision descriptive réside notamment dans le fait que nombre d'items font simultanément appel à :

- un positionnement évaluatif à l'égard d'une conduite ;
- une appréciation objective de la fréquence et de l'intensité avec laquelle cette conduite est mise en œuvre ;
- l'expression d'un affect à l'égard de cette conduite.

Par exemple, un sujet répondant négativement à l'item "Je suis toujours au courant de tout ce qui se passe dans le monde" (mesurant la dimension "Ouverture aux expériences" dans le Big Five Questionnaire ; voir Caprara & Al. 1993) signifiera tout à la fois qu'il n'estime pas important de s'informer, qu'il ne le fait que peu et mal, et qu'il n'aime pas le faire. Quant à celui qui au contraire aura fait montre d'"ouverture", il aura accepté de s'identifier à un locuteur peu exigeant en matière d'information internationale – puisque estimant possible d'être "toujours" au courant "de tout".

⁷ Les travaux relatifs à cette question portant pour l'essentiel sur la description d'autrui ; il semble qu'il en soit autrement dans l'autodescription dont il sera question plus loin.

⁸ D'un point de vue linguistique, on peut rendre compte de ce phénomène à partir de la notion de topos, issue de la théorie de l'argumentation de Ducrot qui montre que l'informativité d'un énoncé est seconde par rapport à son argumentativité (Anscombe & Ducrot 1983) ; voir [2007d](#), et annexe B3.

Plus globalement, la signification des attributs personnologiques repose sur le postulat implicite d'une convergence entre affects et attitudes d'une part, conduites d'autre part, les premiers étant censés déterminer les secondes. Et la cohérence du discours personnologique repose sur ce même présupposé normatif, nécessaire pour l'attribution d'une valeur univoque. Ainsi, quand on demande à des sujets de décrire une cible, la décision d'attribuer ou non un trait est essentiellement déterminée par la conclusion évaluative implicite vers laquelle le trait oriente, plutôt que par sa pertinence référentielle.

Par exemple : deux sujets ont pour consigne de se mettre d'accord sur la personnalité d'une cible (d'après 1991) :

A. J'crois qu'il est quand même rêveur euh... parce qu'i s'fait des idées dans sa tête quoi – j'sais pas bon rêveur ou euh, j'vois pas/j'vois rien d'autre quoi ; tu vois un truc ?

B. Bah ouais m'enfin rêveur ça va pas trop

A. Bah ouais parce que rêveur c'est plus des trucs positifs (...) Il est imagitatif p't-être... enfin

B. On peut pas mettre ça, ça fait poète ça fait euh

A. Ouais c'est ça qu'est trop ouais (...). Non seulement i s'plaint mais en plus i dit des trucs qui sont pas vraiment... c'est pas vrai, donc il invente ?

B. Inventif ? bah ouais mais ça fait rêveur, ça fait (rires).

I.3.2. La valeur contextuelle des traits

Tâche de verbalisation (illustrée ci-dessus), analyse des intercorrélations entre traits attribués au locuteur, mais aussi tâche de classement et de définition de traits, ont permis quelques conclusions quant à la structuration des TIP. En particulier, les interconnexions entre traits à orientation évaluative négative sont plus nombreuses que celles observées entre traits positifs. Ainsi dans l'ensemble des "qualités", plusieurs dimensions descriptives se distinguent, tandis que dans l'ensemble des "défauts", les éventuelles nuances descriptives entre traits disparaissent derrière leur signification évaluative. Le comportement de notation des sujets face aux échelles de traits s'est d'ailleurs révélé déterminé par l'orientation évaluative (voir aussi 1990, avec Chabrol) : de manière générale, les "défauts" sont notés sur la moitié inférieure de l'échelle (le locuteur n'est pas...), et les "qualités", sur la moitié supérieure (le locuteur est...) ; ce seraient donc les "qualités" qui serviraient de base à l'évaluation. Et lorsque la description personnologique n'est pas pré-structurée par des échelles, les sujets citent peu de "défauts" mais utilisent de nombreuses formulations négatives (cet étudiant n'est pas motivé, pas dynamique, pas sociable, etc...). Ce traitement différentiel des "qualités" et des "défauts" s'observe également dans les commentaires que font les sujets face aux échelles, pour justifier les notes qu'ils attribuent : par exemple la note

5, sur une échelle en 7 points, pour une "qualité", s'accompagne fréquemment d'une explicitation de la forme : "Il n'est pas très..." ; parallèlement la note 2 pour un "défaut" donne souvent lieu à une explicitation de la forme : "Il est un peu..." On voit bien ici les limites de l'usage des échelles en matière d'attribution personnalologique – car ces modalités, par ailleurs très fréquentes dans les portraits libres, déterminent tout à la fois une position et une orientation évaluatives⁹. L'ensemble de ces constats invite en tout cas à une certaine circonspection dans l'usage des échelles pour l'évaluation d'une cible.

Il faut encore relever la particularité de certains traits, qui paraissent *a priori* évaluativement neutres (analyse factorielle réalisée en agrégeant les données de l'ensemble des conditions expérimentales). En fait leur pesanteur, voire pour certains leur orientation, évaluatives, varie suivant les caractéristiques du discours-support. C'est du moins ce que révèle l'examen des corrélations entre échelles de traits et évaluation explicite (1991), laquelle était mesurée par les réponses (sur échelles) aux trois questions suivantes : "Cet étudiant est-il quelqu'un que vous aimeriez avoir comme ami ?", "Est-ce quelqu'un dont vous vous sentez proche ?", et "Aimeriez-vous travailler avec lui ?". On observe par exemple que la subjectivation du discours conduit les sujets à valoriser le trait "sincère" (corrélation positive avec l'évaluation explicite), tandis que la valeur de ce même trait est légèrement négative avec un discours objectivant (corrélation négative avec l'évaluation explicite). L'interprétation de l'axe 1 qui se dégage d'une analyse en composantes principales met d'ailleurs en exergue un modèle de locuteur propre à chaque condition expérimentale. Par exemple, en condition "discours subjectif narrativisé", l'axe 1 oppose "sincère" à "baratineur", traits qui renvoient au "pacte autobiographique" (cf. Lejeune 1975) dont ce discours est prototypique. En revanche lorsque ce discours narrativisé se donne énonciativement comme "objectif", ce serait plutôt un modèle d'orateur public qui sous-tend l'évaluation, l'axe 1 opposant alors "ouvert, optimiste, décontracté, bavard..." à "agressif, discret, modeste...".

Cela dit c'est en manipulant la variable "significativité sociale de la tâche" (cf. *supra* I.2.) que l'on a pu conclure sans équivoque que les critères d'attribution de valeur sociale au locuteur étaient contractuellement déterminés. En effet (voir 1991, et avec Chabrol 1991), si l'ensemble des indices évaluatifs sont intercorrélés positivement en situation d'enquête pour un journal universitaire, en revanche, en situation d'enquête pour le Rectorat, le sentiment de proximité d'avec le locuteur se détache des autres mesures (corrélations nulles, et pour certaines négatives, avec les autres indices évaluatifs ; voir annexe B4). Les intercorrélations

⁹ Par exemple : "peu" et "un peu", du seul point de vue quantitatif, pourraient correspondre à une même position sur une échelle ; mais le premier est orienté vers le pôle négatif, et le second vers le pôle positif.

entre traits, et l'analyse factorielle qui en est issue, diffèrent d'ailleurs entre ces deux conditions : en condition R, les traits s'organisent sans équivoque sur un axe "qualités-défauts" ; alors qu'en condition JU, l'orientation évaluative des traits semble moins déterminante, l'axe principal se prêtant davantage à une interprétation en termes d'"identification-différenciation" d'avec le locuteur. Ces résultats ont été retrouvés en 1996d, les sujets de chacune des deux conditions ayant eu alors à évaluer deux locuteurs, l'un *a priori* conforme au contrat R, et l'autre au contrat JU (cf. *supra*) : si, au premier abord, le jugement de proximité entre soi et le locuteur paraît redondant avec les indices évaluatifs¹⁰, un examen plus minutieux des résultats révèle la complexité de la relation entre sentiment de proximité et valeur attribuée au locuteur : non problématique pour les sujets JU qui se sentent proches d'un locuteur évalué positivement, il n'en va pas de même pour les sujets R qui, face au locuteur R, dissocient ces deux aspects de leur jugement, et finalement se sentent d'autant moins proches de lui qu'ils l'auront jugé trop parfait.

Ces résultats pourraient être articulés avec les apports récents relatifs à la valeur sociale (Cambon, Djouari & Beauvois 2001, Dubois & Beauvois 2001, Dubois 2005). Celle-ci en effet comprendrait deux composantes distinctes. L'une est définie par l'utilité sociale (Beauvois 1995), laquelle désigne l'adéquation des conduites aux options du fonctionnement social. Plus précisément, elle "traduit la connaissance que l'on a des chances de réussite ou d'échec d'une personne dans la vie sociale en fonction de sa plus ou moins grande adéquation aux exigences du fonctionnement social dans lequel elle se trouve" (Dubois 2005:46sq.) L'autre de ces composantes réfère à la valeur affective ou "désirabilité sociale". Cette dernière " traduit la connaissance que l'on a des affects que peut susciter une personne ou des satisfactions que peut apporter cette personne aux principales motivations d'autrui" (*ibid.*) L'auteur montre d'ailleurs l'existence de "normes de désirabilité". Cela dit la relation entre les deux composantes de la valeur sociale paraît pour le moins problématique. Car si, en matière de description psychologique, la consistance évaluative paraît la règle, il semble bien qu'entre traits relevant de l'utilité et traits relevant de la désirabilité, la corrélation puisse éventuellement être nulle, voire négative. Les investigations en la matière sont encore trop peu nombreuses pour qu'il soit possible d'adopter un point de vue scientifiquement fondé sur la question. De plus la classification des traits sur laquelle s'appuient ces travaux (traits relevant *a priori* de l'utilité, et traits relevant *a priori* de la désirabilité, classification issue de Gallay 1992) ignore la détermination contextuelle de la signification. Or, nous avons fait

¹⁰ en l'occurrence : les sujets R disent se sentir plus proches du locuteur R que du locuteur JU, et inversement pour les sujets JU (annexe B4).

l'hypothèse (2006, avec Boudet) qu'en contexte publicitaire, quand bien même le contenu du message serait susceptible *a priori* de mobiliser la composante "désirabilité" de la valeur (dans notre recherche : message à références éthiques), la référence au pouvoir d'achat de la cible (donc à l'utilité) serait contractuellement déterminée. En construisant des accroches publicitaires contre-normatives du point de vue éthique (par exemple : pour une voiture de luxe : "Polluer est un droit"), nous avons pu effectivement conclure que la valeur des références éthiques dans la publicité dépend de la valeur économique supposée de la cible¹¹. Bref, le contrat de communication publicitaire subordonne nécessairement la désirabilité à l'utilité.

I.3.3. L'autodescription personologique

Sans doute la distinction entre utilité et désirabilité ne recouvre-t-elle que partiellement celle que j'ai observée suivant que la référence à soi est ou non mobilisée dans l'évaluation d'une cible. Mais les traits corrélant alors positivement avec le sentiment de proximité se retrouvent plutôt, dans la littérature pré-citée, soit du côté de la désirabilité positive, soit de celui de l'utilité négative. On ne peut en tout cas exclure que lorsque la dimension mobilisée dans l'évaluation relève plutôt de la désirabilité, tout comme lorsque la référence à soi est convoquée, alors l'organisation évaluative du lexique personologique soit nettement moins manifeste que lorsque c'est l'utilité qui est mobilisée, tout comme lorsque l'évaluateur se positionne "objectivement" par rapport à la cible. Les tâches d'auto-description constituent à cet égard un support intéressant. Ainsi, lorsque l'on demande à des sujets de se décrire à l'aide de traits avec une méthodologie permettant d'éviter le classique biais de cohérence (voir 1998b), on obtient des autoportraits caractérisés par une forte inconsistance : à la fois optimiste et défaitiste ; réaliste et rêveur ; fragile et bien dans ma peau, etc... ; tandis que les portraits d'autrui se caractérisent au contraire par une forte consistance descriptive et évaluative.

- Procédure : les sujets sélectionnent des traits dans un ensemble de 120, sans consigne quant à la quantité. Chaque trait, inscrit sur une étiquette aléatoirement piochée, est examiné individuellement, puis glissé dans l'une ou l'autre de deux enveloppes suivant qu'il est choisi ou rejeté, sans retour en arrière possible.

¹¹ La nécessaire contextualisation pour définir la valeur des traits est également apparue dans un autre contexte ; voir 2006, avec Lucchet.

- Construction des indices de consistance :

Consistance descriptive : les traits ont été catégorisés suivant la dimension personnalologique qu'ils actualisent, en référence au modèle psychométrique des Big Five (cinq dimensions bipolaires : énergie, agréabilité, conscience, stabilité émotionnelle, ouverture). La consistance descriptive se traduit par la proportion de traits du portrait qui subsistent après élimination des inconsistances, c'est-à-dire des paires de traits relevant des pôles antagonistes d'une dimension donnée (par exemple : *assuré* et *hésitant*, *serein* et *anxieux*, etc...). Une pondération a été apportée afin que les deux pôles antagonistes de chaque dimension, qui ne sont pas représentés de façon exactement équivalente dans la liste initiale (construite à partir d'attributions spontanées dans une même contextualisation), aient le même poids théorique dans le calcul de cet indice.

Consistance évaluative : Soixante sujets juges, informés des conditions d'obtention de la liste, ont noté chaque trait sur une échelle évaluative. Les traits ont alors pu être classés suivant deux axes hiérarchiques non orthogonaux : note moyenne d'une part, degré d'accord inter-juges d'autre part. Il en résulte 5 catégories ordonnées : les "défauts" ; les "plutôt défauts" ; les "neutres", regroupés avec les "ambivalents" ; les "plutôt qualités" ; et les "qualités". L'indice de consistance du portrait est calculé à partir de la proportion de traits qui subsistent après élimination des paires de traits de même pesanteur évaluative mais d'orientation opposée, ainsi que des traits ambivalents.

L'inconsistance de l'autoportrait permet de préserver le sentiment d'unicité : le sujet échappe ainsi à toute stéréotypisation, ce alors même que certains traits se retrouvent dans plus de 2/3 des protocoles auto-descriptifs : modeste, rêveur, sensible, émotif... traits qui ne sont qu'exceptionnellement attribués à un pair (annexe B5).

En somme, la signification des traits se caractérise par un flou référentiel leur conférant une position privilégiée dans la gestion de la dialectique identitaire identification/différenciation. Car ils permettent de se dire à la fois semblable aux autres, et différent des autres (cf. la conformité supérieure de soi définie par Codol 1975). J'ai ainsi décrit comment le lexique personnalologique permet de résoudre le double paradoxe auquel sont confrontés les évalués en situation professionnelle (en particulier : entretien de recrutement) (2000d, publié en 2004a) : se montrer conforme à un certain modèle, en même temps que différent des autres ; et répondre à une consigne d'auto-description, tout en se mettant en valeur. La négociation de la signification du lexique personnalologique apparaît par exemple en entretien de recrutement, lorsqu'il est demandé au candidat (question rituelle dans cette situation) de parler de ses défauts (voir 1994, publié en 1996a) :

Exemple 1 : Mes défauts... Je suis assez volontaire... Quand je réussis pas je suis assez fâchée... enfin fâchée c'est-à-dire contre moi-même.

Exemple 2 : Je suis franche... Disons que ça plaît pas à tout l'monde et... moi j'ai eu quand même un peu d'mal à m'y faire, j'étais trop franche.

Exemple 3 : J'ai un sale caractère... euh un sale caractère c'est un gros mot. J'ai du caractère et dans la vie, les gens qui ont du caractère ce sont eux qui montent le plus haut.

etc...

I.4. Modèles normatifs en situation d'évaluation professionnelle.

Pour l'étude des modèles normatifs guidant la production discursive, l'entretien de recrutement constitue une situation exemplaire (2001b, publié en 2004e) : il y est contractuellement requis (soit : attendu et valorisé) du candidat qu'il se mette en valeur, en même temps qu'il lui est demandé de dire qui il est. La mise en scène ici ne peut s'ignorer en tant que telle. Car il s'agit pour le candidat de faire croire au recruteur que le personnage qu'il joue est l'individu psychologiquement incarné, tout en sachant que le recruteur sait que lui, le candidat, essaie de se mettre en valeur et non pas de se montrer tel qu'il est... Faut-il conclure, à l'instar de la plupart des recruteurs, que ce contrôle que le candidat exerce sur sa production discursive relève d'un biais, dit de "désirabilité" ? Le travail du recruteur consisterait alors à déceler, par-delà ce que l'évalué prétend être, ce qu'est sa véritable personnalité. Pourtant le candidat qui se décrirait sans se mettre en valeur, et/ou qui n'exercerait aucun contrôle évaluateur sur sa propre production discursive, a peu de chances d'être retenu - un tel comportement paraît inadapté.

Nous avons mené une série d'expérimentations de terrain sur ces situations (pour une synthèse, voir 2005b), et mis en évidence par exemple des corrélations significatives entre score sur l'échelle de "désirabilité-mensonge" du Q5F¹² et divers indices discursifs relatifs à la cohérence de l'auto-description (1999, avec Terrade). L'analyse du discours des candidats rend compte en particulier du modèle normatif guidant leur production, et que j'ai appelé "modèle personnologique de l'employabilité" (MPE). La notion d'employabilité, générée par le modèle de la compétence (dont on trouvera un exposé critique dans 2003a), reflète d'ailleurs directement l'individualisme libéral ; elle favorise à tout le moins la personnologisation des savoir-faire professionnels, lesquels, issus d'acquisitions, prennent alors le même statut socio-cognitif que les qualités personnelles, attributs essentiels de la personne par lesquels la place de chacun dans le monde du travail se trouve légitimée. Et, parmi les attributs personnologiques, tous n'ont pas la même valeur dans le MPE. Ainsi, dans le portrait-robot de "quelqu'un qui réussit dans la vie" (Cf. la valeur sociale comprise comme utilité), on trouvera plus probablement les traits *sociable, dynamique, adaptable*, ou encore *évolutif*, terme en vogue dans le lexique de la gestion des ressources humaines, que les traits *honnête, polyvalent, sérieux, poli...* Même lorsque l'emploi visé n'est pas un emploi de cadre, ce portrait-robot s'avère guider l'auto-présentation de candidats en entretien de recrutement, *a fortiori* lorsque le recruteur adopte un comportement consensuel plutôt que provocateur

¹² version française du Big Five Questionnaire ; voir Caprara & Al. *op.cit.*

(1996a). L'expression des compétences propres s'effectue elle-même sur le registre privilégié de la personnologie. On préférera ainsi, à la mise en avant de savoirs et savoir faire transférables à diverses situations, celle de "compétences personnelles" ou "sociales", référentiellement floues mais à forte valeur sociale. J'ai ainsi montré qu'en bilan de compétences, les sujets bénéficiaires apprennent à se présenter sur ce mode personnologique. On observe en particulier, à l'issue du bilan, un enrichissement de l'auto-portrait sur le registre des "qualités sociales", lesquelles sont de plus labellisées par des attributs évaluatifs plutôt que descriptifs (1997b). Cette recherche a nécessité une classification des attributs auto-descriptifs¹³, dont les tableaux 1 et 2 rendent compte de manière synthétique¹⁴.

Tableau 1
Catégorisation des attributs et exemples

Statut psychologique (catégories formelles)	Type d'attribut (catégories de contenu)	
	Compétences professionnelles	Qualités personnologiques
FAIRE (verbe, substantif objet d'un faire ou d'un savoir) Comportement en contexte	<i>Je sais</i> + verbe, <i>Je sais faire</i> + substantif <i>Je sais, Je connais</i> + substantif Tenir un registre du personnel, installer des micros... Traitement de textes, comptabilité...	Prendre des initiatives, prévoir... Être à l'écoute des autres...
AVOIR (substantif non personnologique, objet d'un avoir) <i>Registre comportemental susceptible d'être mis en œuvre dans différents contextes</i>	<i>J'ai, J'ai le sens de</i> + substantif Compétences commerciales, de gestion d'un stock, maîtrise de l'outil informatique... Expression orale claire, contact avec la clientèle...	Compétences sociales, facilités d'intégration, capacités relationnelles... Sens de l'initiative, de l'adaptation... Ecoute...
AVOIR (substantif personnologique)	<i>J'ai de la</i> + substantif personnologique /	Sociabilité, persévérance, ...
ETRE (adjectif) Caractéristique de la personne, dissociable de ses comportements	<i>Je suis</i> + adjectif (rôles professionnels, rares occurrences ici) Secrétaire, magasinier, responsable technique...	Sociable, persévérant, travailleur, consciencieux ... <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Voir tableau 2 </div>

¹³ Cette classification rejoint en partie le modèle des catégories linguistiques de Semin & Fiedler (1992), modèle qui catégorise le vocabulaire interpersonnel en fonction de son degré d'abstraction. On y retrouve à un pôle les verbes d'action (vocabulaire "concret", "descriptif"), et à l'autre les adjectifs (vocabulaire "abstrait", "interprétatif").

¹⁴ Tableau non publié. Pour une définition précise et théoriquement argumentée de ces catégories, voir 1997b et, pour une présentation plus détaillée, 2003a:129sq.

Tableau 2
Catégorisation des adjectifs personnologiques

Catégories lexicales	Catégories de contenu	
	Référence à l'exécution de la tâche	Référence à la relation à autrui
Référence à un FAIRE*	Persévérant, travailleur, attentif, actif, créatif,...	Compréhensif, attentionné, serviable, directif,...
Référence à un ÊTRE*	Conscientieux, rapide, sérieux, original, propre,...	Sociable, dynamique, diplomate, ouvert...

* Les traits référant lexicalement à un faire sont définis comme adjectifs dont le radical se rencontre dans un verbe usuel, ou dans un substantif non personnologique pouvant s'inscrire comme objet d'un verbe factif (par exemple : "faire attention", dont on peut dériver le trait social "attentionné", et le trait non social "attentif"), à la différence des traits référant à un être.

Certes, lorsque l'on demande à un recruteur d'explicitier les critères sur lesquels repose son classement des candidats, il peut être amené à mettre à distance ces "qualités sociales" au profit par exemple de "qualités intellectuelles" que le discours révélerait. Mais l'opérationnalisation de ces critères et leur application au discours des candidats évalués révèle alors un classement bien différent de celui effectivement opéré par le recruteur (voir 1998 avec Chapron). Cela dit certaines caractéristiques contractuelles particulières peuvent amener une mise à distance du MPE. Ce dernier en effet intègre la mise en avant d'un *locus of control* interne – et l'on sait en effet qu'il est socialement valorisé de mettre en cause ses dispositions personnelles, plutôt que des facteurs de l'environnement, pour expliquer les événements nous impliquant (Cf. la clairvoyance normative en matière d'internalité). Or, par delà le contenu auto-descriptif (réfèrent interne ou externe dans les explications du candidat rendant compte de ses motivations pour le poste visé), j'ai défini des indicateurs langagiers de l'internalité à partir des comportements énonciatifs d'une part, de la position du JE dans les schémas actantiels, d'autre part. Ainsi :

- le candidat se montre interne s'il énonce explicitement sa position par rapport à l'objet du propos (acte élocutif, cf. Charaudeau 1992), c'est-à-dire si l'acte présente un JE sujet de l'énonciation ; ou s'il se présente à l'intérieur de son propos comme actant responsable de l'action.
- le candidat se montre externe s'il s'efface de son acte d'énonciation (acte délocutif, cf. Charaudeau *op.cit.*) ; ou s'il ne se présente pas comme actant.

Et on a pu constater (1996e, publié en 1997a) que lorsque le candidat est face à un recruteur consultant, l'internalité s'avère bel et bien un modèle guidant le propos, et ce tout particulièrement dans le dire. En revanche, face à un recruteur de l'organisation employeuse,

ce modèle entre en conflit¹⁵ avec le modèle de l'allégeance (Cf. Gangloff *op.cit.*), lequel prescrit des conduites de soumission ; le candidat évite alors de se mettre en scène en tant que sujet personnellement engagé tant dans ses dires que dans ses actes.

Extraits du corpus¹⁶: (C désigne la condition "Consultant", et O la condition "Recruteur de l'organisation)

- A propos de l'offre : O : "C'est c'qui m'a fait vous écrire" / C : "Quand j'ai entendu parler d'ça, moi j'ai dit oui tout d'suite."

- A propos de la promotion possible : O : "J'pense que/on peut penser qu'avec le temps on peut monter vers des postes plus importants" / C : "J'pense qu'on doit pouvoir monter..." ; ou encore : O [en réponse à la question : qu'est-ce qui vous attire dans cette offre ?] "Et euh ben évoluer / enfin travailler pour évoluer au sein de ce groupe" / C : "C'que j'souhaiterais faire : une carrière logique et performante, euh atteindre la responsabilité d'un emploi de cadre."

- A propos des contraintes du métier (travailler plus de 50h par semaine) : O : "ça m'gêne pas" / C : "J's'rais pas là aujourd'hui si j'étais pas prêt à l'accepter."

L'ensemble de ces travaux empiriques a amené une interrogation fondamentale sur la nature du contrat de communication régissant l'entretien de recrutement (voir 2004e) : convient-il de le comprendre comme échange informatif, requerrant un investissement prioritaire du contenu du propos, ou bien comme épreuve communicationnelle, requerrant alors plutôt un investissement de l'interaction elle-même ? Cette dernière lecture du contrat paraît notamment appropriée lorsque le recruteur adopte un comportement provocateur ; en particulier, les séquences métacommunicatives, centrées sur la négociation même du contrat, y sont cruciales (1996a). D'ailleurs, dans l'étude citée ci-dessus (1998, avec Chapron), le recruteur, à son insu donc, a privilégié des candidats dont le propos, peu structuré et argumentativement faible, s'insérait dans une dynamique conversationnelle plutôt que monologique et informative.

Extraits du corpus (tout début de l'entretien) :

Candidat classé le premier

Recruteur : Comment... avez-vous entendu parler de cette opération ? Quelle perception en avez-vous ?

Candidat : Non, j'ai aucune... J'ai entendu parler d'une opération "Cap sur l'emploi", c'est ça ?

Recruteur : Hum.

Candidat : Non, je n'ai, pourtant je lis beaucoup mais j'ai pas entendu parler de cette opération.

Recruteur : OK.

Candidat : Donc c'est le Conseil Général de Haute-Normandie ou un organisme de c'genre qui a lancé ça ?

Recruteur : Oh, c'est plus compliqué qu'ça !

¹⁵ conflit qui se traduit entre autres par des auto-corrrections.

¹⁶ Quelques éléments relatifs à l'analyse comparée du discours des candidats dans ces deux situations sont illustrés dans 1999b.

Candidat : Ah bon. C'est plusieurs partenaires.

Recruteur : Voilà.

Candidat : D'accord.

Candidat classé le dernier

Recruteur : Vous allez me dire en quoi cette opération vous a intéressé.

Candidat : Pourquoi cette opération m'intéresse. Bon, premièrement, euh, moi j'ai fait quand même dans ma fonction pas mal de travail relationnel et donc je suis très à l'aise au niveau des contacts. Au niveau des entreprises, j'ai travaillé avec des maîtres d'œuvre j'ai travaillé avec des maîtres d'ouvrage j'ai travaillé avec des collègues entrepreneurs euh, je suis allé voir des entrepreneurs pour leur proposer quelque chose proposer, disons, quelque chose qui peut les intéresser pour réduire leurs charges. J pense qu'on pourrait presque parler en terme de produit, c'est peut-être un bon produit bien que je ne le connaisse pas tellement, puisqu'on me l'expliquera j pense à cette réunion. Bon, c'qui m'a surtout intéressé deuxièmement bon, je sais que c'est un CDD que c'est pour un an

Recruteur : Oui.

Evaluation par le recruteur : Ces deux candidats se distingueraient notamment sur les caractéristiques suivantes, dont le premier classé aurait donc particulièrement fait preuve, au contraire du dernier classé :

- "argumentation, clarté, précision, méthode..."
- "goût pour les contacts, capacité à travailler en équipe...", censément inférés à partir du fait que dès le début de l'entretien, le candidat parle "des autres et pas seulement de lui".

Or, l'opérationnalisation de ces critères par des indices discursifs et de contenu a produit un classement strictement inverse à celui fait par le recruteur.

C'est donc à partir d'une lecture de l'entretien de recrutement en tant que situation de communication que l'on peut dégager quelques régularités quant à ce qui, dans ce que le candidat montre de lui, sous-tend les inférences évaluatives du recruteur, l'attribution de valeur sociale étant finalement déterminée par la "façon de communiquer" (2004, avec Aupérin). Et "savoir communiquer" ici, c'est "savoir se vendre". Réussir un entretien de recrutement serait alors conditionné à l'inscription du comportement d'interactant dans un certain modèle normatif de la communication, lequel fera l'objet du chapitre suivant.

Quoi qu'il en soit, il est fondé de conclure que l'entretien de recrutement, et plus largement le "modèle de la compétence" tel qu'il s'impose depuis une vingtaine d'années dans le domaine de la gestion des ressources humaines, est un rouage significatif de la reproduction sociale et idéologique. L'ensemble des résultats présentés dans ce chapitre est d'ailleurs en adéquation avec ce que l'on sait des mécanismes de la reproduction. On aura en effet établi que :

- les caractéristiques des situations de communication déterminent l'actualisation, en production comme en interprétation, de modèles normatifs guidant l'évaluation de la conformité contractuelle du discours.
- l'objet ultime de cette évaluation n'est pas tant le discours que son producteur.

- de par les propriétés sémantiques des traits, le registre personnologique est particulièrement à même de traduire le résultat de cette évaluation, puisqu'il permet une attribution de valeur sociale qui se donne pour description objective, en même temps que la transformation d'un dire contextualisé en propriété essentielle de son producteur.

- ce faisant sont oblitérées les contraintes contractuelles, c'est-à-dire *in fine* la détermination normative de l'impression personnologique.

II. Médias et persuasion : un modèle normatif de la communication.

Les discours médiatiques constituent un objet de choix pour l'articulation entre langage et reproduction idéologique. Sur ce terrain, une approche psycho-socio-langagière de l'idéologie pourra conjuguer analyse du discours et analyse en réception, afin de rendre compte des évidences implicites dont les discours les plus anodins sont porteurs. Et l'on conviendra que le consensus idéologique tacite sans lequel les mécanismes de la reproduction que décrit la psychologie sociale seraient inopérants, ne peut être sérieusement problématisé indépendamment de l'étude de ces significations implicites. Il est ici probable que la compétence communicative, laquelle opère dans le traitement de ces significations, s'alimente de l'exposition aux communications de masse. A tout le moins, le relais médiatique paraît nécessaire à la diffusion généralisée tant d'usages langagiers spécifiques, que de mises en scène particulières de la communication elle-même.

II.1. Le support langagier du consensus idéologique.

C'est en premier lieu par les usages lexicaux les plus relayés que se construit le consensus idéologique nécessaire à la reproduction¹⁷ - plutôt que par les artifices d'une propagande spectaculaire, comme l'a analysé Klemperer à propos de la « langue du III^e Reich » :

"Le nazisme s'insinua dans la chair et le sang du grand nombre à travers des expressions isolées, des tournures, des formes syntaxiques qui s'imposaient à des millions d'exemplaires et qui furent adoptées de façon mécanique et inconsciente" ; car la langue nazie "change la valeur des mots et leur fréquence", et ce faisant "transforme en bien général ce qui, jadis, appartenait à un seul individu ou à un groupuscule, (...) assujettit la langue à son terrible système" et "gagne avec la langue son moyen de propagande le plus puissant, le plus public et le plus secret" (1947, ed. 1996:40sq.)

L'idéologie dominante dans les démocraties libérales a-t-elle, à l'instar de l'idéologie nazie, investi la langue ? Hazan répond positivement à cette question, et décrit la LQR : *Lingua Quintae Respublicae*, "langue du faux où les "idées" sont présentées comme aux origines d'un système qui, en réalité, les forge et les met en forme pour servir à sa propre légitimation" (2006:108). C'est ainsi que s'impose une certaine idéologie politique, qui se donne comme lecture "objective", parce que "réaliste", des faits, et qui confère aux choix politiques le statut de nécessité. Mais cette imposition de légitimité suppose la normalisation concomitante d'une certaine représentation de la "nature humaine" – en l'occurrence, comme vu *supra*, le modèle normatif de l'individualisme libéral. En d'autres termes, l'idéologie ne s'épuise pas dans la description de contenus immédiatement identifiables comme politiques,

¹⁷ Plusieurs exemples en sont proposés dans [2007d](#).

lesquels ne sauraient suffire à sa légitimation – d'autant que leur diffusion médiatique pourrait être perçue comme relevant de la propagande, ruinant ainsi leur crédibilité. Il est donc pertinent, ici encore, d'articuler analyse langagière et connaissances établies dans le champ de la reproduction idéologique.

II.1.1. La "déclaration de liberté", condition de la rationalisation : une formule magique.

S'il est une valeur consensuelle entre toutes dans les démocraties libérales, c'est probablement la "liberté" – "mot culte", dirait Klemperer (*op.cit.*) Et l'on connaît l'importance décisive de la "déclaration de liberté" pour obtenir un effet de rationalisation – alors même qu'elle ne détermine en rien l'acceptation de la requête de l'expérimentateur, quel que soit le coût de cette requête (le pourcentage de refus étant invariablement très faible). C'est d'ailleurs l'enseignement principal de la psychologie sociale de la reproduction : les gens auraient une forte propension à se soumettre, c'est-à-dire à accepter de faire ce qu'on leur demande, apparemment sans consulter, au moment de la décision comportementale, leurs propres convictions, leurs valeurs, ou leurs sentiments. Or, cette propension à agir indépendamment de toute évaluation de ses propres actes est précisément caractéristique de l'état agentique que décrivait Milgram pour rendre compte des dispositions particulières d'un sujet face à une autorité :

"N'étant pas issue de ses propres motivations, l'action ne se réfléchit plus sur son image personnelle et par conséquent, sa conception ne saurait lui être imputée. Il arrive fréquemment que l'individu se rende compte que ce qui est exigé de lui entre en contradiction totale avec ce qu'il souhaiterait faire. Même lorsqu'il accomplit l'action, il ne voit pas de rapport entre elle et lui" (1974:183sq.)

Et c'est précisément sur le rapport entre cognitions et comportements que joue la déclaration de liberté : si l'on obtient des gens les mêmes comportements avec un pouvoir autocratique (opérationnalisé dans les expériences de Milgram) qu'avec un pouvoir libéral (opérationnalisé *via* la fameuse déclaration de liberté), en revanche, les effets cognitifs de l'un ou l'autre mode d'exercice du pouvoir sont radicalement différents : seul un pouvoir libéral peut conduire à cette reconstruction *a posteriori* d'un lien entre cognitions et comportements. Le sujet attribue alors une valeur à un comportement qu'il considère comme le sien propre, puisqu'il l'a librement accepté. La recette du pouvoir libéral, c'est finalement d'"amener les gens à faire librement ce qu'ils doivent faire" (Joule & Beauvois 1998) ; car, pour maintenir sa légitimité et donc perdurer, il doit être occulté en tant que pouvoir – et la soumission en tant que soumission.

Ainsi, une personne déclarée libre attribuera à la conduite de soumission qui lui aura été extorquée une signification psychologique ayant pour conséquence, outre la préservation du sentiment de liberté, un ajustement des cognitions à la conduite. La déclaration de liberté fonctionne en somme comme une formule magique, qui a le pouvoir de fabriquer de la liberté par le seul usage du mot "liberté", illustrant la performativité : "Catégorisations linguistiques et nominations deviennent agissantes lorsque, reprises par les agents sociaux, elles structurent leurs représentations et par là leurs comportements. On peut alors, en un sens élargi, parler d'énoncé performatif puisqu'il contribue à créer la réalité dont il parle" (Siblot 2004:40). C'est ainsi que l'individu des démocraties libérales est "libre", sauf, précise Beauvois (2004:70) "lorsqu'il est soumis au pouvoir social, ce qui n'est pas rare du tout dans sa vie". Et l'auteur d'interroger : "Quand verra-t-on le droit d'insubordination inscrit sur la liste des droits fondamentaux ?" (p.67sq.), mettant ainsi en évidence les limites impensées des "droits de l'homme" que les démocraties libérales déclarent promouvoir.

Par delà l'oblitération de l'agent social, c'est l'espace public dans son ensemble qui semble tenu à distance, dans la pensée commune, de toute représentation de la liberté. Par exemple, les nuisances collectives que pourrait générer la "liberté d'entreprendre" ne sont pas pensées comme atteinte à la liberté, tandis qu'une réglementation limitant précisément le droit à engendrer de telles nuisances est directement interprétée ainsi. D'ailleurs le totalitarisme, les atteintes à la liberté de manière générale, ne sont conçues que comme susceptibles d'être exercées par un état. Bref, quand nous parlons de liberté, c'est à une conception de la liberté individuelle que nous faisons référence, conception dont la normativité a pour fonction d'inhiber toute représentation de la liberté sociale.

II.1.2. Représentation de l'espace public et dépolitisation.

Le modèle normatif de l'individualisme libéral induit une focalisation sur la "nature psychologique". Il a pour corollaire un non questionnement de l'arbitraire social, d'où sa fonction de reproduction. Cela dit les travaux du domaine n'interrogent pas la façon dont les gens perçoivent la société, l'espace public, le collectif, le politique... Pourtant l'étude des mises en scène langagières des objets sociaux apporte un éclairage intéressant sur l'individualisme libéral. Est concernée au premier chef la manière dont les gens se représentent la hiérarchie sociale. Cette représentation prend appui sur un processus cognitif général : la catégorisation, qui s'appuie de façon privilégiée sur le langage : l'existence d'un terme unique pour désigner simultanément plusieurs objets rend saillante pour le sujet

percevant la similarité entre ces objets. Comme le souligne Siblot, la désignation en langue d'une catégorie socialisée ne dit pas "l'être ou l'essence de la chose nommée, mais seulement un rapport à son égard (...). Dans le sens enregistré en langue est inscrite la position du locuteur à l'égard de l'objet désigné" (*op.cit.*:45). Et lorsque ces désignations font l'objet d'un consensus général, leur ancrage subjectif n'apparaît pas comme tel : les mots paraissent tout simplement coller aux choses. Car "l'ordre social doit pour une part sa permanence au fait qu'il pose des schèmes de classement qui (...) produisent une forme de reconnaissance de cet ordre, celle qu'implique la méconnaissance de l'arbitraire de ses fondements" (Bourdieu 1982:150)¹⁸. Par exemple, "bourgeoisie" et "prolétariat" ne font plus partie que du vocabulaire de certains groupes politiques nettement situés à gauche, au point que les journalistes soucieux d'"objectivité" les évitent soigneusement. Mais ces choix lexicaux révèlent en même temps qu'ils confortent une certaine conception de la société et tout particulièrement de sa hiérarchisation : l'"exclusion" et la "fracture sociale" ont remplacé la "lutte des classes" dont il est devenu "indécent" de parler – pour reprendre les termes de Gauchet (2002:207), "mais ce n'en est pas moins elle qui resurgit là où on ne l'attendait pas pour alimenter la poussée électorale continue de l'extrême droite. Et il n'est pas indifférent que dans l'opération le phénomène soit devenu opaque : il s'alimente de sa méconnaissance" (*ibid*).

On pourrait certes avancer que ces évolutions lexicales sont le reflet de changements sociaux tels que la notion de classe sociale même aurait perdu toute pertinence. Son obsolescence a d'ailleurs été mise en avant, suite à l'évolution socio-économique des années 1950-80 et à la moyennisation du salariat (expansion des classes moyennes du fait de l'ascension sociale dans les classes populaires). La précarisation qui a suivi ne l'a pas pour autant réhabilitée. Il est pourtant une catégorie sociale dans laquelle la conscience de classe perdure sans équivoque : c'est, d'après Pinçon et Pinçon-Charlot (1996), la grande bourgeoisie – qui, pour exister réellement, ne doit surtout pas se déclarer comme classe, tout en s'affirmant comme telle. Car l'idéologie libérale n'est compatible avec la réalité objective de la hiérarchie sociale qu'à la condition que celle-ci soit subjectivement le produit des différences inter-individuelles, comme exposé plus haut. Et il n'est pas anodin à cet égard de constater que l'"entrepreneur" s'est substitué au "patron" et même au "chef d'entreprise" ; ou que les "pauvres" ont disparu au profit des "familles modestes", pour reprendre quelques exemples de Hazan (*op.cit.*27sq.) Ces substituts en effet ne contiennent aucune dénotation sociale – *a fortiori* politique.

¹⁸ Quelques exemples commentés ont été proposés dans [2006b](#) et [2007d](#).

L'achèvement de ce processus de légitimation ne serait cependant pas complet si les positionnements idéologiques eux-mêmes n'étaient pas intégrés au modèle de la nature psychologique. Sur ce point la publicité constitue un terrain privilégié, car attitudes politiques et valeurs collectives – la liberté au premier chef –, y sont fréquemment mises en scène – et ne peuvent, dans ce contexte, que référer à la "vie privée" (et non pas à "l'espace public"), laquelle constitue l'espace contractuel de la publicité (Charaudeau 1994:41sq.) De manière générale, le message publicitaire reflète le basculement vers un "individualisme de déliaison ou de désengagement, où l'exigence d'authenticité devient antagoniste de l'inscription dans un collectif", et plus largement ce "trait caractéristique de la personnalité ultra-contemporaine" qu'est "l'adhérence à soi" (Gauchet *op.cit.*:244sq.) Le leitmotiv publicitaire de la "différence" s'inscrit dans ce même cadre. De même la référence à un pseudo "non conformisme", compris comme affirmation identitaire au service d'un paraître social, comme mise en spectacle de soi, a pour fonction de ruiner le potentiel d'influence du non conformisme effectif, à savoir la déviance¹⁹, en le construisant comme trait psychologique et non pas comme positionnement normatif. La version publicitaire du "non conformisme" sert donc l'inhibition de la contestation politique - c'est-à-dire la contestation issue d'un positionnement idéologique, appuyé sur une certaine représentation de ce que devrait être la société, le vivre ensemble, bref : un idéal social. Et se conformer tout en ayant le sentiment d'affirmer sa différence et de "contester" est précisément l'un des rouages essentiels de la reproduction, au cœur du modèle normatif de l'individualisme.

J'ai rendu compte de ces phénomènes en terme de "privatisation de la citoyenneté", illustrée de quelques exemples publicitaires, mais aussi d'une recherche exploratoire dans un tout autre contexte (2006a) : partant de l'hypothèse que si le citoyen a déserté le champ politique²⁰, reflet d'une "offre idéologique" dont il se détourne, l'expression de la citoyenneté se trouve en revanche réinvestie ailleurs, là où l'acteur social soumis et fataliste cède la place à l'"individu libre", dont le jugement sera d'autant plus affirmé qu'il se le représente comme le reflet de sa "nature psychologique", dégagée de toute emprise sociale ; bref : en contexte privé. Or, le religieux est emblématique, dans notre société, des attitudes privées, et lieu privilégié d'exercice de la "liberté de pensée"²¹. Pour confronter l'expression des attitudes

¹⁹ potentiel d'influence qui suppose sa transformation en minorité active (Moscovici 1979, ed.1996).

²⁰ "Citoyen(ne) était un nom que se donnaient avec fierté les acteurs de la rupture avec l'Ancien Régime (...). Par un curieux retournement, le nom est devenu un adjectif qui sert à qualifier les attitudes publiques et les comportements commerciaux les plus conformes à l'esprit du temps : *initiative citoyenne, entreprise citoyenne, Jeux olympiques citoyens.*" (Hazan *op.cit.*52)

²¹ Voir par exemple la proposition de loi du député Roubaud, suite à l'émotion suscitée par la diffusion des caricatures danoises du Prophète, en février 2006, proposition visant à "sanctionner tout discours, cri, menace, écrit, imprimé, dessin ou affiche portant atteinte volontairement aux fondements des religions", et dans laquelle

politiques en contexte public *versus* privé, on a proposé à des sujets lecteurs un même texte²², dans le cadre d'une enquête censée porter sur "notre compréhension des luttes politiques des siècles passées", *versus* "notre compréhension des croyances religieuses des siècles passées". Il y apparaît que le sujet interprétant se construit, en contexte religieux, en tant que destinataire d'un discours qui l'interpelle, destinataire collectif en même temps que personnellement impliqué. Motivé à traiter cognitivement le contenu, attaché à se positionner, et prenant appui sur des valeurs pour en évaluer la pertinence, il met en avant une certaine vision de la société, du vivre ensemble, par rapport à laquelle il marque son engagement. Alors que le contexte politique suscite positionnement socio-normatif plutôt que moral, retrait affectif, et désinvestissement cognitif.

Exemples de commentaires produits par les sujets :

- En condition "politique" : "Ces propos nous font part de deux visions différentes : la vision moderne et la vision ancestrale", "Ce texte montre les divergences d'opinion de deux peuples, les blancs et les Indiens", etc...

- En condition "religieux" : "Ce texte parle de la colonisation et des dommages qu'elle crée...Ceci était vrai à l'époque des Indiens et l'est encore aujourd'hui" ; "(Ce texte) est rempli de vérités et nous rappelle à l'ordre", "Il faut rendre aux peuples ce qui leur appartient", etc...

II.1.3. "Propagande glauque" et significations imaginaires.

La publicité n'est pas idéologiquement anodine (Brune 1982, Ariès 2003). Outil de la reproduction, elle est emblématique de ce que Beauvois et Rainaudi appellent la "propagande glauque", laquelle a notamment pour caractéristique de s'exercer hors des lieux de débat (dans les informations, les divertissements, les films, etc...) (Beauvois 2005:238sq.) Elle a pour règle fondamentale de "surtout ne pas argumenter" (*ibid.*:205), l'argumentation supposant de problématiser, c'est-à-dire de montrer qu'il y a débat possible (voir aussi Beauvois 2004:74sq., Breton 2000). Les croyances essentielles doivent en effet "apparaître comme des vérités premières non problématiques" ; il convient donc de les disséminer par des influences inconscientes. Le récepteur acquiert ainsi la conviction de s'être donné lui-même ces croyances. Reste à rendre compte des procédés sémantiques opérant dans cette dissémination – procédés que Beauvois réduit à peu près au conditionnement. Or, si l'impact de la "propagande glauque" sur les croyances (contenus idéologiques particuliers) peut être décrit en ces termes, cette approche s'avère en revanche limitée lorsque les procédés en cause ne se

les "libertés d'opinion et de la presse" sont opposées aux "libertés de religion et de pensée".

²² Le texte support est issu du discours que le chef indien Seattle, de la tribu Suquamish, fit en 1854 en réponse à la proposition du président américain d'achat des terres indiennes en échange d'une vie parquée dans une "réserve".

déduisent pas du contenu informatif du message. C'est notamment le cas avec les messages publicitaires. En effet, avec l'avènement du marketing, ces messages ne prennent plus appui sur les caractéristiques substantielles du produit pour convaincre de sa valeur, mais en construisent la valeur symbolique, le regard social en constituant le premier support. En d'autres termes, l'objet devient signe (cf. Baudrillard 1968). La valeur symbolique du produit conduit ce faisant à la valeur sociale de son usager, sans qu'il soit besoin d'un rapport motivé entre les deux. Il est donc possible *a priori* de construire n'importe quelle valeur symbolique à partir de n'importe quel produit : le relais publicitaire suffit à construire le consensus normatif motivant *a posteriori* un rapport initialement arbitraire.

La pertinence de l'analyse du "système des objets" que fait Baudrillard (*op.cit.*) au regard de ce que nous savons aujourd'hui de la reproduction peut être illustrée par quelques extraits. Par exemple : la "personnalisation" de la consommation est bien plus qu'un artifice publicitaire : un concept idéologique de base" (p.221). L'auteur souligne ainsi "l'illusion (...) d'une distinction personnelle", et commente : "Telle est la fonction idéologique du système : la promotion statutaire n'y est que jouée, toutes les différences étant intégrées d'avance. (...) Peut-on parler d'aliénation ? Dans son ensemble, le système de la personnalisation dirigée est vécu par l'immense majorité des consommateurs comme liberté" (p.214). Ou encore, plus loin : "la publicité n'omet si soigneusement les processus objectifs, l'histoire sociale des objets, que pour mieux, à travers l'instance sociale imaginaire, imposer l'ordre réel de production et d'exploitation" (p.245).

L'essentiel de la signification du message publicitaire s'est donc déplacée : le contenu explicite, focalisé sur l'objet, de la réclame d'antan, risque en effet par trop d'être mis en cause par un récepteur dont on sait maintenant qu'il "résiste" à la persuasion. Les motivations à acquérir le produit sont alors à rechercher dans l'implicite, dont la densité sémantique s'est accrue et dont la cohérence tient aux imaginaires socio-discursifs (cf. *infra* III.1.2.) qu'actualise un lexique fortement connoté. Ainsi le contenu des accroches publicitaires ne se prête pas à une évaluation en termes de vérité-fausseté. En revanche, il n'y a aucune hésitation à établir l'orientation évaluative du lexique utilisé²³. En effet, "(...) dans le cas de l'imaginaire, le signifié auquel renvoie le signifiant est presque insaisissable comme tel" (Castoriadis 1975:213) ; les significations imaginaires sociales sont des "significations qui ne sont pas là *pour* représenter autre chose, qui sont comme les articulations dernières que la société en question a imposées au monde, à elle-même et à ses besoins, les schèmes organisateurs qui sont condition de représentabilité de tout ce que cette société peut se donner" (p.215). Ainsi ces significations "– en tout cas celles qui sont vraiment dernières – ne *dénotent* rien, et elles *connotent* à peu près tout." (p.216). C'est d'ailleurs l'un des instruments de la propagande (cf.

²³ Par exemple : l'argument de la "nature" ou du "naturel" est fréquemment utilisé pour construire la valeur de produits cosmétiques destinés paradoxalement à masquer les manifestations de notre nature biologique (marques du vieillissement, odeurs corporelles, pilosité...). Une expérimentation manipulant ce paradoxe a été réalisée avec Patinel, 2007.

infra) que de brouiller la dénotation des mots en prenant appui sur leur connotation, afin d'imposer une certaine vision du monde.

II.2. La réception des discours médiatiques.

Comme illustré *supra* (I.3.2.) dans le domaine publicitaire, le modèle du contrat de communication offre un cadre adéquat pour l'étude de la réception aux discours médiatiques. Plus largement, c'est tout à la fois la pertinence de la psychologie sociale pour l'étude des médias, et sa nécessaire articulation avec d'autres disciplines, qu'il convient de souligner (voir par exemple Chabrol, Courbet & Fourquet-Courbet 2004). Ainsi, "les travaux menés en France à partir de l'opérationnalisation du modèle du contrat de communication apportent les hypothèses issues de la pragmatique qui font défaut aux théories anglo-saxonnes (de la communication persuasive)" (Georget 2004:80). Ce modèle en effet permet d'intégrer la dimension sociale du traitement cognitif de l'information persuasive. Mes propres travaux, qui se situent dans cette perspective, visent *in fine* à rendre compte de la fonction idéologique des heuristiques de traitement à l'œuvre dans la réception des discours médiatiques.

II.2.1. La construction de l'information médiatique

Cela suppose en premier lieu une analyse de la communication médiatique, et l'apport des sciences du langage, en particulier de l'analyse du discours, est ici essentiel. Charaudeau caractérise le contrat médiatique par la contradiction entre deux visées (1997:73sq.) : une visée d'information, première par exemple dans le contrat informatif ; et une visée de captation, première par exemple dans le contrat publicitaire. Si l'une ou l'autre de ces visées domine suivant le contrat spécifique, il n'en demeure pas moins que le discours médiatique se caractérise précisément par la co-présence de ces deux visées, d'où la contradiction entre une "finalité de *faire savoir* qui devrait tendre vers un degré zéro de mise en spectacle de l'information", et une "finalité de *faire ressentir* qui devrait tendre vers des choix stratégiques appropriés de mise en spectacle de l'information" (*ibid.*). C'est ainsi que même dans le cas du "journal", prototype *a priori* du contrat informatif, la mise en spectacle de l'actualité est requise.

Si les stratégies de construction de l'information médiatique font l'objet de descriptions qualitatives en sciences du langage, il est également possible de construire divers indicateurs quantitatifs adaptés à l'expérimentation, par exemple en prenant appui sur les travaux de

Ghiglione & Al. On trouvera une synthèse sur l'analyse du discours médiatique dans 2003 (avec Georget), synthèse reposant sur une définition de l'objectivité de l'information comme représentation socio-discursive. Ainsi, "la vérité n'est pas dans le discours mais "seulement" dans l'effet qu'il produit" (Charaudeau *op.cit.*:63), ce pourquoi la question de l'objectivité renvoie en fait à celle de la crédibilité : pour que le locuteur médiatique soit crédible, son discours informatif doit être en conformité avec un certain modèle normatif définissant l'objectivité et la manière dont elle est censée se révéler dans le discours. Or dans ce modèle, le travail de construction de l'information est masqué, l'information y étant définie comme reflet d'une réalité existant en soi. Ce modèle de l'objectivité conduit entre autres à privilégier une information descriptive et narrative à une information explicative, rationnellement étayée – informer étant plus probablement assimilé à "montrer" qu'à "faire comprendre".

Dans nos travaux empiriques, nous avons notamment analysé les procédés de construction de l'information sur un objet particulier : le sida. Cet objet en effet, en tant qu'inscrit dans l'imaginaire social de la maladie contagieuse, et qui plus est d'origine sexuelle, se prête de façon privilégiée à l'étude de la confrontation entre événement médiatique et croyances ancrées dans la mémoire collective, que l'information médiatique peut *a priori* tout aussi bien remettre en cause que conforter (2006c avec Coppola). L'analyse de la construction de cette information a mis en évidence l'usage récurrent de divers procédés langagiers contribuant à l'"idéologisation" de l'objet sida (2006d et 2007b avec Coppola) : pathémisation (cf. Charaudeau 2000) opérant *via* le lexique (entre vocabulaire médical spécialisé dont le sens se donne à reconstruire, et termes communs affectivement chargés) ; mais aussi configurations verbales satisfaisant à une représentation personnifiante du virus, la personnification étant un procédé usuel de dramatisation au service de la visée de captation ; ou encore organisation argumentative orientant implicitement vers des conclusions confortant les croyances préalables. A partir de cette analyse du corpus médiatique ont été construites diverses variables indépendantes dont on a testé l'effet en réception. On a ainsi montré que la dramatisation, opérationnalisée par une configuration de marques langagières (lexique et modalisation), conforte les fausses croyances relatives à la transmission du virus, en même temps qu'elle favorise l'adhésion à des propositions coercitives de gestion publique de la maladie (2005b et 2007b, avec Coppola).

Illustration des effets de la dramatisation :

- sur les fausses croyances : les sujets exposés au message dramatisé jugent significativement plus fréquemment que les autres les situations suivantes comme "à risque" : "boire dans le verre d'une personne contaminée", "partager la même nourriture qu'une personne contaminée", "embrasser une personne contaminée", et "se baigner dans la même eau qu'une personne contaminée".

- sur l'adhésion à des propositions coercitives de gestion du sida et sur la discrimination à l'égard des personnes séropositives : les sujets exposés à un message dramatisé adhèrent significativement plus que les autres aux propositions suivantes : il serait préférable "d'obliger les personnes contaminées à porter quelque chose qui permette de les reconnaître", "de ne pas travailler avec une personne contaminée", "de ne pas participer à une fête où se trouvent des personnes contaminées", et "que certains lieux publics soient fermés aux personnes contaminées".

Ou encore : l'accentuation du marquage de l'orientation argumentative, *versus* son atténuation, *a fortiori* lorsque cette accentuation est associée à un cadrage de l'incidence au jour plutôt qu'à l'année, accroît les intentions préventives des sujets récepteurs, mais favorise comme précédemment l'adhésion à des mesures coercitives (2005b, avec Coppola). S'opère ainsi une stigmatisation des personnes séropositives (2006a, avec Coppola), laquelle invite à une remise en cause de certains usages médiatiques, en particulier dans les messages de prévention (2006c, avec Coppola, publié en 2007a).

II.2.2. L'analyse de la mémorisation et de la compréhension textuelles

Les procédés médiatiques au service de la visée de captation ont également fait l'objet de recherches expérimentales mettant en évidence leurs effets sur le traitement textuel (mémorisation et compréhension). Les apports de la psycholinguistique n'ont certes pas été négligés ici, mais leurs limites, déjà évoquées en 1991 et 1993 (avec Chabrol & Flouzat), ont été développés en particulier en 1995, où j'ai insisté sur l'inadaptation des modèles existants de la compréhension textuelle dès lors que les textes à traiter par les sujets interprétants requièrent une production inférentielle appuyée sur des connaissances relevant de la compétence communicative²⁴. Celle-ci est en tout cas essentielle lorsque l'établissement de la cohérence discursive suppose fondamentalement le recours à des routines de traitement, ce qui semble être précisément le cas en matière de communication médiatique. Nous avons par exemple montré, dans le traitement d'un texte argumentatif issu d'un talk-show télévisuel, que l'utilisation d'un registre de visualisation habituel dans ce type de contrat²⁵ favorisait le rappel *via* l'allègement du traitement cognitif permis par le caractère prévisible des éléments iconiques (encodage routinier) (avec Chabrol et Flouzat *op.cit.*)

Cela dit le rappel d'un texte médiatique ne préjuge en rien de sa compréhension, laquelle de plus comporte plusieurs facettes. Et c'est probablement dans le contexte du

²⁴ Les limites de l'apport psycholinguistique tiennent notamment au fait que les travaux sur la compréhension textuelle ont porté principalement sur le traitement de récits.

²⁵ registre combinant synchronie communicationnelle (centration visuelle sur le sujet parlant) et situationnelle (centration sur le cadre), et asynchronie communicationnelle (centration sur l'interlocuteur écoutant). Deux autres modalités visuelles de la même séquence ont été construites : l'une avec prédominance de la synchronie communicationnelle, et l'autre caractérisée par l'asynchronie (centration sur l'animateur).

discours politique que l'apport de la psychologie sociale du langage en matière de traitement textuel rapporté à des processus idéologiques, est le plus spécifique. A cet égard l'avènement de la "communication politique", qui s'est traduit par une subordination des contenus idéologiques du discours à divers procédés de mise en scène destinés à la captation et, *in fine*, à la valorisation de la source (voir par exemple [2004f](#)), n'est pas sans poser question. Ainsi dans une première recherche expérimentale ([1994](#), avec Chabrol), nous avons évalué la mémorisation et la compréhension d'un texte (discours du président de la République François Mitterrand, à propos de la révision de la loi Falloux, en décembre 1993, et fortement dramatisé dans sa version originelle) en fonction de ses caractéristiques sémio-linguistiques : l'expressivité, personnalisée *versus* impersonnelle, la personnalisation accentuant la dramatisation ; et l'argumentation, non marquée (arguments déplacés, peu de connecteurs, simple coordination), cette modalité accentuant la dramatisation, *versus* marquée (arguments en place, connecteurs logiques). Les quatre versions issues du croisement de ces deux variables indépendantes sont donc, pour deux d'entre elles, sémiotiquement cohérentes (présence ou absence de marques dramatisantes), et pour les deux autres, faiblement cohérentes ou pour le moins problématiques au regard de la cohérence sémiotique (association inhabituelle de caractéristiques relevant *a priori* de stratégies contradictoires – émouvoir, ou convaincre rationnellement).

La méthodologie utilisée pour appréhender le traitement textuel prenait appui sur, d'une part, l'analyse de restitutions du texte, et d'autre part, la classification de divers items²⁶. Cette dernière tâche permet certes de construire des indicateurs quantitatifs du traitement, mais c'est l'analyse des restitutions qui aura fourni, moyennant l'élaboration d'une méthodologie d'analyse adaptée, les comparaisons entre conditions les plus riches d'enseignement. Cette méthodologie, issue de l'articulation entre catégories d'analyse du discours proposées par Charaudeau (1992), et notions de base de l'analyse propositionnelle du discours telles qu'exposées dans Ghiglione & Al. 1985, et dans Ghiglione & Blanchet 1991²⁷, a notamment permis, à partir d'un découpage du corpus en propositions réécrites en modèles structurants :

- le calcul d'un indice de distance des restitutions au texte originel, doublé d'un classement des propositions restituées suivant leur compatibilité avec le contenu originel.

²⁶ phrases du texte, déductions garanties, interprétations très probables, ou interprétations possibles. Au regard des résultats, il est apparu nécessaire, dans une adaptation ultérieure de cette tâche, d'introduire dans les items des interprétations fausses (contre-sens).

²⁷ Voir [1995](#) pour un exposé détaillé de cette méthode et de son application à la présente recherche.

- à partir du schéma actantiel rendant compte de la structure fondamentale de la signification du texte, en l'occurrence : actant agresseur (la majorité parlementaire, la droite...) / processus d'agression / patient victime (la minorité, la gauche, les opposants à la réforme, le locuteur lui-même), schéma dont les protagonistes ne pouvaient être correctement identifiés que moyennant un travail inférentiel, on a pu rendre compte des transformations spécifiques effectuées par les sujets récepteurs. L'inversion des rôles des protagonistes s'est d'ailleurs révélée la forme la plus fréquente de la "pseudo-compréhension" caractéristique des conditions à dramatisation marquée.

- cette analyse comportait également la construction de macro-catégories rendant compte de la fonction pragmatique de chaque proposition²⁸.

C'est à partir d'une configuration cohérente de résultats statistiquement significatifs que l'on a pu conclure que la personnalisation favorise la mémorisation de la surface textuelle (mémorisation à l'identique de certaines phrases), mais ne facilite pas la production des inférences nécessaires à la compréhension du contenu (annexe B6). L'impersonnalisation quant à elle favorise la production de restitutions dont la cohésion textuelle prend appui non pas sur la mémorisation de la surface textuelle, mais sur un traitement inférentiel correct. Cela étant la cohérence sémiotique facilite la compréhension ; mais la moindre compréhension caractérisant les deux versions non cohérentes sémiotiquement se traduit différemment dans l'une et l'autre :

- la version "Personnalisation + argumentation marquée" tend à générer de la "pseudo-compréhension" : la position du locuteur à l'égard de l'objet de son propos est clairement identifiée, et son expression, dont les sujets ont mémorisé les marques, est le support de la cohésion textuelle de la restitution. Mais le contenu du propos, voire fréquemment son objet même, ne sont pas compris.

- la version "Impersonnalisation + argumentation non marquée" tend à générer une incompréhension globale et une mémorisation très faible. Il en résulte des restitutions parcellaires et confuses.

Extraits du corpus : deux restitutions contrastées :

- Condition Version personnalisée : Je suis... "profondément choqué par ce qui vient de se passer et je considère que l'opposition comme la majorité sont responsables de ce qui s'est passé. Moi qui ai été parlementaire pendant de nombreuses années, je n'ai jamais vu cela. Si toutes les lois sont ainsi votées,

²⁸ Catégories construites dans ce contexte : propositions-objet (exposé d'un événement), narratives (description de processus), qualification (attribution de propriétés à un agent ou un objet), explication (description de causalités), obligation (évaluation morale d'un objet possible) (1995).

il n'y aura plus de débat parlementaire possible et ce comportement entraînera la fin de la démocratie." (*Pseudo-compréhension*)

- Condition Version impersonnelle : Il est... "important de noter que le gouvernement a voulu faire passer ce texte de loi très rapidement afin que l'opposition n'ait pas le temps de formuler des réticences à l'égard d'un texte que les auteurs eux-mêmes auraient eu du mal à défendre si le débat s'était prolongé. La démarche utilisée par le gouvernement est l'exemple même de ce qu'il ne faut pas faire dans une République démocratique." (*Reconstruction complexe d'une argumentation logique*).

Une relecture de ces résultats au regard des modèles à deux voies de la persuasion n'est pas sans intérêt. La pseudo-compréhension en particulier, laquelle résulte ici du traitement superficiel d'un message personnalisé, pourra y être interrogée.

II.2.3. Le traitement heuristique, une modalité adaptée à la communication médiatique

□ *Limites des modèles à deux voies*

Comme on le sait le traitement d'un message persuasif peut emprunter deux voies :

- une voie périphérique s'il repose sur une stratégie d'économie cognitive. L'issue du traitement est dans ce cas principalement déterminée par les indices dits "contextuels" ou "périphériques" – en premier lieu, les caractéristiques liées à la source (travaux de Petty & Cacciopo). Les processus cognitifs impliqués ici sont principalement des processus automatiques, c'est-à-dire involontaires, non intentionnels, non conscients, et n'affectant pas les ressources attentionnelles. Le traitement prend notamment appui sur des heuristiques (Chaiken).
- une voie centrale, qui permet le traitement systématique du contenu. L'issue en est principalement déterminée par la qualité des arguments.

Les nombreux travaux confortant ces modèles n'en restent pas moins limités quant aux conclusions qu'ils autorisent, du fait de la conception de la communication qui les sous-tend – en l'occurrence, une conception codique, réduisant le message à un ensemble de contenus transparents. Nos propres résultats sont susceptibles d'enrichir ces modèles. Il est en effet permis de conclure – et les travaux présentés ci-après le confirmeront – que les procédés de dramatisation favorisent un traitement heuristique, tandis qu'impersonnalisation et argumentativisation favorisent un traitement central. Mais surtout, la nature de la compréhension issue de la voie heuristique, - compréhension qui ne demande pas *a priori* à être problématisée quand le message traité est une accroche publicitaire, support fréquent dans les travaux du domaine -, se trouve ici précisée : compréhension de la valeur argumentative (visée du locuteur), mais pas nécessairement de la valeur informative (contenu du propos). De plus on aura substitué à l'analyse des "réponses cognitives" chères aux promoteurs de ces

modèles (réponses réduites à des contenus informatifs) une méthode originale donnant directement accès aux processus de traitement et à leurs déterminants. Enfin, nos travaux montrent l'importance des marques langagières en tant qu'"indices périphériques".

□ *Effets spécifiques de la captation*

Par delà quelques caractéristiques sémio-linguistiques spécifiques, on peut supposer que c'est l'ensemble de procédés de "médiatisation" (voir 2004f) du discours politique, qui est susceptible de favoriser traitement heuristique et illusion de compréhension, dans la mesure où ces procédés visent à le construire comme spectacle au détriment d'une focalisation sur ses contenus. Ainsi, dans une autre recherche expérimentale, c'est *via* le chapeau journalistique introduisant le discours politique rapporté, que j'ai manipulé la médiatisation (2002c, publié en 2004f). J'ai ainsi confronté trois modes d'introduction d'un même discours suivant leur potentiel de captation, en partant de la proposition théorique que les marques susceptibles de produire un effet de captation fonctionnent comme indices périphériques – c'est-à-dire qu'elles actualiseraient des heuristiques de traitement permettant la construction d'une impression globale sans passer par un traitement systématique du contenu.

Opérationnalisation de la médiatisation par le chapeau journalistique : les trois modalités d'introduction du discours :

- chapeau neutre (captation faible, absence d'orientation argumentative) : "Le président Chirac s'est exprimé *ainsi* à propos des grèves".
- chapeau spectaculaire (captation forte : valeur marquée par une modalisation peu usuelle dans ce contexte) : "Le président... *violemment*..."
- chapeau routinier (captation moyenne : valeur marquée par une modalisation usuelle dans ce contexte) : "Le président... *fermement*..."

Une deuxième variable indépendante, manipulée aussi au niveau du chapeau, opposait source médiatique (captation forte : le président) à source non médiatique (captation faible : le député Philibert). L'ensemble des résultats en réception montre que la captation favorise un traitement heuristique de l'information : elle induit une focalisation sur le locuteur politique, source du discours rapporté, et facilite la compréhension de sa visée (de quoi veut-il convaincre ?), mais nuit à la compréhension du contenu de son discours (quels sont ses arguments ?) C'est l'inverse avec une captation faible, laquelle produit des résultats convergents avec les précédents (condition de non dramatisation).

A également été appréhendé ici l'impact persuasif du message (2002c, résultats non publiés) : le chapeau routinier ne produit aucun changement d'attitude, à la différence des

autres, lesquels induisent un rapprochement d'avec la position de la source politique²⁹ (annexe B7).

□ *Modèle médiatique et conformisme idéologique*

Enfin dans une troisième recherche (2007b, et 2003 avec Personnaz), c'est par une configuration de variables langagières qu'a été construite une mise en scène prototypique du discours politique médiatique (énonciation élocutive, lexicale relevant d'une construction subjective du monde, argumentation désordonnée et faiblement marquée). Par contraste d'avec cette mise en scène "médiatique", a été construite une mise en scène "rationnelle" (discours impersonnel, lexicale objectif, organisation argumentative marquée). Une deuxième variable indépendante, relative cette fois au contenu idéologique, a été croisée avec la première : contenu idéologiquement conforme (discours sur la croissance), *versus* alternatif (discours sur la décroissance)³⁰.

Pour illustration : propositions extraites du texte :

C désigne la condition "Contenu conforme", et A "Contenu alternatif".

Med désigne la condition "Modèle médiatique", et Rat "Modèle rationnel".

Ex.1 :

Seule une croissance élevée peut offrir un vrai confort à chacun (C-Med)

En effet, seule une croissance élevée peut garantir le confort de chacun (C-Rat)

Seule la décroissance peut offrir un vrai bien-être à tous les hommes (A-Med)

En effet, seule la décroissance peut garantir le bien-être de tous les hommes (A-Rat).

Ex 2 :

Je suis heureux de voir que la gamme de produits proposés s'étend de plus en plus (C-Med)

La gamme de produits proposés s'étend ainsi de plus en plus (C-Rat)

Je suis inquiet de voir que la quantité de marchandises proposées se multiplie à l'infini (A-Med)

La quantité de marchandises proposées se multiplie ainsi à l'infini (A-Rat).

Ex.3 :

Je suis inquiet de l'existence d'une excessive idéologisation, qui porte une grave atteinte au réalisme (C-Med)

L'excessive idéologisation est en effet incompatible avec le réalisme (C-Rat)

Je suis heureux de l'existence d'un débat citoyen, qui donne naissance au progrès social (A-Med)

Le débat citoyen est en effet indispensable au progrès social (A-Rat).

L'intérêt de cette recherche réside notamment dans l'articulation qu'elle opère entre approche pragmatique du traitement textuel et de la persuasion, et psychologie de l'influence sociale (en particulier : influence minoritaire, Moscovici 1979, et théorie de l'élaboration du conflit, Pérez & Mugny 1993). On sait en effet que l'éventuelle divergence entre position de la

²⁹ On a également observé des corrélations significatives entre changement d'attitude et perception des positionnements énonciatifs du locuteur, corrélations elles-mêmes fonction des conditions expérimentales.

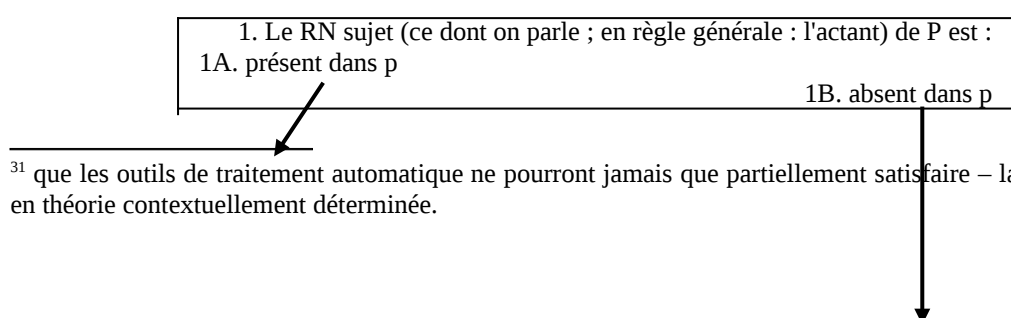
³⁰ A partir d'une analyse en modèles structurants sur les principes de l'Analyse Propositionnelle du Discours, univers référentiels et structure du contenu dans les deux versions ont été strictement contrôlés.

cible et position d'une source majoritaire suscite une élaboration relationnelle du conflit socio-cognitif, tandis que lorsque la source est minoritaire, l'élaboration du conflit se fait sur le registre épistémique – et suppose, de ce fait, une focalisation sur l'objet, donc un traitement systématique du contenu du propos, plutôt qu'une focalisation sur la source. Il est donc théoriquement logique de supposer une affinité entre modèle dominant de la communication politique et contenu conforme (discours routinier ; induction d'une focalisation sur la source, favorable aux sources majoritaires), de telle sorte qu'un message idéologiquement conforme inscrit dans ce formalisme aurait plus d'impact que le même message inscrit dans un formalisme antinomique : le modèle rationnel. *A contrario*, si le contenu du discours repose sur une idéologie alternative, il devrait avoir davantage d'impact s'il s'inscrit dans le modèle rationnel plutôt que dans le modèle médiatique (discours inhabituel ; l'induction d'une focalisation sur le contenu est condition nécessaire de l'influence d'une source minoritaire). L'expression de la convergence entre position propre et position de la source devrait être particulièrement sensible à ces variables. Et les résultats obtenus corroborent effectivement ces hypothèses (voir annexe B8).

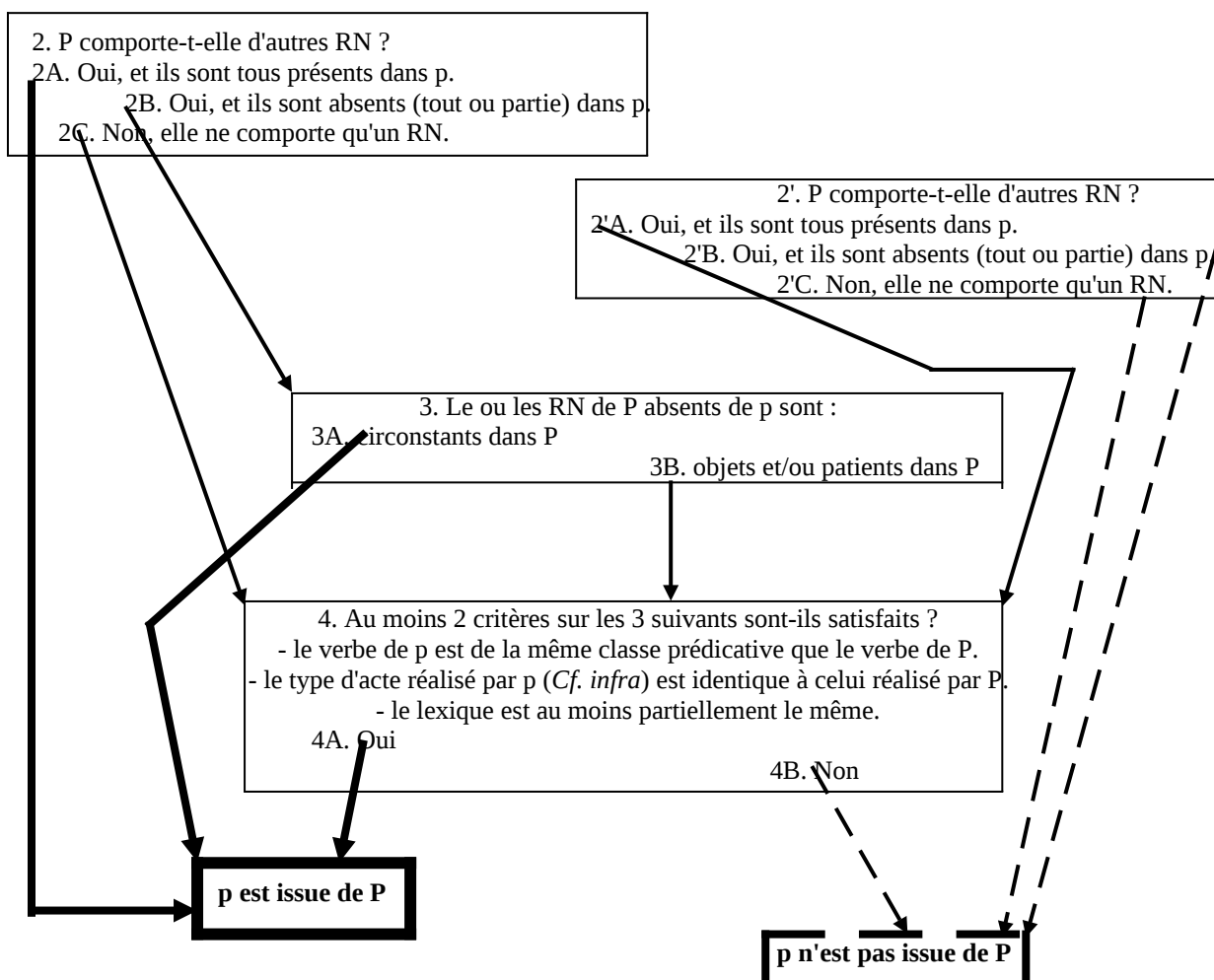
Pour l'appréhension des processus sous-tendant l'évaluation que les sujets font du propos et de la source et leur éventuelle adhésion à ce propos, j'ai proposé un modèle d'analyse reprenant en partie les catégories présentées en 1995. Ce modèle est applicable à toute restitution ou résumé d'un texte original ; elle repose sur la comparaison entre corpus des restitutions et texte traité, ce sur plusieurs dimensions (référentielle, cognitive, et pragmatique) opérationnalisées suivant des configurations d'indices quantitatifs simples. Et même si l'intérêt de son application à des domaines de la pratique sociale autres que le discours politique reste à éprouver, il répond aux exigences théoriques de la pragmatique psycho-sociale³¹. Ce modèle, ainsi que les résultats de son application au corpus des résumés du texte qui étaient demandés aux sujets, sont exposés dans 2007a (voir annexe B9) et je me contenterai ici d'en exposer la première étape (figure 1).

Figure 1

La proposition p du résumé peut-elle être considérée comme un équivalent sémantique, ou comme une inférence issue de la proposition P du texte original ?



³¹ que les outils de traitement automatique ne pourront jamais que partiellement satisfaire – la signification étant en théorie contextuellement déterminée.



Exemple : La proposition : "L'augmentation de la consommation engendre la croissance" est estimée restituée par :

- "La consommation est le moteur de la croissance" (C.Rat) : transformation portant sur la catégorie prédicative (factif en P, statif en p).
- "La croissance augmente grâce à la consommation" (C.Rat) : transformation portant sur le statut actantiel des RN.

Les résultats montrent que, comme attendu, face à la mise en scène médiatique les heuristiques de traitement prédominent. Si le contenu est conforme, on observe en particulier une facilitation du rappel, indépendante de la valeur structurante du contenu, une faible productivité inférentielle, et une production non négligeable de contre-sens. Par ailleurs les résumés de cette condition se présentent sur un mode descriptif. On note également une forte hétérogénéité interindividuelle dans l'identification du positionnement idéologique de la source. L'illusion de compréhension favorise alors l'adhésion à un propos simplement perçu comme objectif.

Par exemple : "Il faut que les gens prennent part à l'économie" (C.Med) constitue une interprétation non compatible avec le contenu originel (le texte C met notamment en cause "l'excessive idéologisation des

questions économiques", qu'il convient de "dépassionner" ; or ce lexique, dans un discours libéral sur la croissance, vise à faire inférer que l'économie est affaire de spécialistes).

Mais si le contenu est alternatif, ces heuristiques ne permettent pas l'élaboration d'une représentation cohérente du propos ; en même temps son ancrage subjectif³² est vivement perçu. L'adhésion au propos est alors compromise.

Par exemple : "L'auteur pense que la consommation est une idéologie" (A.Med) La modalité du discours rapporté est la trace d'une instance subjective.

La mise en scène rationnelle *a contrario* suscite plutôt un traitement central. Avec le contenu alternatif, un tel traitement est nécessaire à la compréhension, et à l'acceptation d'un propos qui sera alors perçu comme informatif.

Par exemple : "Il faut changer tout. Il faut revenir à l'essentiel, les rapports humains" (A.Rat) constitue une interprétation compatible avec le texte originel.

Mais si le contenu est conforme, ce traitement amène une identification non ambiguë de l'ancrage idéologique du propos, dont il résulte un rejet massif.

Par exemple : "Ce texte fait l'apologie du libéralisme" (C.Rat) introduit un nouveau référent : *libéralisme*, tout en explicitant l'intention communicative du locuteur. Il s'agit donc d'une interprétation, qui par ailleurs ne peut être considérée comme proposition issue du texte (cf. figure 1).

On peut donc conclure que comme attendu, le modèle médiatique de la communication, relais des évidences implicites, favorise traitement heuristique et conformisme. Il constitue en revanche un cadre tout à fait inadapté à l'influence minoritaire.

J'ai certes peu insisté ici sur l'impact du message sur les attitudes³³ ; et, de manière générale, le changement d'attitude susceptible de résulter de l'exposition à un message ne constitue pas un objet central dans la présente démarche. L'on sait de toutes façons que lorsque la persuasion repose sur un traitement périphérique, les attitudes qui en résultent sont peu stables. Mais la reproduction idéologique repose sur l'adhérence plutôt que sur l'adhésion³⁴, les orientations idéologiques dominantes ayant plus probablement le statut socio-cognitif d'évidences non problématisées que de convictions (cf. *infra* III.1). L'impact idéologique de la communication médiatique ne résiderait donc pas fondamentalement dans d'éventuels changements d'attitude conjoncturels et relatifs à des objets particuliers, mais bien plutôt dans un certain mode d'appréhension de la réalité sociale, irréductible à des contenus idéologiques spécifiques. Or, s'il est un objet dont l'étude est particulièrement adaptée à l'appréhension de cet impact, c'est la communication elle-même.

³² L'ancrage subjectif constitue *a priori* un support privilégié de la construction de la cohérence sur la base d'heuristiques, en même temps que de l'identification de l'intention du locuteur.

³³ Les résultats spécifiques au changement d'attitude ont été présentés en 2003 (avec Personnaz, non publié). Ils convergent avec ceux relatifs à l'évaluation de la source et de son propos.

³⁴ pour reprendre une distinction proposée par Joule & Beauvois 1998, à propos de l'engagement.

II.3. La communication comme construit idéologique

"Nous ne parlons pas pour dire quelque chose, mais pour produire un effet" (Joseph Goebbels). Visée de captation ; procédés de dramatisation favorisant pseudo-compréhension et traitement heuristique ; rhétorique subordonnant le logos au pathos et surtout, dans le discours politique en tout cas, à l'ethos, l'image de la source constituant alors le ressort privilégié de l'influence ; référence à des objets connus, ancrés dans des croyances préalables et des représentations stéréotypées... Dans quelle mesure l'ensemble de ces caractéristiques de la communication médiatique ne constituent-elles pas un modèle de la communication, et dont la normativité s'étendrait bien au-delà du domaine médiatique lui-même ?

II.3.1. La communication comme prescription sociale

L'hypothèse de ce modèle normatif, que j'ai appelé "modèle médiatique de la communication" (MMC) (voir [2004](#) avec Aupérin, [2007b](#), et [2007d](#)), prend appui sur un constat général : nos sociétés occidentales se définissent elles-mêmes comme étant "de communication", et communiquer y fonctionne comme une prescription sociale. Mais communiquer pour faire quoi ? "Dès lors que parler c'est communiquer et qu'il est impossible de ne pas communiquer, la question du pourquoi communiquer peut sembler moins cruciale, sinon carrément inutile" ; c'est en ces termes que Ghiglione (Ghiglione & Trognon 1993:28) rappelle aux nombreux auteurs qui la négligent l'importance de la question : pourquoi communiquer. Car ici se définit l'enjeu, fondement du contrat de communication. Mais la communication qui s'érige en valeur semble contenir sa propre finalité. Pourquoi communiquer ? cela va de soi, c'est une évidence ; une prescription qui s'impose comme un dogme. Faut-il conclure, par exemple à l'instar de Sfez, qu'une "nouvelle théologie" est en train de naître (1992:29, et 160) ? Tout se passe en effet comme si la communication contenait sa propre légitimité, son objet devenant secondaire ; comme si la pertinence référentielle, soit la question du rapport entre les mots et les choses, n'était plus qu'une dimension accessoire de la signification. Cette légitimité prend appui sur la croyance que bien communiquer, c'est bien informer, l'accent étant mis sur le moyen au détriment de l'objet ; "bien faire passer un message" devient plus important que le contenu du message lui-même, lequel ne se donne pas à interroger. On est ici au cœur de la confusion entre les deux registres de la communication que décrit Sfez (*op.cit.*:56sq.) : registre "représentatif" (communiquer pour faire parvenir un

message à quelqu'un), et registre "expressif" (partage d'un état émotionnel, qui prime sur le contenu effectif du message). Or, en l'absence du contrepoids que se doivent d'exercer ces deux "approches" de la communication l'une par rapport à l'autre, "on se trouve soit dans le délire de la raison représentationnelle" (le "tout"-communiquer), "soit dans le chaos expressif" (le "rien"-communiquer) (voir p.97sq., et p.105sq.)

II.3.2. Le modèle médiatique de la communication (MMC) : caractérisation et mise à l'épreuve en entretien de recrutement

Existe-t-il pour autant un modèle normatif de la communication, c'est-à-dire un modèle définissant le "savoir communiquer" ? C'est ici que l'interprétation de l'ensemble de nos travaux empiriques sur l'entretien de recrutement (cf. *supra*) trouve sa pertinence fondamentale : le mauvais candidat, c'est en somme celui qui interprète mal le contrat de communication régissant cette situation. C'est le cas lorsqu'il définit la situation comme échange informatif : "Il s'agit de dire que je suis fait pour ce poste". Il investit alors de façon privilégiée le contenu informatif de son propos – en espérant que le recruteur prendra ce qu'il dit pour argent comptant. Or comme on l'a dit *supra*, loin d'être un échange informatif, l'entretien de recrutement constitue une épreuve de mise en situation – de communication, et qui plus est dissymétrique³⁵. Au niveau situationnel du contrat, il ne s'agit pas tant de "dire que je suis quelqu'un de bien", que de le montrer. En d'autres termes la mise en valeur ne doit pas opérer sur le contenu du discours auto-descriptif (le dit), mais bien sur le comportement d'interactant du candidat (le dire). Cette lecture se rencontre d'ailleurs chez nombre d'auteurs, mais très indirectement car non conceptualisée dans les termes d'une pragmatique psychosociale. C'est plutôt une perspective différentielle, focalisée sur la personnalité, qui est alors mise en avant : l'entretien servirait à appréhender les "qualités sociales" du candidat – qualités qu'il apparaît effectivement pertinent d'inférer de l'observation des comportements en situation. Ce n'est donc pas en tant que transmission d'information que la communication est investie ici, mais bien en tant que savoir faire doté d'une valeur intrinsèque (voir 2004e).

La question de l'intérêt d'évaluer ces qualités quel que soit le type de poste à pourvoir mérite cependant d'être posée : compétences désormais universellement requises au vu des évolutions du travail, ou désignation légitimante du conformisme de l'évalué ? Quoi qu'il en soit, pour susciter des inférences favorables, le candidat doit prioritairement répondre à la

³⁵ donc susceptible d'informer sur la manière dont le candidat se comporterait avec un supérieur hiérarchique, par exemple.

consigne implicite : "Faites en sorte de communiquer le mieux possible". Sont donc susceptibles de s'actualiser ici les normes dominantes, s'il en est, définissant le "bien communiquer" – c'est-à-dire des normes dont la valeur serait relativement indépendante des contraintes contractuelles particulières. Le fait même que la personnalité soit censée se révéler dans la manière de communiquer est loin d'être anodin ; car si le lien direct qui est implicitement établi entre communication et personnalité paraît objectivement discutable, il est en revanche emblématique de "l'idéologie de la communication".

Le "savoir faire communicationnel" peut certes être défini comme compétence spécifique, relevant de la compétence communicative, distincte de la compétence linguistique. Dans le contexte d'un échange en face à face, il est susceptible de se manifester par une prise en charge de la régulation coopérative de l'échange (Cf. l'analyse de conversation). Dans une recherche expérimentale (2004, avec Aupérin), on a construit des entretiens factices, mettant en scène des candidats faisant pour certains montre d'un tel savoir-faire coopératif, pour d'autres non, cette variable indépendante étant opérationnalisée par la présence (C+) *versus* absence (C-) de signaux régulateurs (signaux d'écoute, approbations, reformulations marquant l'enchaînement des tours de parole). Par exemple :

Recruteur : *Je vois que vous avez le DECF.*

Candidat C+ : *Oui, tout à fait j'ai le DECF.*

Candidat C- : *Oui.*

Cette variable a été croisée avec une deuxième variable indépendante : la mise en scène discursive, définie dans une première modalité comme "médiatique" (discours inscrit dans le MMC), *versus* dans sa deuxième modalité comme "rationnelle". L'opérationnalisation de cette variable, qui repose sur une configuration de marques langagières, a déjà été effectuée dans la troisième recherche sur le discours politique présentée *supra*. Discours politique monologique et auto-présentation en situation dialogique sont certes formellement très différents. Mais il s'agit, rappelons-le, de montrer la normativité du modèle médiatique ; autrement dit, de mettre en évidence que sa valeur est indépendante de son éventuelle adéquation à un contrat de communication particulier. En l'occurrence, le modèle médiatique se caractérise par une énonciation plutôt élocutive, avec modalisateurs d'intensité et d'affirmation ; un lexique usuel et relevant d'une construction subjective du monde ; une syntaxe simple (phrases constituées d'une seule proposition) ; et une cohérence textuelle reposant sur la juxtaposition des contenus propositionnels . Le modèle rationnel, qui en est l'antithèse, se caractérise par un relatif effacement de l'énonciateur ; un lexique plus recherché et relevant d'une construction

objective du monde ; une syntaxe complexe (phrases constituées de plusieurs propositions) ; et une cohérence textuelle reposant sur des relations logiques entre propositions.

Opérationnalisation du MMC en entretien de recrutement : illustration :

Recruteur : *Pourquoi ne pas avoir continué et tenté le DESCF ?*

Candidat "médiatique" : *J'ai choisi à l'époque de saisir l'opportunité que me proposait le cabinet Acomex. Je ne voulais pas devenir expert comptable. Je voulais m'intégrer rapidement au monde professionnel. Cette proposition, ça a été pour moi l'occasion de me réaliser. Et évidemment c'était pour moi l'occasion d'acquérir une expérience de qualité.*

Candidat "rationnel" : *Parce que je ne voulais pas devenir expert comptable, mais de préférence m'intégrer au milieu professionnel à la sortie du DECF. D'ailleurs quand le cabinet Acomex m'a fait une offre de poste, j'y ai vu l'occasion de me réaliser et par là même l'éventualité de construire une expérience de qualité.*

Les sujets recruteurs auxquels ces entretiens ont été soumis ont largement plébiscité les candidats "médiatiques", au détriment des candidats "rationnels". Quant au marquage de la coopération conversationnelle, s'il tend effectivement à produire une meilleure évaluation que son absence, son impact global s'est avéré faible. Précisons que l'évaluation sur le registre des "compétences cognitives" ne discrimine pas les candidats ; ce sont les traits personnologiques attribués, et tout particulièrement ceux référant aux "qualités sociales", qui distinguent les quatre conditions expérimentales, et qui corrélaient avec le classement des candidats³⁶ (voir annexe B10). Ces résultats autorisent la conclusion suivant laquelle la représentation normative du "savoir communiquer" détermine effectivement la valeur globale attribuée au locuteur ; et que cette représentation est pour l'essentiel indépendante d'un savoir faire communicationnel au service de la coopération dans l'échange, ou encore, de l'efficacité informationnelle. En d'autres termes, s'il y a bien un lien entre comportements et traits personnologiques à forte valeur sociale, ce lien tient à la seule conformité du comportement.

L'examen de certaines inférences récurrentes sur les candidats "rationnels" constitue également un apport intéressant au regard de cette représentation normative de la communication. Par exemple :

Personne dynamique mais rigide.

Candidate à exclure : "J'ai tout fait, tout vu"

Profil carriériste. A ne pas faire évoluer.

Rigidité ++. La jeune diplômée par excellence.

Personnalité rigide. Sait mieux que tout le monde.

³⁶ Chaque recruteur ayant à évaluer plusieurs candidats, on a contrôlé dans cette recherche le contenu du discours des candidats (4 CV différents, objectivement équivalents), ainsi que voix des candidats et des recruteurs de ces entretiens. Chaque condition expérimentale est donc concrètement réalisée par des entretiens différents ; il en résulte que chaque protocole est singulier, ce en quoi les résultats obtenus peuvent être supposés particulièrement stables.

Mais aussi : Recruteuse trop gentille. Ne devrait pas se laisser faire.

Ces inférences suggèrent que la mise en scène rationnelle est *a priori* plus attendue chez un partenaire en position haute dans des relations dissymétriques. Or, cette mise en scène relève en fait de ce qu'Achache (1991) définit, dans le cadre de la communication politique, comme "modèle dialogique", modèle constitué autour du mouvement des Lumières et où c'est la Raison, comprise comme sens commun, qui rend possible le dialogue. Mais dans la pensée commune, la confrontation dialogique est-elle conçue autrement que sur le mode de l'affrontement de personnalités ? C'est en tout cas sur ce mode que sont médiatisés les débats, politiques en premier lieu. En somme, les routines de traitement générées par les caractéristiques récurrentes de la communication médiatique, dont notamment la focalisation sur la source, ces routines donc sont susceptibles de s'actualiser dans des situations très différentes. Et au bout du compte, on peut se demander si le débat d'idées lui-même, le débat entre pairs, ne devient pas simplement impensable.

II.3.3. Marketing et propagande

L'inscription du discours dans le MMC, en matière de communication politique comme d'entretien de recrutement, conditionne donc l'évaluation de la source. Certes il conviendrait de tester la normativité de ce modèle dans d'autres domaines de la pratique sociale. Par exemple : l'enseignement, où le sentiment de satisfaction de l'enseigné-client tend à prévaloir sur l'acquisition de connaissances, comme en témoigne la normalisation des procédures d'évaluation dans ce domaine, évaluation focalisée sur l'enseignant plutôt que sur l'enseignement. Mais il est un domaine où cette normativité n'est plus à établir, puisqu'il en fournit le modèle : la publicité. Pour Rouquette par exemple, l'action publicitaire est devenue modèle de la communication en général (1994:28). D'ailleurs c'est dans le domaine du marketing que se sont initialement développées les "techniques de communication". Ainsi, dans un "environnement concurrentiel" où il convient d'"affirmer sa différence", "communiquer" signifie avant tout "(se) faire valoir", quelle que soit la nature du message que ces techniques sont susceptibles d'aider à "faire passer". En d'autres termes, y compris dans les situations de communication *a priori* inscrites dans un contrat informatif, l'atteinte des objectifs contractuels quels qu'ils soient serait subordonnée à une visée de séduction. Le faire-valoir en effet induit une définition de la relation de communication comme relation de séduction, où se déploient prioritairement des stratégies de persuasion focalisées sur l'image

de soi (l'ethos). Et la généralisation de ce sens publicitaire de la communication n'est pas sans rapport avec la confusion des registres décrite par Sfez (cf. *supra*).

Or la séduction, dès lors qu'elle est utilisée comme procédé au service d'autres fins – "séduire pour convaincre en lieu et place d'argumenter" (Breton, *op.cit.*:193)-, relève d'un procédé manipulateur : "il y a manipulation parce que la raison qui est donnée pour adhérer au message n'a rien à voir avec le contenu du message lui-même" (p.80). Convient-il pour autant d'assimiler marketing et propagande, fût-elle du type "glauque" (question traitée dans 2007d) ? Libéralisme et propagande, et plus largement : manipulation, tendent à s'exclure mutuellement dans la pensée commune ; comme le remarque Georget, "c'est dans les situations de liberté, donc de paix, de démocratie, d'autonomie politique, que la persuasion est potentiellement la plus efficace. C'est aussi dans ces situations que le concept de propagande est le moins usité" (2006:57sq.) La représentation de la propagande prend en effet appui sur la référence à des contenus idéologiques particuliers, ayant structuré des régimes totalitaires historiquement marquants ; et il est vrai que l'étude de la propagande sous ces régimes est riche d'enseignement, et susceptible d'illustrer à plusieurs égards l'actualité de la problématique (voir Dorna & Quellien eds., 2006, et 2007e). Mais les procédés de la propagande sont susceptibles de s'appliquer *a priori* à n'importe quel objet, et de manière générale, la propagande ne doit pas être définie en référence à des contenus idéologiques particuliers. Il faut également préciser qu'il ne suffit pas d'identifier dans une production discursive le recours à un procédé propagandiste pour situer cette production dans ce que Moscovici (1967) décrit comme système de communication ; il convient en outre de considérer la nature des rapports que cette production instaure entre un Ego, un Alter et un objet. Moscovici propose la définition suivante : "modalité d'expression d'un groupe en situation conflictuelle et d'élaboration instrumentale, en vue de l'action, de la représentation qu'il se fait de l'objet du conflit" (p.442). Il dépasse ce faisant la lecture récurrente dans la littérature, et conceptuellement faible, de la propagande comme discours idéologique persuasif centré sur le pathos. Suivant cette dernière lecture, le marketing politique s'apparente d'ailleurs à la propagande : en transformant le débat d'idées en spectacle d'exhibition narcissique, il favorise la détermination émotionnelle des positionnements politiques. Le citoyen critique, éclairé par les "Lumières de la Raison", est évidemment exclu ici de la communication. Mais le marketing n'en constitue pas moins un mode distinct. On remarquera en effet que :

- si la représentation conflictuelle du champ social est au cœur de la rhétorique propagandiste, le marketing en revanche, prenant appui sur les évidences implicites qui fondent le consensus idéologique, efface toute référence susceptible d'alimenter une telle représentation.

- la propagande a (entre autres) pour fonction l'affirmation d'une identité groupale, relayée par la création d'une langue spécifique qui facilite la catégorisation "nous/les autres"³⁷. Or la cible du marketing est une masse consensuelle à l'intérieur de laquelle chacun se sent différent des autres.

- la transformation de la réalité sociale que vise fondamentalement la propagande n'est pas dissociée de l'impact sur les conduites dont elle est l'effet le plus manifeste. Or le marketing, loin d'orienter de façon univoque les conduites, a plutôt pour effet l'apathie. – Et l'incompétence du récepteur politique, la faiblesse de sa motivation à opérer un traitement systématique du discours, n'est sans doute pas tant une donnée initiale justifiant la généralisation du MMC, que la conséquence d'une spectacularisation qui construit ce type de cible, et qui conduit notamment à la démobilisation du récepteur potentiellement impliqué.

Le marketing n'en relève pas moins de la manipulation - et la "première étape de toute manipulation consiste justement à faire croire à son interlocuteur qu'il est libre" (Breton *op.cit.*:21). Certes, toute parole est par essence persuasive – c'est même l'un des postulats de la pragmatique. Mais la persuasion se décline en différentes visées par rapport auxquelles le choix des moyens n'est pas anodin. Et si "l'époque (...) n'accorde guère de sympathie aux tentatives de distinction normative entre ce qui serait une "parole légitime" et ce qui ne le serait pas" (Breton *op.cit.*:23), il existe pourtant une représentation de la manipulation comme mode non légitime de persuasion. Il serait d'ailleurs cohérent de supposer que cette représentation, prenant modèle sur la conception commune de la propagande, s'appuie sur le repérage d'une idéologie identifiée comme telle ; en même temps que, probablement, sur la reconnaissance d'une logique argumentative explicitant la conclusion que la source vise à faire adopter (stratégie centrée sur le logos). En d'autres termes, ce serait précisément l'argumentation, mode discursif visant le "faire croire" (voir Charaudeau 1992) et dans lequel la persuasion se définit comme conviction, qui pourrait bien être communément perçue comme relevant de la manipulation. Tandis que lorsque l'influence s'exerce au moyen de la séduction ("Je ne cherche pas à convaincre sur des idées, mais à persuader des qualités de ma personne"), elle devrait être perçue comme légitime – et plus probablement conforme au "politiquement correct". Pourtant la visée persuasive et son objet sont ici dissimulés, alors que

³⁷ valeur univoque des mots qui deviennent signaux, cf. Moscovici *op.cit.*:469.

le discours argumentatif rend l'un et l'autre explicites. Il ne s'agit pour l'heure que d'hypothèses, mais dans le cadre d'une pragmatique psycho-sociale de l'idéologie, ces hypothèses sont aisément opérationnalisables.

Cela étant, par delà l'idéologie de la communication, c'est la communication en tant que "forme symbolique" (Sfez *op.cit.*), induisant un certain type de rapport au réel, qui reste à interroger, si l'on ne perd pas de vue le souci de transversalité au cœur du présent projet, souci que l'adoption privilégiée d'une méthodologie expérimentale pourrait avoir oblitéré. L'expérimentation en effet convie *a priori* à une lecture des phénomènes de communication réduisant leur dimension collective à un niveau interindividuel ou intergroupes. Quant aux phénomènes idéologiques, la psychologie sociale expérimentale qui les prend pour objet, centrée sur les processus socio-cognitifs à l'œuvre dans la reproduction, semble les référer *in fine* à des mécanismes fondamentaux dont la détermination n'est pas discutée. Bref, dans l'un et l'autre cas, tout se passe comme si l'investigation s'arrêtait aux frontières de la discipline, quelque part entre l'homme et la société ; et on voit mal comment problématiser l'idéologie à l'intérieur de ces limites. Quoi qu'il en soit, le questionnement théorique en la matière, questionnement proposé maintenant, est aussi inévitablement épistémologique.

III. De la reproduction à la construction de la réalité sociale.

III.1. L'idéologie comme cadre socio-cognitif

III.1.1. A propos du concept d'idéologie.

Si l'on veut définir l'idéologie de manière succincte, transdisciplinaire, et consensuelle, l'on dira qu'il s'agit d'un système de représentations, et dont la fonction est orientée vers l'action. Mais dans la littérature sont rappelés de façon récurrente la diversité des définitions de l'idéologie et les nombreux questionnements qui surgissent à la moindre tentative de conceptualisation, au point qu'il peut être jugé souhaitable de renoncer à cette notion.

Pour ce qui est de la psychologie sociale, il n'y a pas, à strictement parler, de psychologie sociale de l'idéologie. Celle-ci est appréhendée en tant que mode de connaissance, ce dans la continuité des travaux pionniers de Moscovici mettant en évidence la logique propre à la "pensée naturelle, sociale" (1961, ed.1976:246sq.) Or cette logique ne peut être saisie si l'on définit l'idéologie comme vision partielle et biaisée du monde, considérant ce faisant qu'il existe une forme et une seule de connaissance valide, en l'occurrence la science. C'est pourquoi Moscovici refuse la dualité science/non science (voir par exemple 1992). Cela dit la voie qu'il a ouverte s'est plutôt développée autour de l'étude des représentations sociales, tandis que les psychologues sociaux restés attachés à définir la connaissance idéologique maintiennent comme fondamentale la dissociation entre science et idéologie. Deconchy par exemple définit l'idéologie comme "posture cognitive spécifique", distincte de la "rationalité scientifique" (2000b:118) ; elle ne relève pas pour autant d'une connaissance erronée, puisque sa visée n'est pas l'exactitude. C'est aussi ce que pointe Beauvois (1995), en distinguant connaissance descriptive (scientifique), et connaissance évaluative (idéologique), cette dernière visant l'appréhension de l'utilité des objets du monde ("que peut-on faire avec ?", et non pas : "que sont-ils ?")

De ce point de vue l'étude de l'idéologie, c'est en fait l'étude des processus socio-cognitifs – et non pas celles de contenus représentationnels particuliers (Beauvois 1992). La connaissance idéologique est générée par un certain type de rapport à l'objet (autre que le rapport d'observation, lequel n'a rien de "naturel" – Beauvois 2005:297sq.), en même temps que par les conditions sociales de ce rapport. Et l'idéologie ainsi définie n'est pas susceptible d'être modifiée par des informations nouvelles, mais par des pratiques et leurs circonstances. En cela la perspective de Beauvois pourrait s'articuler avec les lectures sociologiques de l'idéologie, lesquelles mettent l'accent tant sur l'idée d'un rapport spécifique au monde (rapport

adapté aux contraintes liées aux rapports sociaux dans lesquels nous sommes quotidiennement plongés), que sur la dimension de la valeur.

Par exemple : l'idéologie suppose la "conciliation du fait et de la valeur" (Dumont *op.cit.*:113sq.), la réduction de la distance entre connaissance et morale étant nécessaire pour "donner au groupe les moyens de son action" (Ansart, 1977:207).

Quant à l'idéologie dominante, elle n'est évoquée comme telle que relativement marginalement. Elle convoque directement la problématique de la hiérarchie sociale - l'idéologie dominante c'est, chez les auteurs prenant appui sur la théorie de la lutte des classes et dans la lignée directe d'Althusser (1970), l'idéologie de la classe dominante. On ne saurait donc la conceptualiser indépendamment des mécanismes par lesquels la hiérarchie tend à se perpétuer (cf. *supra* I.1.1). Cela étant idéologie dominante et idéologies ne sont généralement pas différenciées. N'y aurait-il pas pourtant quelque pertinence à les distinguer (voir 2007d) ? Du point de vue des caractéristiques constitutives de l'idéologie, cette pertinence paraît certes discutable³⁸. Par exemple pour Deconchy, l'idéologie est constitutivement un système d'"auto-explication" et d'"auto-légitimation" (1989:169) ; et la logique propre des idéologies "les accule à un travail cognitif qui transformera la contingence de leur apparition historique et la singularité de leur emprise locale et temporaire en nécessité logique", et "dont le dernier avatar sera de se présenter et de se faire reconnaître comme nécessité historique" (1999:119). Pourtant, ce n'est qu'une fois ce processus achevé que l'idéologie peut "imposer (sans en avoir l'air puisque ce sont des "évidences"), les évidences comme évidences" (Althusser *op.cit.*:42). D'ailleurs, à la différence des idéologies minoritaires, la reproduction de l'idéologie dominante est assurée par des vecteurs passifs, qui s'ignorent en tant que tels (cf. *supra* II.2.3, la distinction entre adhérence et adhésion). Comme le souligne Chabrol, l'adhésion aux "discours contre-idéologiques minoritaires" en effet "exige un investissement psychique et un engagement attitudinal plus important" que l'adhésion aux "discours idéologiques majoritaires" (2004:143sq.) ; et ces derniers se doivent d'assimiler "de nombreux éléments des discours minoritaires qui les mettent en cause. (...) En somme plus un discours tentera de concilier en les réunissant des intérêts, idées ou actions opposés plus il apparaîtra persuasif avec un traitement superficiel" (*ibid.*) Cette assimilation pourrait être mise en rapport avec diverses notions qui traversent la littérature sociologique, par exemple :

³⁸ Car pour Althusser (*op.cit.*), l'idéologie est un phénomène lié aux sociétés de classes, et produites par les "appareils idéologiques d'état" (aux mains de la classe dominante, et instruments de la reproduction). Dans l'idéologie les hommes se représentent non pas leurs conditions d'existence, mais leur rapport à ces conditions.

Ansart propose le terme de "surcode" ou "suridéologie", qu'il définit comme "système de logique sociale" à laquelle participent toutes les idéologies concurrentes dans le "capitalisme pluraliste", et que "(les compétiteurs) ne peuvent surmonter dans la phase historique où ils sont placés" (*op.cit.*:179sq.)

Ou encore, Bourdieu décrit le "*silence de la doxa*" qui traverse le discours des dominants, lesquels, face au "discours hérétique" remettant en cause la "protodoxa", "travaillent à annuler la politique dans un discours politique dépolitisé, produit d'un travail de neutralisation ou, mieux, de dénégation, qui vise à restaurer l'état d'innocence originaire de la doxa et qui, étant orienté vers la naturalisation de l'ordre social, emprunte toujours le langage de la nature", langage qui "trouve son accomplissement naturel dans la rhétorique de la scientificité" (1982:155).

III.1.2. Idéologie, analyse du discours et traitement textuel.

L'idéologie dominante telle qu'entrevue dans ce "silence de la doxa" traversant le discours peut être définie en tant que cadre socio-cognitif irréductible à des contenus représentationnels – lesquels ne sauraient rendre compte que d'"idéographies" (Deconchy 1992). Et sur ce point l'on ne peut que suivre Beauvois lorsqu'il récuse la pertinence d'un accès à "l'idéologique" par l'étude des "processus représentationnels", lesquels reposent sur la "médiation des significations" : "l'idéologique passe pour ainsi dire du socio-cognitif au représentationnel pour y apparaître, mis en discours, sous la forme de savoirs sociaux disponibles pour l'échange communicatif" (1992:126). Mais il omet de considérer que la matière discursive est également chargée en significations implicites qui précisément, ne se donnent pas comme négociables dans l'échange, et ne sont pas élaborées en tant que savoirs (représentations conscientes). Et pour cause, puisqu'il s'agit précisément de ces "évidences" dont parle Althusser. En quoi l'idéologique dont traite une psychologie sociale ne problématisant pas le discours peut-il renseigner sur l'idéologie ?

En l'occurrence Beauvois oppose à l'étude des "processus représentationnels" celle des processus socio-cognitifs, lesquels reposent sur la "médiation comportementale" (*op.cit.*123sq.) Et dans la psychologie sociale de la reproduction, les phénomènes pris pour objet sont essentiellement les conduites, l'idéologie n'étant considérée qu'en tant que produit de ces conduites – et la théorie de la rationalisation se veut effectivement "théorie de l'accompagnement idéologique des conduites" (Beauvois & Joule *op.cit.*:156). Le libéralisme n'y est d'ailleurs pas directement théorisé en tant qu'idéologie, mais en tant que modalité d'exercice du pouvoir (voir notamment Dubois 1994). Certes, c'est par une explication de niveau idéologique (*cf.* Doise *op.cit.*) que l'on pourrait rendre compte de manière cohérente de l'ensemble des processus mis en évidence dans ce cadre. Mais cela supposerait de concevoir l'idéologie en tant que structure latente, sous-jacente aux productions discursives – les

discours étant alors considérés non pas tant comme des ensembles de signes, que "comme des pratiques qui forment systématiquement les objets dont ils parlent" (Foucault 1969:67).

L'articulation entre idéologie et discours fut d'ailleurs au fondement de l'approche française d'analyse du discours, qui s'est développée en France dans les années 60 principalement autour de Pêcheux. L'objet d'une telle démarche est de repérer les évidences implicites qui traversent les discours, cet "impensé de la pensée" préexistant à la production discursive (Pêcheux 1975:88sq.), et dont rend compte le "préconstruit"³⁹. Si la pertinence de la notion d'idéologie en analyse du discours est cependant discutée depuis (voir par exemple Chabrol 1992), l'importance de l'intrication entre plusieurs discours (l'"interdiscours") fait aujourd'hui l'objet d'un large consensus (voir par exemple Charaudeau & Maingueneau 2002:324sq.) Et parmi les développements les plus récents de l'analyse du discours, on retiendra l'intérêt, pour une démarche transversale, de la notion d'imaginaire socio-discursif proposée par Charaudeau dans le domaine du discours politique (2005:156sq. ; voir aussi 2006c) et que j'ai moi-même illustrée dans le domaine publicitaire (2007d, voir annexe B11).

Mais l'apport de l'analyse du discours ne saurait épuiser un objet initialement défini en référence aux processus socio-cognitifs. Cet apport doit être complété de l'analyse des processus impliqués dans le traitement textuel (production et interprétation). Par exemple dans une recherche empirique (2000b), j'ai montré que la "psychologie quotidienne" fonctionnait comme connaissance irréfutable⁴⁰: des étudiants de psychologie, interrogés en contrôle de connaissance sur la psychosociologie de la rationalisation, en ont fourni différentes versions suivant leur niveau de connaissance du cours, mais qui témoignaient toutes de la non remise en cause des fondements du modèle explicatif normatif de la psychologie quotidienne (explication des comportements par une détermination interne). Dans les meilleures copies, c'est même une assimilation par la psychologie quotidienne des connaissances de son propre fonctionnement que l'on a observée⁴¹.

La question posée était la suivante : "Vous réalisez l'expérience suivante : en variable indépendante, vous manipulez le caractère, chaleureux (groupe 1) ou froid (groupe 2), de l'expérimentateur. Vous faites faire aux sujets, volontaires et bénévoles, une tâche longue et ennuyeuse. En variable dépendante, vous mesurez leur attitude à l'égard de la tâche. Si les résultats sont conformes aux prédictions de la théorie de la dissonance cognitive, qu'observerez-vous ? Pourquoi ?"

³⁹ Le préconstruit, terme initialement proposé par Henry, désigne "ce qui renvoie à une construction antérieure, extérieure, en tout cas indépendante, par opposition à ce qui est "construit" par l'énoncé" (*ibid.*) C'est donc la trace dans le discours d'un discours antérieur auquel s'attache un sentiment d'évidence.

⁴⁰ en référence au critère popperien de démarcation entre science et non science, voir Popper 1934, ed. 1982.

⁴¹ L'analyse des protocoles (copies), qui a permis de rendre compte des patterns explicatifs construits par les étudiants, articulait plusieurs dimensions : catégories de contenu, relations logiques entre propositions, et structure relationnelle du contenu (co-occurrences objets expliqués-contenus explicatifs).

- Les étudiants ayant une bonne connaissance du cours font des prédictions conformes à la théorie (dissonance avec l'expérimentateur froid, réduite par le changement d'attitude à l'égard de la tâche qui sera alors jugée plus intéressante que dans l'autre groupe). Mais le volontariat des sujets, condition nécessaire à la production de dissonance (sentiment de liberté), est absent de la chaîne causale, d'une part, et d'autre part l'exécution de la tâche n'a un statut causal que dans 40% de ces protocoles. De manière générale, la cohérence de l'explication s'établit ici en référence à une certaine interprétation de la théorie qui n'est pas sans rappeler sa conception "laxiste" (Voir Beauvois, Ghiglione & Joule 1976).

- Les étudiants n'ayant aucune connaissance sérieuse du cours produisent une explication prototypique de la psychologie quotidienne (un expérimentateur froid ne peut qu'accroître l'ennui de la tâche).

- Les étudiants ayant une connaissance partielle du cours prédisent correctement les résultats, mais la cohérence de leur explication repose sur des contenus implicites relevant de la psychologie quotidienne. Par exemple⁴² :

"Les sujets accepteront la tâche. La motivation des sujets vient de l'attitude de l'expérimentateur" (qu'ils craignent de contrarier) : présuppose que *l'acceptation ne peut être que déterminée par un état interne* (motivation).

"Le groupe 1 sera honnête et aura une attitude défavorable à l'égard de la tâche : il y aura donc consonance. Dans le groupe 2 la dissonance l'emportera et les sujets mentiront" : présuppose une *cohérence constante entre comportement* (dire la vérité ou mentir) *et état interne* (consonance ou dissonance), d'une part ; d'autre part : que *les attitudes sont déterminées par les caractéristiques de l'objet* (une tâche ennuyeuse ne peut qu'être perçue comme telle).

"Les sujets ne pourront pas changer le fait que l'expérimentateur est froid, ceci étant ils seront tout de même soumis à ce fait donc contraints" : présuppose que *l'impuissance devrait logiquement impliquer l'insoumission*.

On voit dans ces derniers exemples que la cohérence des réponses repose sur des présupposés idéologiques – des impensés, ici directement référables au modèle normatif de l'individualisme libéral. Ces contenus implicites, au statut socio-cognitif d'évidences, génèrent à l'occasion en interprétation une "pseudo-compréhension" ou "illusion de compréhension", en particulier lorsque le discours traité comporte des éléments de contenu non directement assimilables (car impensables). C'est notamment le cas dans la confrontation à une altérité non identifiée comme telle, ces situations étant les plus révélatrices de la contrainte cognitive qu'exerce l'idéologie (voir en particulier [2000c](#), [2003b](#), [2004g](#)). Les inférences que produisent des sujets lecteurs dans le traitement de textes philosophiques anciens, c'est-à-dire inscrits dans d'autres "épistémès" (Foucault 1966, 1969), en sont une illustration. On y observe en effet des contre-sens récurrents, qui révèlent la dimension impensable du sens, et corrélativement l'évidence (en italique dans les exemples ci-dessous) dont la problématisation ne vient pas à l'esprit.

Quelques exemples (pour la plupart non publiés), issus de commentaires produits par des étudiants au cours d'un contrôle de connaissance :

Exemple 1 : *Profiter de la vie, c'est avoir beaucoup d'activités*. A partir d'un texte de Montaigne : "(...) Nous sommes de grands fols : « Il a passé sa vie en oisiveté », disons-nous : « Je n'ai rien fait d'aujourd'hui ». Quoi ! avez-vous pas vécu ? c'est non seulement la fondamentale, mais la plus illustre de vos occupations (...)."

⁴² exemples non publiés.

L'intention du locuteur est globalement comprise, comme incitation au *Carpe diem*. Ainsi l'acte réalisé par "Quoi ! avez-vous pas vécu ?" est bien perçu comme reproche. Mais les sujets produisent des contre-sens quant à l'objet de ce reproche – en l'occurrence ce serait le fait de "n'avoir rien fait", et non pas le fait de s'en plaindre. Ils concluent donc que Montaigne condamne l'oisiveté, ce qui est en cohérence avec la référence usuelle d'un *Carpe diem* devenu leitmotiv publicitaire (incitation à "l'activité", source plus probable de consommation que la "méditation de sa vie").

Exemple 2 : *Toute connaissance non conforme au modèle contemporain de la science est abstraite et irrationnelle*. A partir d'un texte de Lucrèce expliquant perception et images mentales par les "simulacres" (cf. Epicure), membranes atomiques qui se détacheraient des objets pour venir "frapper nos sens". Lucrèce fournit dans ce texte une explication matérialiste de ce qui est ordinairement tenu en son temps pour surnaturel (agrégats formés aléatoirement par ces simulacres, provoquant d'étranges "visions").

La distance manifeste entre cette explication et le modèle contemporain de l'explication scientifique amène les sujets lecteurs à traiter les propos de Lucrèce comme "abstrait", "irrationnel", etc.... Ils produisent ce faisant des contre-sens relatifs au statut du surnaturel pour l'auteur, contre-sens fréquemment appuyés sur la transformation de phrases négatives du texte ("Ne croyons pas que...") en affirmations. Ils en concluent donc que l'auteur croit aux phénomènes surnaturels.

Exemple 3 : *La science d'aujourd'hui peut répondre à toutes les questions, et les faits scientifiques sont des vérités absolues*. A partir d'un texte de Comte montrant comment l'avènement de la science positive supposait de renoncer à la quête de "connaissances absolues", aux "mystérieuses recherches (...) inaccessibles à notre intelligence", aux "questions insolubles" qui caractérisaient l'"état théologique".

De nombreux sujets lecteurs comprennent que la science moderne est motivée par le besoin de connaître "les raisons de tout mystère", de "chercher l'origine de tout phénomène", etc... et si l'"homme théologique" était ignorant, c'est qu'il ne trouvait pas de réponses à ces questions ; il ne parvenait donc pas à élaborer ces "connaissances absolues" qui nous sont aujourd'hui accessibles.

Cela étant jusqu'où ces présupposés, relatifs à des objets divers, relèvent-ils de l'idéologie⁴³ ? S'articulent-ils en un système cohérent, susceptible d'être décrit, et qui remplirait une fonction de légitimation de l'ordre social ?

III.1.3. L'idéologie des démocraties libérales : une "épistémo-idéologie" ?

Ce que définissent les évidences implicites traversant les discours dans les situations les plus variées, c'est en somme ce qui délimite l'"objectivité" dans le rapport au monde. Elles circonscrivent un cadre de pensée qui se donne comme cadre naturel de perception et d'explication des événements, c'est-à-dire comme réalisme, en ce qu'il fonde la conception commune du réel ; et les valeurs dont ces évidences sont porteuses disparaissent derrière une lecture consensuelle des faits. Or l'idée d'un cadre de pensée non problématisable, puisque constituant les coordonnées du savoir d'une époque, et englobant la pluralité des connaissances, renvoie à celle d'épistémè, cet "ordre sur fond duquel nous pensons" que définit Foucault (1966:13).⁴⁴

⁴³ Une démarche d'enquête focalisée sur des contenus représentationnels (par exemple : représentation sociale de la science) induirait inévitablement une problématisation de ces évidences ; il en résulterait une transformation de leur fonction, donc de leur statut.

⁴⁴ Par exemple : "L'épistémè, ce n'est pas une forme de connaissance ou un type de rationalité qui, traversant les sciences les plus diverses, manifesterait l'unité souveraine d'un sujet, d'un esprit ou d'une époque ; c'est

Cette notion est en tout cas un outil de pensée utile lorsque l'on se demande à quelle "nature des choses" pourrait renvoyer l'idéologie des démocraties libérales – car "toute idéologie (...) renvoie, explicitement ou implicitement, à une ontologie" (Deconchy 1989:240). J'en ai proposé quelques éléments de description à partir de trois dimensions dichotomisées (2004c) :

- la conception du monde physique, visé par la toute-puissance technologique en même temps que vidé de toute transcendance, est une de ces dimensions ; l'ordre naturel est conçu comme régi par des "lois" que la science, assimilée à la technologie, permet de manipuler ;

- dans l'ordre psychique en revanche (deuxième dimension), l'homme travaille à s'immuniser cognitivement contre l'idée qu'il est une "donnée de nature", soumis à des déterminismes naturels (Cf. la "surnature" décrite par Deconchy 2000a). Quant aux propriétés de sa supposée autodétermination, j'y reviendrai plus loin (III.2.2) ; je soulignerai simplement ici la perte de sens, pour l'individu, d'un quelconque universel humain ;

- cette perte de sens s'inscrit dans la dissociation entre monde psychique et monde social (troisième dimension). La société par exemple, est-elle conçue autrement que comme agrégat d'individualités ? En fait, il semble bien que le social ait son ordre propre, même si celui-ci n'est conçu que comme produit de stratégies individuelles (par exemple : les "lois du marché"), et cet ordre est distinct de celui qui régit le monde physique. Y est centrale la croyance en l'autorégulation, laquelle s'appuie sur la version contemporaine du "progrès" plus ou moins confondu avec l'"évolution"⁴⁵ et qui contribue à asseoir la conviction que l'humanité d'aujourd'hui est plus accomplie que celle d'hier. En fait, tout se passe comme si l'activité des sociétés humaines devait échapper au contrôle de l'homme, tandis que la nécessité du monde physique devenait quant à elle toute relative. Il s'agit en somme d'un *objectivisme social* : les lois qu'on ne cherche pas à modifier sont celles qui régissent l'ordre social. Le statut de ces lois n'est d'ailleurs pas tant épistémique qu'éthique ; en témoigne la "morale réaliste" qui traverse la communication politique (voir 2002b), c'est-à-dire la justification d'actions non négociées par l'invocation de leur conformité à ce que les faits sont censés dicter – faits qui prennent alors le statut de données de nature, donc exclus du champ du politique.

Ce cadre ainsi décrit reflète par certains aspects l'épistémè médiévale, en en donnant une image inversée : rapport à la matière comparable au rapport médiéval au spirituel, transcendance évacuée du monde physique "naturel" mais réinvestie dans la machine l'ensemble des relations qu'on peut découvrir, pour une époque donnée, entre les sciences quand on les analyse au niveau des régularités discursives." (Foucault 1969:250)

⁴⁵ dans un détournement du concept darwinien ; voir par exemple Goldsmith, 1993.

"performante", dotée d' "intelligence" même, qui réalise ce que l'homme, limité, ne peut faire, et qui de plus est immortelle, (Cf. la "honte prométhéenne" de l'homme devant la machine, décrite par Anders 1956, ed. 2002:37sq.)⁴⁶, conception anhistorique du monde... car le rapport à la temporalité, tel qu'il se manifeste dans la lecture commune de l'évolutionnisme est ici en cause : si le monde médiéval est un monde clos (dans l'espace et le temps), fini, le monde présent est infini – y compris là où rationnellement il ne l'est pas. Ou bien peut-être est-il achevé ? en quoi la rupture épistémique d'avec la Modernité, dont l'historicité constituait le socle (Foucault 1966), serait consommée. Pour ce qui est du monde psychique, il est structuré par un essentialisme "pré-galiléen" (Beauvois 1976), qui caractérisait l'ordre physique médiéval. Quant à l'ordre social enfin, c'est dans le statut théologique des "lois sociales" que l'on peut craindre de reconnaître le dogmatisme médiéval.

Ce cadre de pensée très général qui détermine notre perception et notre explication du monde, constitue-t-il encore une idéologie ? Oui, en tant qu'outil d'ajustement entre structures cognitives et structures sociales. Mais alors il s'agit de la forme achevée de l'idéologie, celle d'une idéologie qui s'est fait reconnaître comme nécessité historique. Ainsi dans l'état actuel d'avancement des démocraties libérales, les normes et valeurs que promeuvent ces dernières apparaissent comme procédant de la nécessité, et les modèles normatifs, en se naturalisant, produisent effectivement, dans la réalité, de la nécessité. Et l'hégémonie idéologique interroge la possibilité même de la culture, car en l'absence d'altérité, la "culture" se prend inévitablement pour la "nature" (2003c:228).

Cette culture naturalisée peut être conçue en termes d'"épistémo-idéologie" (2000c, publié en 2003c). Car sa légitimité prend appui sur une certaine conception de ce qu'est un savoir valide – en l'occurrence "scientifique". La science en effet a "constitué pendant longtemps un élément de critique et de subversion face aux autorités traditionnelles", mais elle est devenue aujourd'hui "la principale source d'autorité et de légitimation" (Matalon 1996:10). Matalon souligne en même temps la "méconnaissance de la démarche scientifique", d'où certaines confusions et incohérences : coexistence de "confiance et méfiance à l'égard de la science", succès des ésotérismes divers... Mais peut-être cette autorité de la science doit-elle être relativisée – en premier lieu en fonction des domaines de connaissance. Par exemple :

"Les sciences sociales (...) ont un objet trop important et trop brûlant du point de vue de la vie sociale (...) pour que leur soit octroyé le même degré d'autonomie qu'aux autres sciences et que leur soit accordé le monopole de la production de la vérité. (...) Tout le monde se sent en droit (...) d'entrer dans

⁴⁶ D'ailleurs la publicité révèle, dans le rapport aux choses qu'elle met en scène, un fonctionnement de type analogique, en dotant la "nature" manufacturée de pouvoirs magiques (amour, jeunesse, bonheur, puissance... Cf. Brune, 1981 ed.1985)

la lutte à propos de la vision légitime du monde social, dans laquelle le sociologue intervient aussi, mais avec une ambition tout à fait spéciale, que l'on accorde sans problèmes à tous les autres savants, et qui, en son cas, tend à paraître monstrueuse : dire la vérité ou, pire, définir les conditions dans lesquelles on peut dire la vérité" (Bourdieu 2001:170).

Sans doute la science ne peut-elle être référence légitimante qu'à condition que son propos soit assimilable par l'idéologie (ce qui n'est pas le cas de la sociologie de Bourdieu), le label institutionnel n'étant pas déterminant. Mais il faudrait plus largement s'interroger sur les conditions dans lesquelles un savoir sera tenu pour "scientifique". L'étude de l'épistémologie du sens commun fournit à ce propos quelques éclairages intéressants. Par exemple, les théoriciens de l'élaboration du conflit (Pérez & Mugny 1993) montrent comment l'accès perceptif direct à l'objet fonctionne comme "préconstruit commun", ce dans des tâches dont la nature actualise directement la référence à la science. Le concept d'"épistémo-idéo-logie" a d'ailleurs été proposé par Doise (*op.cit.*) pour désigner cette conception commune de la science. La convergence des réponses des sujets dans l'expérience de Shérif de 1936 établissant le phénomène de normalisation⁴⁷ peut ainsi s'expliquer par le fait que les sujets, face à un "expérimentateur qui représente une institution scientifique", ont pour tâche de l'"aider à établir la vérité concernant un phénomène. Or la conception générale d'une vérité scientifique telle que l'institution scolaire la véhicule implique l'établissement d'un consensus" (Doise *op.cit.*:94).

Or l'épistémologie du sens commun émerge parfois dans les productions institutionnellement tenues pour scientifiques. L'histoire de la psychologie elle-même fournit un éclairage intéressant sur la question (voir [2004d](#)) ; car la psychologie, soucieuse d'établir sa scientificité depuis son apparition dans un contexte dominé par le positivisme, n'a pas véritablement pris ses distances d'avec une vision naturaliste de son objet⁴⁸. L'expérimentation reste à cet égard très investie. Par exemple il est usuel de considérer que c'est la création du premier laboratoire de psychologie par Wundt qui signe l'acte de naissance de la discipline. Cela dit si la référence à Bernard (1865, ed.1966 1^{ère} partie), lequel définit le "raisonnement expérimental", est encore tenue pour fondatrice en matière de méthodologie expérimentale, force est de constater que la psychologie aujourd'hui ne laisse au raisonnement, et *in fine* à la

⁴⁷ Dans cette expérience utilisant une illusion d'optique : l'effet autocinétique, les sujets ont à évaluer le déplacement (fictif) d'un point lumineux. Or, si les réponses données en situation individuelle sont variables d'un sujet à l'autre, en situation collective en revanche on observe une convergence des évaluations.

⁴⁸ On ne manquera pas de relever une certaine continuité entre le projet classique d'une science de l'entendement, et la naissance, au XIX^e siècle, de la psychologie expérimentale : la première s'est voulue empiriquement fondée, et rejetant hors de son champ toute préoccupation métaphysique (notamment chez Hume ; voir en particulier 1739, ed.1995:35sq.), voire tout positionnement non matérialiste (plus particulièrement en France) ; et la seconde aura su finalement, en adoptant le modèle des sciences naturelles, surmonter l'anathème comtien.

conceptualisation, qu'une place très limitée⁴⁹. Ainsi l'a-théorisme dominant par lequel la production de faits suffit à qualifier une recherche d'"expérimentale", dans l'actuel contexte de rupture consommée d'avec la philosophie et de cloisonnement des savoirs, reflète l'épistémologie du sens commun⁵⁰, pour laquelle l'information scientifique n'est pas "un pur produit de la connaissance du monde, mais un produit du monde lui-même" (Moscovici & Hewstone 1984:562sq.). En d'autres termes, une preuve ne peut être qu'empirique et le fait peut avoir par lui-même valeur de preuve. Le principe même de neutralité axiologique, issu de l'impossibilité de fonder scientifiquement quelque valeur que ce soit (cf. Weber 1919, ed.1959), est devenu dogme dans l'institution scientifique, et a trouvé en même temps sa version épistémo-idéologique (bien évidemment incompatible avec la conception weberienne des rapports entre science et politique⁵¹) : dans la pensée commune, la validité scientifique a en effet valeur de caution morale. Plus largement, l'exigence de "rationalité" comme détermination première des actions finit par conférer une légitimité morale à ce qui avait au mieux une légitimité de fait - ce qui à terme amène inévitablement une substitution du nécessaire au conjoncturel. C'est pourquoi l'objectivisme qui caractérise la conception commune de la science peut être considéré comme le socle légitimant de l'épistémo-idéologie ; car par-delà l'omission du caractère construit de la connaissance, l'objectivisme transforme les objets scientifiques en données de nature, qui existeraient indépendamment de l'activité humaine – ou plutôt : que l'action humaine n'est pas en mesure de modifier⁵² ; et, de manière générale, c'est une action sur les conséquences des phénomènes (perçus comme) naturels qui semble attendue d'une science se faisant alors technique, et non pas sur leurs déterminations.

La naturalisation du social existant, qui résulte de cet objectivisme, n'est-elle pas pour partie relayée par une psychologie sociale expérimentale qui, attachée à rendre compte de processus "fondamentaux", en oublie l'historicité de ses objets ? C'est la question que je propose d'examiner à présent.

⁴⁹ En témoigne par exemple le peu de cas que la plupart des manuels de méthodologie de la discipline font de l'opérationnalisation.

⁵⁰ en dépit de la discontinuité affirmée, chez la plupart des expérimentalistes, entre connaissance scientifique et connaissance commune.

⁵¹ Par exemple : "(...) d'une part l'établissement des faits, la détermination des réalités mathématiques et logiques ou la constatation des structures intrinsèques des valeurs culturelles, et d'autre part la réponse aux questions concernant la *valeur* de la culture et de ses contenus particuliers ou encore celles concernant la manière dont il faudrait agir dans la cité et au sein des groupements politiques, constituent deux sortes de problèmes totalement *hétérogènes*" (Weber *op.cit.*81).

⁵² l'activité humaine étant quant à elle traitée comme phénomène naturel, comme souligné *supra* (objectivisme social).

III.2. Une lecture socio-historique de la reproduction.

III.2.1. L'homme des démocraties libérales : reflet de la "nature humaine", ou forme anthropologique inédite ?

Il semble aujourd'hui acquis, et ce relativement consensuellement au sein des sciences humaines et sociales, que nos disciplines ne sauraient se fonder que quelque postulat que ce soit relatif à une prétendue "nature humaine". Ce rejet est d'ailleurs tant motivé sur le plan épistémologique que sur le plan éthique. Je ne reprendrai donc pas ici les termes d'un débat devenu trivial, du moins lorsqu'il se cantonne à l'argumentation de quelques principes généraux. Je choisirai plutôt de mettre en cause le caractère supposé fondamental de quelques processus dont il a été question ici.

Par exemple le modèle de la communication présenté *supra* (chap.II) ne peut être admis comme normatif que dans la mesure où l'on est en droit d'exclure son éventuel ancrage dans quelque "nécessité naturelle", l'une des caractéristiques fondamentales de la norme sociale étant précisément que l'attribution de valeur qui la fonde est "indépendante de tout critère de vérité" (Dubois 1994:29). Et l'on pourrait objecter que ce modèle, issu de l'usage récurrent des techniques de marketing, est en adéquation avec les caractéristiques fondamentales de la cognition humaine. La littérature sur la communication persuasive fait ainsi régulièrement référence au principe suivant lequel l'être humain, "avare cognitif" (Fiske & Taylor 1991), serait naturellement rétif à l'usage de ses ressources cognitives au-delà du minimum qu'il estime nécessaire pour l'atteinte de ses objectifs. Ce principe est en partie l'héritier du libéralisme des origines, du moins dans sa version utilitariste pour laquelle la recherche d'un maximum de profit pour un moindre coût a statut de loi de la nature. Serait-ce à dire que l'idéologie dite libérale est conforme à la nature humaine ?

Il convient plutôt de rappeler que la cognition humaine ne se forme pas indépendamment des contraintes propres à l'environnement. Et l'environnement de l'homme d'aujourd'hui se caractérise notamment par la densité informationnelle (voir à ce propos [2003c](#)). Ainsi le recours privilégié aux heuristiques, aux scripts, schémas, etc... bref : à des processus automatiques pour traiter l'information, dans un environnement informationnel dense, relève de l'adaptation. Et si le concept commun d'adaptation, idéologiquement lourd, est chargé d'une valeur positive, le lexique scientifique en revanche ne saurait s'entendre comme connoté. D'ailleurs le corrélat socio-clinique du mode adaptatif qui vient d'être évoqué pourrait bien être le développement de personnalités apathiques qu'évoquent Enriquez et

Haroche (2002:73sq.), développement que nos sociétés encourageraient⁵³. Et l'identification du récepteur des messages médiatiques à la cible de masse construite par le modèle médiatique de la communication, cible idéologiquement flottante et électoralement déterminée par des indices périphériques (cf. *supra*), suppose effectivement l'apathie politique. Or l'on conviendra que cette dernière, sur laquelle nombre d'auteurs s'accorde⁵⁴, est conjoncturelle. Il est vrai que la nature de ce conjoncturel ne fait pas l'unanimité parmi les politologues. Tout dépend du point de vue que l'on porte sur les dites démocraties libérales : état d'accomplissement vers lequel se dirige l'humanité, accomplissement signant la fin des "idéologies" et autres obscurantismes qui en constituent les derniers obstacles ; ou bien produit d'une idéologie hégémonique, pour ne pas dire totalitaire, qui remet en cause la possibilité même de l'histoire, donc de la culture (voir à ce propos 2002b). L'ensemble de mes précédents propos argumente sans équivoque en faveur de ce deuxième point de vue. Le premier est en tout cas *a priori* inconciliable avec une lecture socio-historique de l'idéologie et de la reproduction.

L'analyse psycho-sociale de l'idéologie libérale est elle-même incompatible avec ce premier point de vue. Exclut-elle pour autant tout *a priori* naturaliste ? Car en fin de compte, la réalité sociale y apparaît comme ensemble de contraintes objectives qui déterminent, dans une relation unilatérale, les conduites et les cognitions. Disons-le clairement : du point de vue de cette psychologie sociale, percevoir les acteurs sociaux comme sujets construisant la réalité procède de l'illusion, et qui plus est illusion ancrée dans l'idéologie dominante⁵⁵. Il est vrai que j'ai moi-même jusqu'à présent mis l'accent, dans l'exposé de mes travaux, sur les processus par lesquels les acteurs sociaux se font les vecteurs passifs de la reproduction : significations langagières qui, chargées des évidences implicites par lesquelles s'impose comme naturelle et nécessaire une vision du monde ne se donnant pas à négocier, communication qui, visant le faire valoir, ne servirait pas l'élaboration collective de représentations, de la société notamment... Il n'en reste pas moins que la pragmatique psycho-sociale, de par ses fondements même, ne peut s'inscrire dans un cadre déterministe, comme nous le verrons plus précisément ci-après. Tandis que la psychologie sociale de la reproduction, héritière en somme du béhaviorisme, ne considère, dans l'ordre des déterminants possibles, que le social existant – tout en montrant certes comment l'ordre social se construit dans la tête des gens en

⁵³ L'apathie est définie par les auteurs comme "impossibilité d'être troublé", sur le double plan affectif et cognitif. Ces personnalités ne supporteraient plus "le trouble de la pensée".

⁵⁴ On trouvera à ce propos quelques références en 2004f.

⁵⁵ Ceci est d'ailleurs une caractéristique que partagent de nombreuses thèses qui, en sciences humaines et sociales, prennent appui sur une vision marxiste de l'histoire.

tant que nécessité naturelle. Mais n'invite-t-elle pas à lire les mécanismes qu'elle décrit comme procédant de la nécessité, contribuant ce faisant à construire elle-même l'ordre social comme naturel ? Rien ne permet en tout cas, dans ce cadre, de saisir la genèse de l'ordre social, bref : l'histoire. Car l'action humaine, pour ne rien dire d'un hypothétique sujet de l'histoire, n'intervient pas ici (voir [2004g](#)). Or, comme le rappelle Amerio :

"Si l'analyse (des conduites sociales) veut s'adresser aux composantes idéologiques, elle doit s'orienter non seulement vers les modes d'immobilisation des significations qui contribuent à conserver les relations de domination, mais également vers les moyens par lesquels des agents sociaux peuvent agir sur les significations pour les "mobiliser", afin de parvenir à une compréhension de ces relations et, éventuellement, en provoquer une rupture" (1992:111).

Mais force est de constater que ces deux orientations sont généralement disjointes, voire considérées comme relevant d'options théoriques, ou même épistémologiques, incompatibles. Car on retrouve en somme ici les "divergences de conceptions très fondamentales sur ce qu'est un être humain et ce qu'est la connaissance" décrites par Matalon à propos des sciences de l'homme (1996:207). Et si le modèle des sciences de la nature semble *a priori* adapté pour rendre compte de la reproduction, lorsque l'on veut en revanche avoir de celle-ci une lecture socio-historique, on considèrera probablement que le "mode de pensée causal (...) ne peut rendre compte que de ce qu(e l'homme) a de moins spécifiquement humain" (*ibid.*) Cela dit il ne s'agit pas ici de défendre, au nom de principes généraux, une option plutôt qu'une autre – d'autant que la complémentarité de ces orientations est centrale pour une pragmatique psycho-sociale de l'idéologie ; mais de tirer les conclusions qu'imposerait une éventuelle lecture naturaliste de la reproduction. Pour l'essentiel : une telle lecture serait elle-même inévitablement inscrite dans l'idéologie qu'elle prend pour objet (voir [2002a](#)). D'où la nécessité de la distance épistémologique, tout particulièrement lorsque l'on a recours à l'expérimentation, dont on a évoqué *supra* les points d'articulation avec l'épistémologie du sens commun ([2004d](#)). Une lecture socio-historique de ces connaissances ([2007c](#)), quant à elle, met en premier lieu en cause, par-delà les contenus idéologiques particuliers du libéralisme (dont la détermination est plutôt traitée dans le champ de l'histoire), le mode de détermination du comportement définissant l'approche béhavioriste. Car, comme on l'a vu *supra*, la psychologie sociale de la reproduction montre que les gens ont une forte propension à faire ce qu'on leur demande quelles que soient leurs dispositions internes – bref, sans consulter ce que je me risquerai à appeler leur "conscience", cet épiphénomène qui ne saurait déterminer quoi que ce soit (Cf. Piéron 1908, ed.1958)⁵⁶. Or rien ne permet d'exclure que ce mode de détermination soit lui-même le produit de certaines conditions socio-

⁵⁶ "Il n'y a pas une causalité propre à l'aspect conscient. La conscience n'a pas d'efficacité" (Piéron *op.cit.*)

historiques. L'uniformité de l'homme des masses dans les démocraties libérales est telle qu'on pourrait être tenté d'oublier qu'elle est le produit d'une culture naturalisée. C'est pourtant bien de l'homme d'aujourd'hui dont parle la psychologie sociale – y compris lorsqu'elle met en évidence, par l'expérimentation, des mécanismes plus ou moins considérés comme "fondamentaux", ce en dépit des réserves de principe que la nature de son objet l'incite parfois à expliciter. Ainsi, les processus mêmes dont il a été rendu compte ici peuvent se lire, non pas tant comme produit d'une hétéronomie conçue comme principe fondamental de la détermination humaine, que comme manifestation d'un déplacement anthropologique profond⁵⁷. Cette deuxième lecture ne saurait cependant se contenir à l'intérieur de la seule psychologie sociale ; elle suppose bien évidemment l'articulation entre différents champs des sciences humaines et sociales, et en cela elle s'inscrit plutôt dans le projet d'une psychologie politique tel celui défini par Dorna (voir par exemple 1998).

Rappelons que ce qui caractérise le pouvoir libéral, et que montre précisément la psychologie sociale de la reproduction, c'est que la coercition n'est plus ni légitime ni nécessaire ; car les rapports de domination, n'étant plus représentés comme tels, ne sont plus vécus dans la conflictualité. Or, si l'on quitte cette perspective fonctionnaliste au profit d'une lecture anthropologique, on constatera, à l'instar de Gauchet, que c'est la conflictualité sous tous ses aspects qui a reculé ; et ce recul, "- qui fait que le névrosé classique ou la lutte des classes organisée disparaissent de concert -, ce recul, donc, peut être compris comme participant de la mise en place d'un nouveau régime du rapport à soi et du rapport social, de l'identité personnelle et de l'identité collective" (2000:233). Rapport à soi, rapport à l'autre, rapport au monde : l'étude de la communication, laquelle se définit à l'articulation de l'Ego, de l'Alter et de l'objet (cf. 1999b)⁵⁸, est concernée au premier chef par cet objet anthropologique inédit : l'homme des démocraties libérales. A commencer par le constat de Sfez : "On ne parle jamais autant de communication que dans une société qui ne sait plus communiquer avec elle-même, dont la cohésion est contestée, dont les valeurs se délittent, que des symboles trop usés ne parviennent plus à unifier. (...) On ne parlait pas de communication dans l'Athènes démocratique, car la communication était au principe même de la société" (*op.cit.*:28). Le concept sociologique d'anomie a ici toute sa pertinence, et c'est en s'y appuyant qu'Enriquez & Haroche (*op.cit.*) analysent "la face obscure des démocraties modernes". Ils y réfèrent l'anomie à l'absence de conscience collective, et leur diagnostic est explicite : les sociétés occidentales modernes sont dans un processus pathologique. Fin d'une civilisation, tournant

⁵⁷ sans pour autant préjuger de l'apparente antinomie entre ces deux lectures.

⁵⁸ Voir aussi la définition que propose Moscovici (1984) de la psychologie sociale, comme lecture ternaire.

de l'histoire ? Reproduction que rien n'enraye, signe de la "fin des idéologies" que quelques thuriféraires du libéralisme annoncent comme la bonne nouvelle ? Car du point de vue socio-cognitif, l'idéologie dominante, loin de fonder une improbable conscience historique, inhibe, on l'a vu, tout questionnement de l'arbitraire social *via* la transformation de celui-ci en nécessité naturelle.

III.2.2. La représentation de l'"autodétermination" dans l'individualisme libéral : un objet qui reste à problématiser

Afin d'analyser en quoi cet "objectivisme social" (cf. *supra* III.1.3), conjugué au modèle humain personnaliste, remet en cause les possibilités même de représentation et de l'histoire, et du social en tant que tel, il convient de revenir sur le modèle normatif de l'individualisme libéral tel qu'en rend compte la psychologie sociale de la reproduction. Le statut qui y est attribué à l'autodétermination est en particulier problématique.

Comme proposé *supra*, l'épistémo-idéologie libérale peut être caractérisée par la dichotomie entre conception du monde psychique et conception du monde social (2004c). Aussi le modèle de l'individu libre, autodéterminé, avec sa personnalité propre, n'entretient-il dans la pensée commune aucun rapport avec l'agent social inséré dans des structures hiérarchiques, comme Beauvois lui-même le relève – quoi qu'en d'autres termes (par exemple 2005:67sq.) Faut-il pour autant conclure que l'idée même d'un agent social "autodéterminé", ou disons plutôt : autonome, ne peut procéder que de l'illusion ? Pareille conclusion présupposerait une conception restrictive de l'autonomie, en l'occurrence exclusivement référée au "fantasme" de l'individu sur lequel s'appuie l'exercice du pouvoir social (Beauvois 2004:78).

Cette restriction implicite apparaît notamment lorsque l'on examine les déclinaisons de l'internalité telles qu'elles apparaissent dans l'abondante littérature sur les normes d'explication : l'internalité personnaliste y occupe une place privilégiée et, de manière générale, les "dispositions internes" dont la valeur normative a été largement mise en évidence relèvent toutes d'un registre compatible avec le modèle normatif de l'individualisme libéral, comme si celui-ci incluait toutes les formes possibles de détermination "interne". En cela la psychologie sociale de l'internalité repose sur les mêmes présupposés que l'individualisme libéral (2002a). Cette conception restrictive de l'internalité a déjà été en partie relevée par Gangloff, qui souligne l'absence de mise en scène dans ces travaux d'une internalité "non allégeante". Cela

dit l'"interne rebelle" ou l'externe "potentiellement rebelle" que mettent en scène les expérimentations sur la norme d'allégeance (Gangloff 1995a, 1995b, 1997a, 1997b, 2002 ; Dagot 2002 ; Dagot et Castra 2002) constituent eux-mêmes des figures très homogènes – comme si la remise en cause, fût-elle simplement potentielle, de l'ordre social, appelait intrinsèquement des explications "de mauvais aloi"⁵⁹. Mais la figure de l'interne non allégeant n'y est pas moins une figure de l'individualisme libéral que celle de l'interne allégeant. Simplement, à la différence de la version personnalologique de l'internalité, c'est l'utilitarisme que, dans une certaine mesure, les mises en scène qui ont été opérées de la non allégeance fait apparaître : l'ordre social n'y est remis en cause que dans la mesure où il dessert les intérêts propres de la cible mise en scène.

Cette référence à l'utilitarisme doit cependant être nuancée. Car du point de vue épistémologique, le modèle normatif de l'individualisme libéral est antithétique du modèle humain des Lumières (voir 2006a). Le libéralisme des Lumières en effet est ancré sur un modèle de la détermination humaine articulant fondamentalement liberté individuelle et organisation collective. Le citoyen éclairé par les Lumières de la Raison, ou bien guidé par un "sens moral" (voir Jaffro & Al. 2000) dont les fondements, bien qu'affectifs, n'en supposent pas moins l'exercice du jugement, ou même encore motivé par la recherche du profit individuel, ce citoyen ne saurait se confondre avec l'individu de nos sociétés contemporaines. Car les actions individuelles de l'homme du XVIII^e siècle s'inscrivent, fût-ce mécaniquement, dans une logique collective – dans l'épistémè Classique, l'harmonie est une donnée de nature. Et de manière générale, la détermination y est interrogée sur le registre moral. Dans ce modèle humain des Lumières, on rencontre toujours au fondement de la morale une disposition à l'égard d'autrui : "bonne volonté", "bienveillance", ou "sympathie", disposition rapportée à la nature humaine. Le cœur de la philosophie morale des Lumières, c'est une forme de détermination qui ne peut être définie à l'intérieur de la dichotomie "interne/externe" ; principe régulateur de soi ou conscience constitutive de la personne morale, c'est elle qui fonde le sujet citoyen.

Or la personne morale n'a pas survécu à la rupture épistémologique de la Modernité⁶⁰, et elle a été reléguée par la psychologie au rang des chimères métaphysiques. Et le modèle normatif de l'individualisme libéral exclut tout autant la détermination morale que la psychologie sociale qui la prend pour objet. En tout cas l'affirmation identitaire, individualiste, que la notion de personnalité cristallise, est peu compatible avec les valeurs qui

⁵⁹ pour reprendre les termes de Gangloff, termes dont le rapport à la normativité reste à préciser.

⁶⁰ au sens foucauldien.

déterminent le citoyen, lesquelles ne sont pas *a priori* au service de l'expression d'une individualité propre ; elles supposent un investissement de l'espace public au service d'objectifs collectifs. C'est aussi le statut de la raison qui est ici concernée : dans l'épistémologie libérale, la raison, loin de référer à quelque disposition universelle permettant par exemple le débat argumenté, est ancrée dans la "subjectivité", entendue comme fondement de l'unicité de chacun. D'où par exemple le "relativisme d'indifférence" que décrit Matalon pour rendre compte de réitérations d'expérimentations montrant "qu'on est moins influençable qu'avant, et en même temps qu'on cherche moins à influencer les autres" ; car semble-t-il, "on estime sans intérêt d'en discuter (des opinions) : à quoi bon, puisqu'on n'a pas de critère solide pour trancher ?" (2006:45sq.) En somme la raison n'est pas perçue comme outil de connaissance possible (cf. *supra*, l'athéorisme caractérisant l'épistémologie du sens commun). Plus largement la pensée, voire l'intériorité dans son ensemble, serait affaire d'une "personnalité" propre à chacun. Quant à la sociabilité naturelle, partagée par tous les hommes et qui générerait les "sentiments moraux" au XVIII^e siècle, on ne saurait en trouver trace dans les affects qui entachent nécessairement l'esprit humain et qui achèvent de discréditer la raison – affects qui n'entretiennent pas davantage de rapport avec les passions classiques, ancrées dans le corps donc "humaines", puisqu'ils sont devenus au contraire l'expression par excellence de l'individualité. Là encore, l'affirmation de l'unicité de chacun exclut la détermination morale, laquelle s'appuyait constitutivement sur la référence à l'alter ego⁶¹. Enfin, l'"autodétermination" de l'individualisme libéral n'est pas à entendre comme principe d'action : c'est l'identité, assimilée à la personnalité, qui définit l'individu, et non ses actes, lesquels en revanche fondaient la personne morale des Lumières. Faut-il alors conclure que l'idée d'une détermination morale des jugements et des conduites est impensable tant dans la psychologie libérale que dans la psychologie sociale ?

Car dans les travaux relatifs à la norme d'internalité tout comme dans ceux relatifs à la norme d'allégeance, l'idée même qu'une conduite puisse être expliquée par les convictions, les valeurs, ou les principes éthiques, de l'acteur, ne se rencontre guère. Dans une recherche exploratoire (2006, avec Lucchet), nous avons mis à l'épreuve la normativité de ce registre explicatif inédit, en partant de l'hypothèse que cette "internalité morale", forme imprévue de la détermination, ne faisait pas l'objet d'une régulation normative. Nous avons ainsi confronté

⁶¹ "Dans le sens moral, je me règle sur ce qui permet à tout autre de juger comme je le ferais, la communauté est présupposée par l'exercice de mon propre jugement" (Petit, 2000:57). Ou encore, dans la version achevée de la morale qu'élaborera Kant : la "beauté morale" est ce par quoi "le Soi individuel s'ouvre à autrui en s'absorbant dans l'universel et *en faisant de l'humanité en lui le seul critère de jugement*" (Cohen-Halimi, 2000:135) (c'est moi qui souligne).

l'évaluation de trois cibles internes : un interne "idéologue" (I), un interne "personnologique"(P), et un interne "utilitariste" (U), cibles présentées comme "étudiants" et soumises à l'évaluation de leurs pairs à partir de leurs soi-disant réponses à un questionnaire.

Par exemple : "Posez-vous des questions en cours ?"

Cible I : Oui, parce que c'est important pour moi de s'assurer qu'on a bien compris.

Cible P : Oui, parce que je suis quelqu'un de curieux.

Cible U : Oui, parce que c'est un bon moyen pour se faire connaître des professeurs.

Ou encore : "Travaillez-vous souvent en groupe ?"

Cible I : Oui, parce que je pense que le travail de groupe est une bonne chose pour tous.

Cible P : Oui, parce que je suis quelqu'un de sociable.

Cible U : Oui, parce que les autres étudiants peuvent m'apporter beaucoup.

Les résultats montrent qu'en dépit d'une attribution de valeur positive à la cible "idéologue", son portrait, et lui seul, est chargé en traits pathologiques ("obsessionnel", "anxieux", "antisocial", "anticonformiste"...). La pathologisation est un procédé classique d'immunisation contre la déviance, mais il paraît difficile de conclure que le mode explicatif de l'idéologue relève de la déviance dans la mesure où comme on l'a vu, il est par ailleurs évalué positivement. En somme, cette cible apparaît comme "quelqu'un de bien" mais socialement inadapté – sans qu'il soit possible de déterminer si c'est le mode de détermination de sa conduite, ou bien l'énonciation de pareilles motivations, qui est perçu comme trahissant une inadaptation pathologique. La "plausibilité" de ce registre explicatif est peut-être à mettre en cause, si on le considère sous l'angle des comportements de communication qui l'actualisent. La plausibilité d'une phrase, définie par Beauvois et Ghiglione, "renvoie à son adéquation virtuelle à une situation évocable par des sujets pratiquant la langue, donc à sa "proférabilité" dans l'usage normé de la langue" (1981:157sq.), et elle relève de la "compétence communicative". Et, comme le soulignent Le Floch et Al., l'énoncé explicatif est "domaine de prédilection pour l'étude du critère de plausibilité" (2004:280). Il semblerait que plausibilité et normativité soient indépendantes (*ibid.*:281sq.) – même si, en fin de compte, la plausibilité relève d'une conformité contractuelle virtuelle. Car il se pourrait bien que la mise en avant d'une détermination d'ordre éthique pour rendre compte de ses conduites soit effectivement associée à une relative indépendance à l'égard des contraintes contractuelles, laquelle sera comprise comme traduisant une faible compétence communicative. Mais cette hypothèse serait à mettre à l'épreuve en tant que telle. Quoi qu'il en soit, l'inconsistance évaluative dans le portrait de l'idéologue rend compte de la distance de ce mode explicatif d'avec tout stéréotype, et plus largement d'avec tout *a priori* conceptuel sur la "nature psychologique". Nous sommes à tout le moins en droit de conclure que le modèle normatif de l'individualisme libéral n'intègre que quelques formes bien particulières de détermination "interne", les autres

formes possibles étant de l'ordre de l'impensable. Par conséquent, considérer *a priori* que toute référence à l'autonomie relève du fantasme individualiste et sert la reproduction, relèverait de l'erreur.

Or une certaine lecture de la psychologie sociale de la reproduction pourrait laisser entendre que l'antinomie entre détermination sociale et autonomie, antinomie caractéristique de l'individualisme libéral, repose sur quelque fondement "objectif" – je veux dire : autre qu'idéologique. Par exemple, on a parfois l'impression que la dichotomie de la variable "interne/externe", telle qu'elle est traitée dans la littérature sur les normes d'explication elle-même, reflèterait quelque catégorisation "naturelle" qui s'ancrerait ailleurs que dans l'épistémo-idéologie. Et l'opposition entre détermination sociale, comprise comme "externe", et détermination "interne", n'est pas sans rapport avec la dichotomie entre conception du monde social et conception du monde psychique relevée *supra*. Rappelons à ce propos que les valeurs individualistes (voir par ex. Dubois 2004) ne se définissent pas seulement par l'internalité, mais aussi, entre autres, par l'autonomie comprise comme autosuffisance, ou encore par l'ancrage individuel, c'est-à-dire la tendance à se définir indépendamment de toute appartenance groupale ou catégorielle.

Que l'indépendance à l'égard du social soit pur fantasme, cela semble incontestable – à moins de remettre en cause la définition même de l'objet de la psychologie sociale. Mais cela n'autorise en rien de conclure à l'irréductible hétéronomie de l'être humain – à moins de considérer que la détermination sociale⁶² est d'ordre "externe". Bref : ne concevoir l'autonomie que dans la dissociation entre ce qui serait "psychologique" et ce qui serait "social" relève du présupposé épistémo-idéologique.

III.2.3. Quelques raisons de s'inquiéter

Ce que met fondamentalement en cause cette dissociation, c'est la possibilité même d'auto-représentation de la société, dont Castoriadis par exemple décrit l'effondrement (1996:20sq.) Cet aspect de la question a d'ailleurs déjà été effleuré, à propos de la privatisation des valeurs collectives. Or, représentation de la société et construction psychique sont indissociables :

"Il ne peut pas y avoir de société qui ne *soit* pas quelque chose pour elle-même ; qui ne se *représente* pas *comme* étant quelque chose (...) Tout individu doit être porteur (...) de cette *représentation de soi* de la société. C'est là une condition vitale de l'existence *psychique* de l'individu singulier. Mais (...) il s'agit aussi d'une condition vitale de l'existence de la société elle-même" (*Ibid.*)

⁶² J'entends "détermination sociale" au sens le plus large, comme détermination par une figure d'altérité – que tout psychologue s'accordera à reconnaître comme condition de la structuration psychique.

La vacuité de l'autoreprésentation de la société est également analysée par Sfez comme composante du "tautisme", forme contractée de "tautologie" et "autisme" : en se désignant comme "société de communication", "la société ne dit rien de plus que : "Je suis société" (1988:101). Cette tautologie est relayée par le "Je répète donc je prouve", "prégnant dans les médias" (*ibid.*:17). Le tautisme rend également compte de la confusion des registres de la communication évoqué *supra*, ainsi que de l'isolement quasi autistique que produit le système de communication. Tautisme indique encore une "visée totalisante, voire totalitaire", que Sfez évoque ainsi : "la glu qui me colle à l'écran, la réalité de la culture écranique, réalité toujours médiée alors qu'elle s'exhibe comme réalité première" (*ibid.*) Arendt soulignait déjà que "l'isolement" des hommes les uns des autres génère "la perte du sens de la réalité" – en même temps que l'incapacité à se construire en tant qu'acteur politique (1951:203sq.) ; car "c'est seulement parce que nous possédons un sens commun, parce que ce n'est pas un, mais plusieurs hommes qui habitent la terre, que nous pouvons nous fier à l'immédiateté de notre expérience sensible" (*ibid.*:227). C'est ainsi que le tautisme réalise les conditions préparatoires au totalitarisme qu'a décrites Arendt :

"La préparation est couronnée de succès lorsque les gens ont perdu tout contact avec leurs semblables aussi bien qu'avec la réalité qui est entourée ; car en même temps que ces contacts les hommes perdent à la fois la faculté d'expérimenter et celle de penser. Le sujet idéal du règne totalitaire n'est ni le nazi convaincu, ni le communiste convaincu, mais l'homme pour qui la distinction entre fait et fiction (i.e. la réalité de l'expérience) et la distinction entre vrai et faux (i.e. les normes de la pensée) n'existent plus" ; dans de telles conditions, "le rapport au monde comme création humaine est brisé" (*ibid.*:224sq.)

III.3. Le sujet du langage.

III.3.1. "Signifier quelque chose à quelqu'un"

Le rapport au monde comme création humaine. La condition première de ce rapport est l'instauration d'un sujet – sujet en tant que forme qui structure l'expérience, *via* la construction du sens qui rend possible la mise en œuvre d'actions intentionnelles. Et l'on sait bien que la psychologie behavioriste est une psychologie sans sujet. La psychologie sociale de la reproduction intègre certes cette activité de construction du sens, mais celle-ci s'y révèle automatiquement déterminée et sa matière est le produit direct de l'idéologie dominante. Nul besoin alors de l'intersubjectivité, nul besoin de communiquer pour co-construire une réalité qui se donne comme signifiant par elle-même. Et c'est précisément à cette fonction primordiale de la communication : convaincre l'autre pour co-construire du sens, c'est à "l'interprétation" sans laquelle "il ne saurait être de parole échangée", que la confusion tautistique porte atteinte (Sfez, *op.cit.*:470). Pour le dire autrement, ce qui caractériserait le "néo-libéralisme", c'est la "désymbolisation", "forme inédite de domination" (Dufour 2003, en particulier 225sq.) Or, parce que la fonction symbolique est ce par quoi le sujet peut se construire en tant que sujet⁶³, la désymbolisation signe l'avènement du "sujet post-moderne" : "précaire, a-critique et psychotisant", ce dernier est "ouvert à toutes les fluctuations identitaires et, par voie de conséquence, prêt à tous les branchements marchands" (p.24sq.)

En somme, le "sujet" post-moderne que révèle l'analyse philosophique de Dufour et le "sujet" de l'expérimentation psycho-sociale ne font qu'un : c'est l'illusion de leur individualité qui leur tient lieu de subjectivité (voir 2004g). Mais sous la plume du philosophe, la "servitude libérale" apparaît sous un jour plus préoccupant que sous la plume de Beauvois. Pour reprendre mes propres termes (2005d), il n'est pas aisé ici de se cantonner à un humanisme originel acceptant l'irrationalité de l'homme au fondement de sa nature⁶⁴. Le point de rupture entre lecture socio-historique de la reproduction, dans laquelle s'enracine la notion de post-modernité et l'idée concomitante d'une transformation de la condition subjective, et lecture objectiviste, apparaît lorsque l'on s'interroge sur la nature même du langage et de la communication. Ainsi le postulat d'une co-construction de la réalité sociale ne saurait être, du

⁶³ La fonction symbolique, ce par quoi s'institue le sujet parlant, se met en place par "la plus vieille activité de l'homme, le discours oral de face à face" (Dufour, *op.cit.*:153sq.) L'auteur souligne à ce propos l'importance fondatrice de ces marqueurs premiers de l'énonciation que sont les déictiques. L'accès à la fonction symbolique suppose simplement "d'intégrer un système où "je" (présent) parle à "tu" (coprésent) à propos de "il" (l'absent, c'est-à-dire ce qui est à re-présenter)" (p.154sq.) Ce pourquoi le triangle "je, tu et il" peut être considéré comme "la configuration de base de la symbolisation" (*ibid.*)

⁶⁴ Voir les textes en exergue de Beauvois 1994 et Beauvois 2005.

point de vue de la psychologie sociale de la reproduction, qu'une proposition idéologique – *a fortiori* lorsque l'on considère les rapports sociaux et tout particulièrement les rapports de domination, ces rapports "que quelques auteurs, probablement à l'aise dans ceux qu'ils vivent, fantasment comme étant construits (ou co-construits) par les gens, notamment lorsqu'ils causent" (Beauvois 2005:331). Et l'auteur de préciser en note : "Il serait plus exact de dire qu'ils sont "subjectivement reconstruits", ce qui ne mange pas énormément de pain". Tandis que du point de vue argumenté ici, et notamment exposé dans 2004g et 2007d, le postulat d'une co-construction du sens et, corrélativement, de la réalité sociale, réfère aux propriétés fondamentales du langage et de la communication. Il peut certes passer pour pure abstraction théorique dès lors que les échanges quotidiens ne sont plus que le reflet stéréotypé de la communication médiatique ; car alors, la construction du sens est réduite à l'application automatique d'heuristiques ancrées dans des modèles normatifs largement partagés.

Mais c'est précisément ici que se dégage la spécificité d'une analyse pragmatique des processus idéologiques. Le modèle du contrat de communication qui est au cœur de cette analyse permet en effet l'articulation entre déterminismes psycho-sociaux (pré-structuration socio-cognitive des interactions langagières), et construction de la réalité sociale par les partenaires de l'échange, laquelle construction repose sur la négociation de la signification. Négocier la signification, c'est en premier lieu négocier le contrat lui-même, c'est-à-dire s'accorder sur une définition de la situation. Il y a négociation parce que cet accord n'est pas donné *a priori*, ni définitivement acquis ; parce que la compréhension mutuelle doit être constamment manifestée, et que les partenaires la construisent en l'exprimant. Bref, l'interaction elle-même construit, au fur et à mesure de son déroulement, son propre contexte interprétatif, même si celui-ci s'ancre à l'origine dans un cadre préalable (voir Bromberg, 2004). Car le concept de contrat "a la propriété d'être réflexif" ; plus précisément, le contrat "est déterminé par le contexte social dont il fournit une interprétation, et cette interprétation institue le contexte social en cadre d'interprétation pour les actes communicatifs" (Bromberg 1981:37). C'est pourquoi la pragmatique psycho-sociale invite à une relecture de la nature des déterminismes psycho-sociaux, et ce faisant opère une véritable rupture d'avec l'héritage behavioriste. D'ailleurs les actes communicatifs relèvent de l'action, et non du comportement tel que défini en tant qu'objet de la psychologie behavioriste. L'action présuppose un agent, soit un sujet doté d'une intentionnalité. A la différence du comportement, elle est intrinsèquement finalisée, ce qui exclut qu'elle soit totalement déterminée "de l'extérieur" (voir par exemple Amerio 1998). Et dans le cas de l'acte communicatif, cette intentionnalité

est dirigée vers un autrui. Il s'agit d'une propriété fondamentale du langage, que résume le verbe "signifier" (cf. [1999b](#)) : parler c'est nécessairement, ontologiquement, signifier, ce qui est communément désigné par l'expression "vouloir dire" (cf. l'intention du locuteur). Il n'est pas possible de parler sans signifier quelque chose à quelqu'un. Alors la conversation, lieu d'émergence du "sens commun", pourrait bien être un remède au tautisme (voir Sfez, *op.cit.*: 439sq.)

III.3.2. La co-construction : illustrations empiriques

L'analyse des conversations est d'ailleurs un support méthodologique pertinent pour l'étude empirique de la co-construction. Nous avons par exemple élaboré, à partir des principes de l'analyse des conversations, des indicateurs quantitatifs de la négociation des positions des partenaires de l'échange au cours d'une tâche coopérative de créativité langagière, positions *a priori* pré-déterminées par la dissymétrie statutaire ([1987](#), et [1989](#) avec Chabrol)⁶⁵. En même temps nous avons expérimentalement mis en évidence l'impact de la signification de la situation, manipulée *via* l'inscription contractuelle implicite de la tâche (tâche précédée *versus* non précédée d'une séquence de présentation mutuelle des partenaires de l'échange), sur la nature de la coopération. Les résultats montrent que, dans le cas d'une présentation préalable, se met en place une coopération complémentarisante, où la différence des statuts est exploitée de telle sorte qu'elle instaure des prises de rôles différenciés et complémentaires, et où la place de chacun fait l'objet d'une négociation tout au long de l'interaction. Dans le cas de l'absence de présentation, c'est une coopération symétrisante qui s'instaure entre les partenaires : la différence de statut ne donne pas lieu à des prises de rôles différents, mais elle se manifeste sous forme de "concurrence" en vue de s'approprier les mêmes rôles. La place de chacun dans ces couples est peu renégociée au cours de l'interaction, et la différence entre les partenaires est maintenue identique d'un bout à l'autre de l'interaction.

C'est également à partir d'emprunts à l'analyse des conversations, insérés dans une méthodologie quantitative adaptée à la démarche expérimentale, que j'ai montré comment un groupe orthodoxe (cf. Deconchy 1980, 1995) : les Compagnons du Devoir de Liberté, préservait son identité face à une mise en question de ses valeurs fondamentales émanant d'une source interne *versus* externe ([1998a](#), publié en [2001a](#)). L'analyse, multidimensionnelle, rendait compte de :

⁶⁵ homme étudiant salarié, plus âgé et niveau d'études supérieur, avec femme étudiante non salariée, plus jeune et niveau d'études inférieur, ne se connaissant pas au préalable.

- la négociation de l'objet du discours, rapportée au noyau doxal du groupe.

Par exemple : "Tu tombes dans un métier qui te plaît pas..." s'est avérée production hétérodoxe, ce de par un choix lexical inadapté. En effet le "métier" est investi d'une valeur spécifique (raison d'être du groupe) qui interdit de le substituer à son concurrent occasionnel "travail" si le contexte discursif immédiat risque de porter atteinte à cette valeur. Ainsi c'est le "métier" qui est source de satisfaction, de plaisir, et qui remplace les loisirs ; tandis que dans un contexte évoquant la pénibilité, les désagréments professionnels, etc..., il est requis d'utiliser le terme "travail".

- la structure de l'échange : indices relatifs à la gestion des prises de parole et à l'alternance conversationnelle.

- les contributions respectives des partenaires de l'échange.

Par exemple : En intragroupe émerge une position déviante. En effet la contribution de l'un des jeunes se caractérise par des interventions qui se situent majoritairement dans l'opposition, et qui s'inscrivent dans l'apport thématique, et non dans la régulation. Est en cause dans ses interventions la centralité du travail. Par ailleurs, il est le seul membre à avoir rempli avec sérieux le questionnaire sociométrique qui était proposé à l'issue de la rencontre – les autres refusant d'établir une hiérarchie entre leurs partenaires, au profit de l'affichage d'un groupe égalitariste. En somme ce jeune accepte l'emprise de la situation – c'est-à-dire une régulation extérieure au groupe, ce en quoi il ne se conduit pas en sujet orthodoxe. En revanche face à l'adversaire extérieur, il s'attachera véhémentement à la défense de son groupe, au point de défendre des opinions contradictoires avec celles qu'il avait énoncées en intragroupe.

Remarque : Pour des précisions sur les données quantitatives autorisant la présente analyse, se reporter à 2001b.

- les ajustements réciproques (négociation des positions). J'ai entre autres construit des indices d'"équité conversationnelle" à partir des écarts intra-individuels entre les pôles passif et actif de chaque indice conversationnel (interrompre/être interrompu, approuver/être approuvé, apostropher/être apostrophé), et calculé leur évolution au cours de l'échange.

On observera notamment sur cette dimension une évolution des indices pour chacun des partenaires tout au long de l'échange en intra-groupe, tandis que face à l'adversaire externe, la valeur des différents indices tend à rester constante d'un bout à l'autre de l'échange.

Cette analyse fait apparaître la pertinence d'une opérationnalisation langagière de variables psycho-sociales, tout particulièrement lorsque celles-ci réfèrent à des notions complexes telles celle de cohésion ou d'identité groupales. Mais cette pertinence ne se réduit pas à un apport méthodologique, car l'approche pragmatique contribue à la conceptualisation – par exemple, dans la présente recherche, de la régulation dans les groupes orthodoxes. Les résultats rendent certes compte des déterminations psycho-sociales qui pré-structurent l'échange, et que les connaissances acquises sur la régulation dans les groupes permettaient de prédire. Ainsi, lorsque la mise en cause provient d'une source externe, la cohésion groupale est renforcée, tandis que lorsqu'elle provient d'une source interne, diverses pressions s'exercent sur le déviant. Ou encore : la mise en cause des croyances fondamentales du groupe, mise en cause qu'effectue ici la source externe, génère une rigidification de sa

structure – en particulier : un "réglage plus strict de l'appartenance au groupe", processus mis en évidence par Deconchy (*op.cit.*) sur les groupes orthodoxes.

Mais en même temps cette recherche met en évidence la détermination fondamentale de la signification de la situation, signification qui n'est pas intégralement donnée *a priori* mais relève pour partie de la négociation, laquelle vise en premier lieu l'articulation entre statut initial de chacun des partenaires et hiérarchisation des positions dans l'échange.

Signification de la situation et hiérarchisation des positions : interprétation succincte des résultats :

En intragroupe, les rôles de chacun des partenaires s'articulent dans la complémentarité, même si de multiples indices témoignent du contrôle discret exercé par le leader institutionnel. L'unanimité n'est pas recherchée pour elle-même, et les opinions hétérodoxes ne sont pas débattues, mais discréditées au moyen de régulations ludiques. Pour les anciens, l'enjeu de la rencontre est de présenter le groupe à une entité extérieure – les observateurs -, avec le souci de relativiser les divergences. Pour les jeunes, la situation a plutôt la signification d'un débat intragroupe, et la déviance n'est pas perçue comme telle.

Face à un adversaire extérieur, le groupe s'accorde davantage sur la signification de la situation – en l'occurrence : défense de son identité face à un agresseur polémiste, ce qui se traduit par une rigidification de sa structure. L'unanimité des opinions est ici manifeste, en même temps que les différences statutaires s'affichent nettement. Cette visibilité des positions hiérarchiques tient notamment à ce que le conflit avec l'adversaire est, pour les jeunes, d'ordre cognitif ; tandis que pour les anciens, il est d'ordre relationnel.

La négociation s'explique à l'occasion, par la métacommunication dont l'objet est le contrat lui-même. Celle-ci est favorisée par l'émergence de dysfonctionnements dans l'échange, lesquels traduisent la concurrence entre interprétations divergentes du contrat.

Par exemple : négociation du contrat en entretien de recrutement face à un recruteur provocateur (d'après 1996a) :

Recruteur : Est-ce que vous avez d'autres défauts ?

Candidat : Non (petit rire).

Recruteur : Pas d'autre défaut ?

Candidat : Oh si j'en ai mais c'est la question à poser aux parents... c'est eux qui...

Recruteur : Alors qu'est-ce qu'ils pensent de vous vos parents ?

Candidat : Je peux pas vraiment vous dire en fait euh... mes défauts...

Recruteur : On vous le dit sûrement.

Candidat : Oui, mais enfin je vais pas tout vous dévoiler (petit rire).

Recruteur : Si, vous êtes là pour ça.

Or, comme illustré par exemple dans 2003c, par la métacommunication les partenaires accèdent aux implicites qui sous-tendaient leur intercompréhension supposée. Et, en énonçant les termes du contrat, c'est le caractère contingent des contraintes qu'il exerce, et plus largement la relativité des déterminismes psycho-sociaux, qui sont rendus visibles. On pourrait être tenté de traiter la métacommunication comme phénomène accidentel. Mais de

quel statut doterait-on alors la fonction métalinguistique ? Car ce que la langue permet, c'est la construction en situation d'un code commun. Elle est en effet le seul système sémiotique permettant non seulement sa propre description, mais aussi celle des autres systèmes. Et il s'agit là d'une propriété essentielle (voir 1991:54sq., et 1999b:283sq.). Or, en interrogeant la signification des mots, cette activité est susceptible de remettre en cause les "évidences implicites".

III.4. Communication, conflictualisation et création.

4.1. Langage et ruptures de scripts

"(...) Il n'y a histoire que du fait que les hommes communiquent et coopèrent dans un milieu symbolique. (...) L'histoire n'existe que dans et par le "langage" (toutes sortes de langage), mais ce langage, elle se le donne, elle le constitue, elle le transforme" (Castoriadis, 1975:208sq.) Transformer le langage, construire l'histoire ? La transgression des usages langagiers est d'ailleurs généralement le fait d'individus ou de groupes qui ont une vision alternative du monde à proposer, c'est-à-dire des minorités actives (voir Moscovici 1979) – tandis que les usages les plus conformes, on l'a vu, relayent et confortent les mécanismes de la reproduction. Cette transgression peut en effet constituer une remise en cause non seulement des savoirs supposés partagés à partir desquels des significations sont automatiquement attribuées aux mots, mais aussi des présupposés normatifs qui, définissant notamment les rôles de chacun dans l'interaction, fonctionnent comme des contraintes contractuelles. En fait, il s'agit ni plus ni moins de provoquer des ruptures de scripts, soit d'introduire du dérèglement dans les mécanismes qui régissent la production du sens. Ce faisant est opérée une conflictualisation du champ social, support nécessaire de l'influence minoritaire, et plus largement du changement. Selon Bourdieu par exemple, la politique commence "avec la dénonciation de ce contrat tacite d'adhésion à l'ordre établi qui définit la doxa originaire ; en d'autres termes, la subversion politique présuppose une subversion cognitive, une conversion de la vision du monde". Elle doit aussi produire "un nouveau sens commun", et en particulier "mettre en question les catégories de perception de l'ordre social" (1982:150sq.) Or, c'est justement parce que la langue n'est pas un code qu'elle peut se faire l'instrument de cette "subversion cognitive". On en trouvera quelques illustrations dans 2007d.

Par exemple : Le mot-slogan "décroissance", à partir duquel s'est constitué un groupe minoritaire, illustre le pouvoir d'un mot à faire surgir l'impensé dans le champ de la conscience (remise en cause de la valeur de la "croissance", que l'ampleur du consensus sur la question dispense habituellement d'interroger sous l'angle référentiel).

Ou encore : En utilisant les procédés de captation de la publicité, les "Casseurs de pub" ont construit une affiche avec l'accroche "Démarque-toi", à destination des adolescents pour les inciter à une "rentrée sans marque". L'image comporte le signe emblématique d'une marque de vêtements et chaussures de sport prisée par cette cible (emblème imprimé sur le casque d'un soldat (dossier annuel 2000, p.56), ou sur le front d'une jeune fille (dossier annuel 2001, p.19).

La conflictualisation peut aussi opérer *via* la remise en cause des contraintes contractuelles, ce qui suppose, on l'a dit, la métacommunication. Le potentiel subversif de cette activité, laquelle appelle un repositionnement d'ordre normatif, est particulièrement intéressant dans les relations dissymétriques. Par exemple, celles qui caractérisent les situations d'évaluation. En pareille situation, il est *a priori* peu probable que l'évalué initie une activité de négociation explicite. Il s'agit en effet d'une situation de soumission, notamment en ce que la prédétermination normative qui s'exerce sur la production de l'évalué est fortement contraignante. Est-il possible de redéfinir cette situation, de telle sorte que l'évalué devienne acteur effectif de sa propre évaluation ? Plus précisément, l'introduction de ruptures de scripts par l'évaluateur peut-elle amener l'évalué à redéfinir son rôle dans l'échange – et ce faisant, celui de son partenaire ? Ces questions ont fait l'objet d'un travail empirique, dans lequel deux situations de terrain ont été étudiées (2000a, publié en 2004b) :

- une situation d'entretien de recrutement, dans laquelle le recruteur invite le candidat à décrire sa personnalité à partir d'une série de questions construites sur des présupposés contre-normatifs, c'est-à-dire des questions présupposant la non utilité d'un comportement habituellement doté de valeur sociale, en même temps que l'utilité d'un comportement qui n'en est pas habituellement doté. Ces questions sont susceptibles d'introduire un cadre normatif alternatif, remettant par exemple en cause la pertinence du Modèle Personnologique de l'Employabilité (cf. *supra*) comme modèle normatif devant guider l'autoprésentation.

Exemple 1 :

Recruteur : Quand vous faites quelque chose, est-ce que vous vous efforcez de prendre votre temps ?

Candidat : Ah je comprends pas très bien la question : de prendre mon temps pour retarder une production ou... ?

(Reformulation erronée "retarder" : traduction implicite dans le cadre normatif dominant).

Exemple 2 :

Recruteur : Etes-vous capable de ne pas réfléchir avant de faire quelque chose ?

Candidat : Ah non je réfléchis tout le temps (...); ça m'est déjà arrivé de faire des trucs à forcer comme un bœuf (...). J'fais pas attention, ça on m'a souvent fait la remarque.

(Conflit entre deux cadres normatifs ; conclusion conforme au cadre alternatif mais qui légitime le cadre dominant).

Exemple 3 :

Recruteur : Est-ce que vous avez du mal à vous empêcher de communiquer ?

Candidat : Non... non je suis parfois réservé donc euh non... parfois.

(Réponse conforme au cadre alternatif, mais avec atténuation marquée).

Ou encore : Non. Pas du tout. Si on me parle je parle aux gens. Pas de problème.

(Restauration implicite d'un présupposé conforme au cadre dominant).

Exemples, fictifs, de réponses indépendantes du cadre dominant (aucune occurrence observée) - réponses à la question de l'exemple 3 :

Non, cela m'est très facile, je n'aime pas communiquer.

ou encore :

Non, car je n'ai pas toujours quelque chose à communiquer.

On constate que dans l'ensemble, c'est une restauration implicite du cadre normatif dominant qui guide les réponses des candidats. Quelques candidats (25%) utilisent néanmoins à l'occasion la métacommunication pour commenter la question ou la situation, voire dans une négociation explicite des rôles.

Par exemple (réponse à la question de l'exemple 3 ci-dessus) :

"C'est une bonne question... A votre avis ?... Ah j'sais pas, j'vous demande"

(confère au recruteur une position non contractuellement pré-définie).

- une situation de contrôle écrit de connaissances à l'université, dans laquelle l'enseignant pose un sujet d'examen non conforme, formulé entre guillemets : "Sujet libre". Les évalués sont des étudiants de 4^o année ayant suivi un cours de psychologie sociale sur les interactions langagières. Ici, si les commentaires métacommunicatifs sont plus fréquents que dans la situation précédente, ils sont généralement utilisés pour introduire la restauration d'un cadre conforme. Par exemple : "Puisqu'alors il m'est permis de choisir librement (...). Mais je vais quand même me décider à prendre pour sujet un sujet de psychologie du langage". La négociation explicite du contrat est cependant objet premier du propos dans 10% des copies.

C'est alors la situation elle-même qui fait l'objet du discours, lequel, de nature métacommunicative, s'organise à partir d'un jeu de questionnement adressé à l'évaluateur. Il arrive même que l'étudiant s'efforce de restaurer un espace dialogique, tout en en dénonçant l'impossibilité, et produise un discours décrivant son propre travail introspectif.

Par exemple : "Ici la situation est monologique, l'acte de parole que vous réalisez est co-construit, certes (...), par le fait même que je suis en train de répondre (...); mais il faudrait une rétroaction de votre part (...). Je ne peux pas ajuster au coup par coup ma production en fonction de vos réactions (...). Finalement, puisque j'ai écrit ces lignes je dois bien avoir saisi une intention..."

Ce que rend visible la consigne non conforme de l'évaluateur, c'est en somme sa propre subjectivité, et plus largement le fait que son propos soit un discours produit par un sujet en situation de communication. La négociation explicite, parce qu'elle restaure les partenaires dans leur épaisseur subjective, montre que le cadre, et au-delà : l'environnement social dans lequel il s'inscrit, est humainement construit. Il s'agit en somme d'un processus de *dénaturalisation*, que j'ai défini comme processus par lequel le caractère contingent des valeurs et normes pré-structurant les jugements est rendu manifeste. Cela dit dans les deux situations étudiées, la négociation explicite reste marginale. Il est vrai qu'en démocratie libérale, les rôles sociaux, *a fortiori* dans une relation dissymétrique, sont perçus comme peu réversibles car attributs "naturels" des statuts ; d'où une certaine rigidité des schémas d'interaction, laquelle reflète la profondeur de l'empreinte socio-cognitive de la hiérarchie sociale. Ainsi le seul statut d'évaluateur, en dépit du non conformisme de sa prise de rôle, détermine chez les évalués une soumission au cadre normatif habituel, d'où résulte un discours excluant ses propres conditions de production, servant donc la naturalisation des valeurs qui en déterminent l'évaluation.

Il n'en reste pas moins qu'un contrat est en principe le produit d'une négociation. C'est pourquoi la communication est l'espace privilégié dans lequel le sujet socialement pré-déterminé a la possibilité de se construire en tant que générateur de changement social. Car, pour reprendre les propos de Ghiglione, les "déterminismes macro-situationnels existent sans nul doute, mais ils sont sensibles aux déterminismes micro-situationnels. Or les déterminismes micro-situationnels font qu'il n'y a pas plus une "bonne" façon de parler, que de "bons" gestes, ou une "bonne" façon d'utiliser sa voix" (1990:225). C'est donc l'univers des possibles que les interactions langagières permettent de concevoir. Il est vrai que la standardisation des échanges quotidiens ne favorise pas *a priori* la découverte de "formes de communication qui puissent battre en brèche l'emprise oppressive, sur l'esprit et le corps de l'homme, du langage et des images établis – langage et images devenus depuis longtemps

moyens de domination (...)", comme le dit Marcuse (1972, ed.1973:106). Communiquer les "nouveaux objectifs historiques, radicalement non-conformistes, de la révolution, exige un langage (au sens le plus large) également non-conformiste", et l'auteur de mettre l'accent sur le "potentiel politique des arts" (*ibid.*).

III.4.2. La poésie, antithèse du tautisme

Même si elle n'est pas seule concernée par la production de nouvelles significations, la poésie est ici interpellée au premier chef : le discours poétique, en utilisant la langue de façon non conventionnelle, la réinvente. Or, "inventer une langue" n'est pas tant construire de nouvelles formes, signifier autrement, que construire de nouvelles significations, signifier autre chose, que l'usage habituel ne permet pas de signifier, et au bout du compte, de concevoir. En même temps, l'énoncé poétique réalise un acte : celui de dire (voir [1996b](#)) – car en poésie, le Je énonciateur est toujours un "Je dis". Et comme le remarque Chabrol (1994:41sq.), les actes dits de langage sont en fait des actes réalisés au moyen du langage, à l'exception de cette assertion première, seul véritable acte de langage. Or, seul l'énoncé poétique réalise cette assertion pour elle-même ; et ici propos référentiel (le dit) et prise en charge énonciative (le dire) résistent à la dissociation. Quant à la construction de la signification, elle y est aussi intersubjective, en poésie peut-être plus qu'ailleurs. Car ordinairement, un acte de langage est réussi lorsque le sujet interprétant s'identifie au destinataire construit par le discours. Tandis que le poète réalise son projet de sens lorsque c'est au sujet du discours que s'identifie l'interprétant, image de Je qu'il aura lui-même inférée. Ainsi, dans la mise en scène poétique, Je énonçant et Tu destinataire⁶⁶ se confondent.

Par exemple :

- L'énoncé poétique comme acte déclaratif : aucun lecteur n'interprétera "La terre est bleue comme une orange" comme un constat ou une opinion, quand bien même Eluard aurait introduit une modalisation quelconque.

- L'identification au locuteur : "Il fallait pour que Paris change / Comme bleuissent les oranges / Toute la longueur de ma vie" (Aragon, 1960, *Les poètes*).

Dans une recherche empirique ([1996b](#)), j'ai étudié les relations entre traitement textuel et jugement esthétique dans la réception d'un discours poétique, en comparant un groupe de sujets lecteurs à un groupe de sujets auditeurs du même poème dans sa version chantée⁶⁷. Le

⁶⁶ La terminologie utilisée pour désigner les protagonistes de l'échange, êtres de parole et sujets agissant, est emprunté à Charaudeau 1983.

⁶⁷ Chanson de la plus haute tour, Rimbaud, chanté par Ferré.

poème a été choisi de par la structure de son espace sémantique, caractérisée par l'opposition, opposition sur un axe affectif (joies-souffrances) qui est aussi, mais essentiellement dans l'implicite, un axe temporel (jeunesse-mort) – sur lequel on observe d'ailleurs de nombreuses fausses réminiscences. La bi-directionnalité du temps, qui est en même temps cyclique (forme comptine) produit l'étonnement. Les résultats montrent entre autres que les auditeurs produisent des rappels plus ambivalents que les lecteurs, lesquels mémorisent de façon privilégiée les mots à tonalité positive. Chez ces derniers, les choix esthétiques convergent avec l'impression initiale telle que manifestée dans le rappel, ce qui n'est pas le cas chez les premiers. Les deux interprétations du texte : celle objectivée par un autrui (version chantée), et celle que le sujet construit à la lecture et dont la cohérence est en rapport étroit avec l'appréciation portée sur le texte, paraissent bien distinctes et dans une certaine mesure incompatibles. Mais dans les deux cas, le traitement textuel conduit à l'établissement d'une cohérence qui amène à privilégier une tonalité affective univoque, et plus largement à réduire la polysémie. Or il semble bien que ce qui guide fondamentalement ce traitement, c'est la construction d'une image unifiée du Je énonçant.

Quel est le destinataire construit par le discours poétique ? Discours émanant d'un Je pluriel que l'interprétation constitue en unité collective, il s'offre, en tant qu'expérience symbolique, à tout interprétant potentiel ; bref, à tout humain. Antithèse du tautisme, il est une manifestation accomplie de la communication humaine – il n'a d'autre visée que de faire sens, l'altérité étant la médiation nécessaire : "Je est un autre" (Rimbaud). Le poète ici, dans la déclaration radicale de sa liberté ontogénétique, déclaration que constitue la dite "Lettre du Voyant"⁶⁸, réaffirme en même temps ce qui le fonde en tant que sujet, ce "noyau premier d'humanité", à savoir sa "dépendance symbolique" (Dufour, *op.cit.*:236) par quoi se constitue sa "quête de sens". "Le poète est chargé de l'humanité" (Rimbaud), car cette quête est constitutive de la culture, donc de l'histoire. Et, comme l'analyse Dufour, la "domination ontologique" de l'homme, cet assujettissement initial par lequel le sujet peut se définir en tant que sujet⁶⁹, est la condition nécessaire de l'autonomie.

L'autonomie, c'est la "capacité d'une société ou d'un individu d'agir *délibérément et explicitement* pour modifier sa loi, c'est-à-dire sa forme", ou encore le "mouvement d'une pensée qui n'admet d'autorité autre que sa propre pensée" ; une société autonome est donc une société autoréflexive, "une société qui s'auto-institue explicitement et lucidement" (Castoriadis 1996:69). Or comme on l'a vu, dans la psychologie sociale de la reproduction,

⁶⁸ dont j'ai proposé une analyse en 1999b:312sq., réécrite en 2007d.

⁶⁹ L'auteur prend notamment appui sur la psychanalyse lacanienne et le concept de Grand Autre.

l'autonomie ne saurait être que pure illusion produite par le modèle normatif de l'individualisme libéral. Mais c'est sans doute que l'on a confondu domination ontologique et domination socio-politique (voir Dufour *op.cit.*:228sq.) Et lorsque cette dernière, récupérant la critique sociale à son encontre, sape les fondements de la première, c'est la possibilité même de la création humaine qui est atteinte.

Conclusion

Peut-on ainsi mettre en cause l'humain sans prendre appui, explicitement ou non, sur un modèle de la "nature humaine" ? De même peut-on, comme je l'ai fait, considérer comme pathologique l'hétéronomie dont rend compte la psychologie sociale de la reproduction, sans une référence du même ordre ? Cela suppose de définir l'humain sans pour autant circonscrire ce qu'il doit ou ne doit pas être, paradoxe que la thèse de la néoténie permet de dépasser. Développée en sciences humaines et sociales par Lapassade (1963, 3^{ed}.1969), elle rend compte de l'homme comme d'un animal qui naît prématuré. Ainsi, s'il est une "donnée de nature" spécifiant l'humain, c'est cette néoténie, cet inachèvement initial ; l'humanité est alors ce que l'homme construit pour combler ce manque. D'où : la société, la culture, l'histoire. Et la construction de cette humanité non donnée en nature suppose une activité symbolique - et de l'intersubjectivité. Au regard de cette thèse, concevoir la détermination humaine comme échappant à la "subjectivité", ou bien au contraire comme émanant d'elle, est un non sens. Car la réalité par rapport à laquelle l'homme se détermine est une réalité signifiante, c'est-à-dire une extériorité (inter-)subjective. Et il ne peut y avoir de réalité sociale que co-construite – il n'y a donc de réalité sociale que tant que les hommes sont en mesure de la construire.

Ce qu'appréhende la pragmatique psycho-sociale, c'est justement ce monde subjectif (i.e. : habité par des sujets), où un réel indéterminé devient, par la communication, réalité signifiante. Or, ce dont j'ai largement rendu compte dans ce rapport, c'est plutôt d'un monde objectif, où la confusion entre réel et réalité signifiante est totale. Et ce qui constitue le versant psychique de ce que j'ai nommé "épistémo-idéologie", c'est un *imaginaire objectif* (2007c) – imaginaire fait de significations objectives, et qui habite des individus sans subjectivité.

Je conviens qu'en interrogeant ainsi l'humanité, il n'est pas aisé – et peut-être non souhaitable ? - de se cantonner à une posture scientifique fondée sur la neutralité axiologique. On peut néanmoins prendre appui sur les travaux de Deconchy relatifs à la "surnature" humaine (2000a), et qui montrent comment l'homme travaille à s'immuniser cognitivement contre l'idée qu'il est une "donnée de nature", soumis à des déterminismes "naturels". Ce processus serait d'ailleurs commun à toutes les idéologies (p.131) – et les mécanismes décrits se présentent comme anhistoriques. Ce qui fait de l'homme un homme, c'est peut-être effectivement cette nécessité de se penser au-delà du biologique, de la détermination, de la mort. En même temps Deconchy, promoteur d'une posture scientifique "idéologiquement neutre"⁷⁰, prend distance d'avec toute définition de ce que serait un homme (p.18). Pourtant

⁷⁰ On trouvera à ce propos quelques remarques dans 2002b.

ses résultats empiriques trouvent un cadre d'interprétation privilégiée dans la lecture philosophique que fait, là encore, Dufour (2005) : prenant appui justement sur la thèse de la néoténie, Dufour décrit comment la création d'un "grand sujet" est une nécessité structurelle – bref, ce que permet l'élaboration cognitive de la surnature. Mais le point de vue épistémologique et éthique de Dufour amène, ici aussi, à des conclusions quelque peu différentes de celles qu'impose une lecture naturaliste des connaissances psycho-sociales. En l'occurrence pour Dufour, c'est le devenir même de l'espèce humaine que met en péril la désymbolisation caractérisant la post-modernité – désymbolisation signant la "mort de Dieu". Ou, pour reprendre mes propres termes (2002b:13sq), que devient l'homme s'il n'est plus capable de donner sens à son appartenance humaine, à l'héritage culturel dont il est redevable ? Que devient-il lorsque sa "surnature" n'est plus définie en référence à l'espèce mais à l'individu, individu devenu inapte à situer sa propre place dans l'histoire collective, individu sans paternité ni filiation ? Que devient l'homme qui a cessé de créer son humanité ?

Mais la question du devenir de l'humanité n'est guère de celles que l'on se pose en psychologie sociale. Il semble bien pourtant que les conditions, physiques et sociales, soient réunies pour que s'achève l'effondrement de la "conscience" humaine, pour reprendre les termes de Mandosio (2000). A cet égard le programme que proposait Castoriadis pour les sciences de l'homme est plus que jamais d'actualité : "Une science générale de l'homme (...) est donc précisément cela : une recherche portant sur les conditions et les formes de la *création humaine*" (1996:110)⁷¹. Pour ce qui est de la psychologie sociale, elle ne peut en tout cas "se limiter à souligner une détermination sociale générique de la cognition, mais doit (...) retrouver les dimensions parfois contraignantes et parfois constructives de cette détermination, les modalités de relation possible entre *nécessité* et *liberté*" (Amerio 1992:106). Ce programme n'exclut d'ailleurs pas *a priori* le recours à l'expérimentation (voir 2002b:17sq.), mais avec pour objectif d'identifier les paramètres qui, dans une situation socialement caractérisée, seraient susceptibles de mettre en échec les déterminismes psycho-sociaux, et de restaurer ce faisant des sujets acteurs de leurs propres conduites. A titre d'hypothèse générale, je poserai que l'apparition de conduites autonomes, donc la possibilité de la création sociale, est fonction de l'insolite de la situation – car il ne s'agit somme toute que de mettre en échec les heuristiques de traitement. En d'autres termes, l'expérimentation pourrait se fixer comme objectif l'invention des conditions qui doteraient la conscience d'un

⁷¹ Pour Castoriadis, le caractère essentiel de l'homme, lequel est à la fois psyché et société, réside dans l'imagination ("capacité de poser de nouvelles formes") et l'imaginaire social – ce qu'affecte précisément le "conformisme généralisé".

pouvoir causal (voir [2003c:233](#)). Quoi qu'il en soit, une démarche de connaissance uniquement descriptive est évidemment inadaptée à cet objectif ; dans le présent contexte, il me paraît urgent d'interroger les possibles. Ce faisant, la psychologie sociale se fait politique.

Références bibliographiques

- Achache G. (1991 ; 1^{ère} ed. 1989). Le marketing politique. *Hermès*, 4. 103-112.
- Althusser L. (1970). Idéologie et appareils idéologiques d'état. *La Pensée*. 151. 3-38.
- Amerio P. (1992). Idées, sujets et conditions sociales d'existence. Dans V. Aebischer, J.-P. Deconchy & E.M. Lipiansky (Eds), *Idéologies et représentations sociales*. Cousset (Fribourg) : Delval. 99-116.
- Amerio, P. (1998). La psychologie sociale peut-elle s'occuper de liberté, de dignité, de justice ? In *L'exclusion : fabrique et moteurs*. Michel Rouquette (Ed.), Presses Universitaires de Perpignan. 119-139.
- Anders G. (2002 ; 1^{ère} ed. 1956). *L'obsolescence de l'homme. Sur l'âme à l'époque de la deuxième révolution industrielle*. Paris : Editions de l'Encyclopédie des Nuisances.
- Ansart P. (1977). *Idéologies, conflits et pouvoir*. Paris : PUF.
- Anscombe J.-C., Ducrot O. (1983). *L'Argumentation dans la Langue*. Bruxelles : Mardaga.
- Arendt H. (1951, ed.1972). *Les origines du totalitarisme. Le système totalitaire*. Paris : Seuil.
- Ariès P. (2003). *Putain de ta marque ! La pub contre l'esprit de révolte*. Villeurbanne : Golias.
- Asch S.E. (1946). Forming impressions in personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41. 258-290.
- Baudrillard J. (1968). *Le système des objets*. Paris : Gallimard.
- Beauvois J.-L. (1976) Problématique des conduites sociales d'évaluation. *Connexions*, 19. 7-30.
- Beauvois J.-L. (1984). *La psychologie quotidienne*. Paris : PUF.
- Beauvois J.-L. (1992). Processus cognitifs, socio-cognitifs, représentationnels, et idéologie. Dans V. Aebischer, J.-P. Deconchy & E.M. Lipiansky (Eds), *Idéologies et représentations sociales*. Cousset (Fribourg) : Delval. 117-127.
- Beauvois J.-L. (1994). *Traité de la servitude libérale. Analyse de la soumission*. Paris : Dunod.
- Beauvois J.-L. (1995). La connaissance des utilités sociales. *Psychologie Française*, 40-4. 375-387.
- Beauvois J.-L. (2004). Quelques limites psychologiques du libéralisme et des démocraties libérales. Dans A. Dorna & P. Georget (eds), *La démocratie peut-elle survivre au XXI^e siècle ?* Paris : In Press. 63-82.
- Beauvois J.-L. (2005). *Les illusions libérales, individualisme et pouvoir social. Petit traité des grandes illusions*. Grenoble : PUG.
- Beauvois J.-L., Ghiglione R. (1981), *L'Homme et son Langage (Attitudes et enjeux sociaux)*, Paris, PUF.
- Beauvois J.-L., Ghiglione R., Joule R.-V. (1976). Quelques limites des réinterprétations commodes des effets de dissonance. *Bulletin de Psychologie*, 29. 758-765.
- Beauvois J.-L., Joule R.-V. (1981). *Soumission et Idéologies (psychosociologie de la rationalisation)*. Paris : PUF.
- Bernard C. (1865, ed.1966). *Introduction à l'étude de la médecine expérimentale*. Paris : Garnier-Flammarion.
- Boudet H. (2003). Les objectifs et visées du contrat de communication publicitaire. Mémoire de maîtrise de psychologie sociale. Université de Rouen.
- Bourdieu P. (1979). *La distinction. Critique sociale du jugement*. Paris : Minuit.
- Bourdieu P. (1982). *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques*. Paris : Fayard.
- Bourdieu P. (2001). *Science de la science et réflexivité*. Paris : Raisons d'agir éditions.
- Bourdieu P., Passeron J.-C. (1970). *La reproduction. Eléments pour une théorie du système d'enseignement*. Paris : Minuit.
- Breton P. (1997 ; ed. 2000). *La parole manipulée*. Paris : La Découverte.
- Bromberg M. (1981). L'enjeu. *Champs éducatifs*, 2. 29-46.

- Bromberg M. (2004). Contrat de communication et co-construction du sens. Dans M. Bromberg & A. Trognon (Eds). *Psychologie sociale et communication*. Paris : Dunod. 95-108.
- Brune F. (1985 ; 1^{ère} ed. 1981). *Le bonheur conforme. Essai sur la normalisation publicitaire*. Paris : Editions Gallimard.
- Bruner J.S., Tagiuri R. (1954). The perception of people. In G. Lindzey (Ed.). *The Handbook of Social Psychology, Vol.2*, London, Addison-Wesley. 634-654.
- Cambon L., Djouari A., Beauvois J.-L. (2001). *Social desirability, social utility, and normativity*. Laboratoire de Psychologie Sociale, Université de Grenoble 2. (submitted)
- Caprara G.V., Barbaranelli C., Borgogni L., Perugini M. (1993). The « Big Five Questionnaire » : a new questionnaire to assess the five factor model. *Personality and Individual Differences, vol.15 n°3*. 281-288.
- Castoriadis C. (1975). *L'institution imaginaire de la société*. Paris : Seuil.
- Castoriadis C. (1996). *La montée de l'insignifiance (les carrefours du labyrinthe IV)*. Paris : Seuil.
- Cattell R.B. (1943a). The description of personality : foundations of trait measurement. *Psychological Review, 50*. 339-594.
- Cattell R.B. (1943b). The description of personality : basic traits resolved into clusters. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 38*. 476-506.
- Chabrol C. (1985). *Eléments de Psycho-sociologie du langage*. Thèse d'Etat, Paris X.
- Chabrol C. (1992). Représentations sociales, procès d'idéologisation et relations psycho-socio-langagières dans les réunions. Dans V. Aebischer, J.-P. Deconchy & E.M. Lipiansky (Eds), *Idéologies et représentations sociales*. Cousset (Fribourg) : Delval. 87-96.
- Chabrol C. (1994). *Discours du travail social et pragmatique*. Paris : PUF.
- Chabrol C. (2004). Pour une psychologie des communications politiques. Dans A. Dorna & P. Georget (eds), *La démocratie peut-elle survivre au XXI^e siècle ? Psychologie politique de la démocratie*. Paris : In Press. 135-150.
- Chabrol C., Courbet D., Fourquet-Courbet M.-P. (2004). Psychologie sociale, traitements et effets des médias. *Questions de communication, 5*. 5-18.
- Chaiken S. (1980). Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology, 39*. 752-766.
- Chaiken S., Wood W., Eagly A.H. (1996). Principles of persuasion. In E.T. Higgins & A.E. Kruglanski (Eds). *Social Psychology. Handbook of basic principles*. New York : Guilford Press. 702-742.
- Charaudeau P. (1992). *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris, Hachette.
- Charaudeau P. (1994). Le discours publicitaire, genre discursif. *Mscope, 8*. 34-44.
- Charaudeau P. (1997). *Le discours d'information médiatique*. Paris : Nathan. 286p. Réédité en 2005 sous le titre : *Les Médias et l'Information. L'impossible transparence du discours*. De Boek-Ina.
- Charaudeau P. (2000). Une problématisation discursive de l'émotion. A propos des effets de pathémisation à la télévision. Dans C. Plantin & Al. (Eds), *Les émotions dans les interactions communicatives*. Lyon : Presses Universitaires de Lyon.
- Charaudeau P. (2005). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Paris : Vuibert.
- Charaudeau P., Maingueneau D. (eds) (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Seuil.
- Cissé J.-V. (2003). Le contrat de communication publicitaire : contenu normatif implicite de la publicité. Mémoire de maîtrise de psychologie sociale. Université de Rouen.
- Codol J.-P. (1975), On the so-called "Superior Conformity of the Self" behavior : Twenty experimental investigations. *European Journal of Social Psychology, 5*. 457-501.
- Cohen-Halimi M. (2000). Sentiment moral et disposition au bien dans la philosophie pratique de Kant. Dans L. Jaffro (Ed.) *Le sens moral. Une histoire de la philosophie morale de Locke à Kant*. Paris : PUF. 113-138.
- Dagot L. (2002). *Normativité de l'allégeance et de l'intériorité : le cas des acteurs du marché de l'emploi*. Thèse pour le Doctorat. Université de Bordeaux 2.

- Dagot L., Castra D. (2002). L'allégeance : un principe des logiques d'aide à l'insertion professionnelle. *L'Orientation Scolaire et Professionnelle*, 31, 3. 417-442.
- Deconchy J.-P. (1980). *Orthodoxie religieuse et sciences humaines. Suivi de (Religious) Orthodoxy, Rationality and Scientific Knowledge*. La Haye, Paris, New-York : Mouton.
- Deconchy J.-P. (1989). *Psychologie sociale. Croyances et idéologies*. Paris : Méridiens Klincksieck.
- Deconchy J.-P. (1992). Mécanismes idéologiques et représentations idéographiques. Essai de recherche expérimentale. Dans V. Aebischer, J.-P. Deconchy & E.M. Lipiansky (Eds), *Idéologies et représentations sociales*. Cousset (Fribourg) : Delval. 205-234.
- Deconchy J.-P. (1995). Contrôle social et rationalité dans les systèmes orthodoxes. In G. Mugny, D. Oberlé & J.L. Beauvois (Eds), *Relations humaines groupes et influence sociale*. Grenoble : PUG. 91-100.
- Deconchy J.-P. (1999). Psychologie sociale des processus idéologiques. Dans W. Doise, N. Dubois, J.-L. Beauvois (Eds). *La construction sociale de la personne*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble. 113-128.
- Deconchy J.-P. (2000a). *Les animaux surnaturés. La construction mentale de la singularité humaine*. Grenoble : PUG.
- Deconchy J.-P. (2000b). Les processus idéologiques. Dans N. Roussiau (Ed.), *Psychologie sociale*. Paris : In Press Editions. 113-120.
- Deconchy J.-P. (2001). Miettes sur l'idéologie de la nature humaine. Dans F. Buschini et N. Kalampalikis (Eds), *Penser la vie, le social, la nature. Mélanges en l'honneur de Serge Moscovici*. Paris : Editions de la Maison des sciences de l'homme. 145-155.
- Deschamps J.-C., Clémence A. (1987). *L'Explication quotidienne (perspectives psychosociologiques)*. Cousset (Fribourg) : DelVal.
- Doise W. (1982). *L'Explication en Psychologie Sociale*. Paris : PUF.
- Dorna A. (1998). *Fondements de la psychologie politique*. Paris : PUF.
- Dorna A. (2002). La psychologie politique : le retour d'une discipline inattendue. *Cahiers de Psychologie Politique*, 1. R2 SR1. 10p.
- Dorna A. (2007). Faut-il repenser les SHS ? *Les Cahiers de Psychologie Politique*, 10. article2G.htm. 6p.
- Dorna A., Quellien J. (Eds, 2006). *Les propagandes. Actualisations et confrontations*. Paris : L'Harmattan.
- Dorna A., Sabucedo J.M. (Eds, 2006). *Etudes et chantiers de psychologie politique*. Paris : L'Harmattan.
- Dubois N. (1987). *La psychologie du contrôle*. Grenoble : PUG.
- Dubois N. (1994). *La norme d'internalité et le libéralisme*. Grenoble : PUG.
- Dubois N. (2004). Valeurs individualistes et prescriptions libérales. Dans A. Dorna & P. Georget (eds), *La démocratie peut-elle survivre au XXI^e siècle ? Psychologie politique de la démocratie*. Paris : In Press. 107-119.
- Dubois N. (2005). Normes sociales de jugement et valeur : ancrage sur l'utilité et ancrage sur la désirabilité. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 18-3. 43-79.
- Dubois N., Beauvois J.-L. (2001). Désirabilité et utilité : deux composantes de la valeur des personnes dans l'évaluation sociale. *L'orientation scolaire et professionnelle*, 30-3. 391-405.
- Dufour D.-R. (2003). *L'Art de réduire les têtes. Sur la nouvelle servitude de l'homme libéré à l'ère du capitalisme total*. Paris : Denoël.
- Dufour D.-R. (2005). *On achève bien les hommes. De quelques conséquences actuelles et futures de la mort de Dieu*. Paris : Denoël.
- Dumont F. (1974). *Les idéologies*. Paris : PUF.
- Enriquez E., Haroche C. (2002). *La face obscure des démocraties modernes*. Ramonville-Saint-Agne : éditions érès.
- Foucault M. (1966). *Les mots et les choses*. Paris : Gallimard.
- Foucault M. (1969), *L'Archéologie du Savoir*. Paris: Gallimard.

- Gangloff B. (1995a). La valorisation de l'internalité : une hypothèse conditionnelle. *Psychologie du travail et des organisations*, vol. 1, n°1. 28-34.
- Gangloff B. (1995b). Statut du recruteur, secteur de l'entreprise, et valorisation de l'internalité selon son type, *Bulletin de Psychologie*, 422. 113-119.
- Gangloff B. (1997a) Les implications théoriques d'un choix d'items : de la norme d'internalité à la norme d'allégeance. *Pratiques Psychologiques*. 2, 99-106.
- Gangloff B. (1997b) La norme d'internalité et ses fondements : les tribulations d'une notion dans l'univers de l'évaluation professionnelle. *Psychologie du Travail et des Organisations*, vol.3 nos 1-2. 61-75.
- Gangloff B. (2000). *Profession recruteur, profession imposteur*. Paris : L'Harmattan.
- Gangloff B. (2002). L'internalité et l'allégeance considérées comme des normes sociales : une revue. *Cahiers de Psychologie Politique*, n°2. Rubrique 2, sous-rubrique 2.
- Gauchet M. (2002). *La démocratie contre elle-même*. Paris : Gallimard.
- Georget P. (2004). Effets des stratégies publicitaires. Personnalité, contexte et attentes contractuelles. *Questions de communication*, 5. 69-82.
- Georget P. (2006). De l'illusion de propagande à la propagande d'illusion : analyse psychosociale. Dans A. Dorna & J. Quellien J. (Eds). *Les propagandes. Actualisations et confrontations*. Paris : L'Harmattan. 57-66.
- Ghiglione R. (et Al.) (1986). *L'homme communiquant*. Paris : Armand Colin
- Ghiglione R. (1990). Le "qui" et le "comment". Dans R. Ghiglione, C. Bonnet & J.-F. Richard (Eds.), *Traité de Psychologie cognitive T.3 : Cognition, Représentation, Communication*. Paris : Dunod. 175-226.
- Ghiglione R., Blanchet A. (1991). *Analyse de contenu et contenus d'analyses*. Paris : Dunod.
- Ghiglione R., Bromberg M. (1998). *Discours politique et télévision*. Paris : PUF.
- Ghiglione R., Landré A., Bromberg M., Molette P. (1998). *L'analyse automatique des contenus*. Paris:Dunod.
- Ghiglione R., Kekenbosch C., Landré A. (1995). *L'analyse cognitivo-discursive*. Presses Universitaires de Grenoble.
- Ghiglione R., Matalon B., Bacri N. (1985), *Les Dires analysés : l'analyse propositionnelle du discours*, Paris, PUV.
- Ghiglione R., Trognon A. (1993). *Où va la pragmatique ? De la pragmatique à la psychologie sociale*. Grenoble : PUG.
- Goffman E. (1967, ed.1974), *Interaction ritual. Essays on face-to-face behavior*, New York : Doubleday (tr.fr. : *Les rites d'interaction*, Paris : Minuit.
- Goldsmith E. (1993, ed. 1994). *The Way, an Ecological World-View*. Boston : Shambhala. Tr. fr. *Le défi du XXI^{ème} siècle. Une vision écologique du monde*. Monaco : Editions du Rocher.
- Hazan E. (2006). *LQR. La propagande du quotidien*. Paris : Editions Raisons d'agir.
- Hume D. (1739, ed. 1995). *L'entendement. Traité de la nature humaine (Livre I et Appendice)*. Paris : GF-Flammarion.
- Jaffro L. (2000). La formation de la doctrine du sens moral : Burnet, Shaftesbury, Hutcheson. Dans L. Jaffro (Ed.) *Le sens moral. Une histoire de la philosophie morale de Locke à Kant*. Paris : PUF. 11-46.
- Jellison J.-M., Green J. (1981). A self-presentation approach to the fundamental attribution error : the norm of internality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40. 643-649.
- Joule R.-V., Beauvois J.-L. (1998). *La soumission librement consentie. (Comment amener les gens à faire librement ce qu'ils doivent faire)*. Paris : PUF.
- Klemperer V. (1947 ; ed. 1996). *LTI, la langue du III^e Reich*. Paris : Albin Michel.
- Lapassade G. (1963, 2^{ème} ed. 1969). *L'entrée dans la vie. Essai sur l'inachèvement de l'homme*. Paris : Minuit.
- Le Floch V., Py J., Somat A. (2004). De la théorie des attitudes à l'égard du langage à la plausibilité. Dans M. Bromberg & A. Trognon (Eds.). *Psychologie sociale et communication*. Paris : Dunod. 267-282.

- Lejeune P. (1975). *Le Pacte autobiographique*. Paris : Seuil.
- Mandosio J.-M. (2000). *Après l'effondrement. Essai sur l'utopie néotechnologique*. Paris : Editions de l'Encyclopédie des Nuisances.
- Marcuse H. (1964, ed. 1968). *L'homme unidimensionnel*. Paris : Minuit.
- Marcuse H. (1972, ed. 1973). *Contre-révolution et révolte*. Paris : Seuil.
- Matalon B. (1996). *La construction de la science. De l'épistémologie à la sociologie de la connaissance scientifique*. Lausanne : Delachaux et Niestlé.
- Matalon B. (2006). *Face à nos différences. Universalisme et relativisme*. Paris : L'Harmattan.
- Milgram S. (1974). *Obedience to Authority : An Experimental View*. Harper & Row. Tr. fr. : *Soumission à l'autorité*. Paris : Calmann-Lévy.
- Moscovici S. (1961, ed. 1976), *La Psychanalyse, son Image et son Public*. Paris : PUF.
- Moscovici S. (1967). Communication processes and the properties of language. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology, T.3*. New York : Academic Press.
- Moscovici S. (1^{ère} ed.1979 ; 1996). *Psychologie des minorités actives*. Paris : PUF.
- Moscovici S. (Ed.) (1984). *Psychologie sociale*. Paris : PUF.
- Moscovici S., Hewstone M. (1984). De la science au sens commun. Dans S. Moscovici (Ed.) *Psychologie sociale*. Paris : PUF. 539-566.
- Pêcheux M. (1975). *Les vérités de La Palice. Linguistique, sémantique, philosophie*. Paris : François Maspéro.
- Pêcheux M., Fuchs C. (1975). Mises au point et perspectives à propos de l'analyse automatique du discours. *Langages. Analyse du discours, langue et idéologies*. 37. 7-80.
- Pérez J.-A., Mugny G. (1993). *Influences sociales. La théorie de l'élaboration du conflit*. Neuchâtel : Delachaux & Niestlé.
- Petit A. (2000). Cudworth ou l'archaïsme anticipateur. Dans L. Jaffro (Ed.) *Le sens moral. Une histoire de la philosophie morale de Locke à Kant*. Paris : PUF. 47-62.
- Petty R.E., Cacioppo J.T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19. 123-205.
- Petty R.-E., Cacioppo J.-T. & Goldman R. (1981). Personal involvement as a determinant of argument-based persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41. 847-855.
- Piéron H. (1908 ; ed. 1958). L'évolution du psychisme. *Bulletin de Psychologie*, 144. 369-371.
- Pinçon M., Pinçon-Charlot M. (1996). *Grandes fortunes. Dynasties familiales et formes de richesse en France*. Paris : Payot.
- Popper K.R. (1934, ed. 1982), *La Logique de la Découverte scientifique*. Paris : Payot.
- Reich W. (1933, ed. 1972). *La psychologie de masse du fascisme*. Paris : Payot.
- Rouquette M.-L. (1994). *Sur la connaissance des masses. Essai de psychologie politique*. Grenoble : PUG.
- Semin G.R., Fiedler K. (1992). The inferential properties of interpersonal verbs. In G.R. Semin & K. Fiedler (Eds), *Language, Interaction and Social Cognition*. Beverly Hills, CA : Sage. 58-78.
- Sfez L. (1988 ; ed. 1992). *Critique de la communication*. Paris : Seuil.
- Shweder R.-A. (1975). How relevant is an individual difference theory of personality ? *Journal of Personality*, 43. 455-484.
- Siblot P. (2004). L'entremise des mots ou la force des frappes idéologiques. Dans R. Delamotte-Legrand (Ed). *Les médiations langagières. Volume 2 : des discours aux acteurs sociaux*. (Actes du Colloque International). Rouen : Publications de l'Université de Rouen. 33-47.
- Weber M. (1919, ed. 1959). *Le savant et le politique*. Paris : Plon.

ANNEXES

Sommaire

Annexe A. Travaux et publications (*références telles que citées dans le texte*)II

Annexe B. Recherches effectuées : illustrations complémentaires (extraits de travaux non publiés ou en cours de publication, cités dans le texte).

B1. L'évaluation personnologique du recruteur (I.2.) : discours-support.....	VII
B2. L'évaluation du locuteur en fonction de la conformité contractuelle de son discours (I.2.) : quelques résultats.....	VIII
B3. Présupposés normatifs dans le lexique personnologique (I.3.1.).....	X
B4. Effet de la significativité sociale de la tâche sur la relation entre sentiment de proximité et attribution de valeur au locuteur (I.3.2.).....	XI
B5. Consistance du portrait personnologique : auto-description <i>versus</i> description d'autrui (I.3.3.).....	XII
B6. La compréhension d'un discours politique en fonction de ses caractéristiques sémio-linguistiques : synthèse des résultats (II.2.2.).....	XIV
B7. Impact persuasif d'un discours politique en fonction de son introduction médiatique (II.2.3.).....	XVIII
B8. Accord avec la source en fonction du contenu, conforme <i>versus</i> alternatif, et de la mise en scène, médiatique <i>versus</i> rationnelle, de son discours (II.2.3.).....	XIX
B9. Le traitement socio-cognitif d'un discours politique : modèle d'analyse et application (II.2.3.).....	XX
B10. Le modèle médiatique de la communication : mise à l'épreuve en entretien de recrutement (II.3.2.).....	XXV
B11. Imaginaires socio-discursifs dans la publicité (III.1.2.).....	XXVIII

Annexe A. Travaux et publications.

1. Articles dans revues à comité de lecture

- Chabrol C., Camus-Malavergne O. (1989). Coopération et analyse des conversations. *Connexions*, 53, 39-68.
- Chabrol C., Flouzat D., Camus-Malavergne O. (1993). Visualisation et restitution d'un discours télévisuel argumentatif, *Psychologie Française*, 38-2, 161-175.
- Chabrol C., Camus-Malavergne O. (1994). Un discours politique en réception : mémorisation et compréhension, *Mots : écoutes, échos du politique*, 40, 7-24.
- Camus-Malavergne O., Chabrol C. (1996). L'enquête informative : le rôle de la significativité sociale, *Cahiers de linguistique sociale* 28-29, 27-35.
- Camus-Malavergne O. (1996a). Stratégies langagières de présentation de soi selon l'attitude du recruteur. *Psychologie du travail et des organisations*, vol.2 n°3, 11-23.
- Camus O. (1997a). Choix de mise en scène par le candidat selon le statut du recruteur. *Psychologie du Travail et des Organisations*, vol.3 n°3-4, 220-236.
- Camus O. (1999a). Reconnaissance du psychologue et fondements épistémiques de sa pratique dans le domaine de l'évaluation des personnes. *Pratiques Psychologiques*, 3. 55-65.
- Camus O. (2001a). Le métier : élaboration collective d'un objet de valeur et identité groupale. *Psychologie du Travail et des Organisations*, vol.7, n°3-4. 277-311.
- Camus O. (2002a). La norme d'internalité, un concept de psychologie sociale libérale ? *Cahiers de Psychologie Politique*, n°1. Rubrique 4, sous-rubrique 2, 9p.
- Camus O. (2002b). Science psycho-sociale et engagement idéologique. *Cahiers de Psychologie Politique*, n°2. Rubrique 4, sous-rubrique 3, 21p.
- Camus O. (2003a). Le bilan de compétences : appropriation d'informations sur soi ou mise en conformité de l'auto-présentation ? *Education Permanente*, 155. 119-137.
- Camus O. (2006a). Le citoyen : chimère métaphysique, modèle normatif, ou forme anthropologique menacée ? *Les Cahiers de Psychologie Politique*, 9. R4 SR1, 15p.
- Camus O.(2007a). Le traitement socio-cognitif du discours politique : un modèle d'analyse textuelle. En révision pour *Psychologie française*.
- Camus O. (2007b). Le modèle médiatique de la communication : un formalisme adapté au conformisme idéologique, inadapté au changement. A paraître dans *Bulletin de Psychologie*.
- Coppola V., Camus O. (2007a). Preventing without stigmatizing : the complex stakes of information on AIDS. *Patient Education and Counseling*, vol.67 n°3.255-260.
- Coppola V., Camus O. (2007b) La médiatisation du sida : quelques faits et effets. A paraître dans *Bulletin de Psychologie*.

2. Actes de colloques internationaux

- Camus O. (1996b). « A jamais j'oublie » : mémorisation et jugement esthétique d'un poème de Rimbaud. Dans F. Anceaux & J.-M. Coquery (Eds). *Sciences cognitives, individus et sociétés*, Actes du 6° colloque de l'Association pour la Recherche Cognitive. 161-170.
- Camus O. (1997b). Auto-description et « employabilité » : des compétences techniques aux contraintes sociales. Dans É. Brangier, N. Dubois & C. Tarquinio (Eds), *Compétences et contextes professionnels* (Actes du Colloque International de Metz). 124-130.
- Camus O. (2004a). Le lexique auto-descriptif en situation d'évaluation professionnelle : une médiation entre des contraintes situationnelles paradoxales. Dans R. Delamotte-Legrand (Ed). *Les médiations langagières. Volume 2 : des discours aux acteurs sociaux*. (Actes du Colloque International). Rouen : Publications de l'Université de Rouen. 349-360.

Camus O. (2004b). Le cadre normatif du questionnement à visée évaluative : de la soumission à la négociation. Dans A. Lancry & C. Lemoine. *Les transformations du travail. Méthodes et pratiques.* (Actes du Congrès International). Paris : L'Harmattan. 109-122.

Camus O. (2004c). L'épistémo-idéologie libérale. Dans *Actes du colloque Normes sociales et processus cognitif.* SACO, MSHS, Université de Poitiers. 23-26.

3. Communications

Chabrol C., Camus-Malavergne O. (1990). Comportements langagiers et évaluation personnelle. *Actes du congrès de la SFP : l'Évaluation (processus, méthodes et pratiques).*

Chabrol C., Camus-Malavergne O. (1991), Traitement des informations langagières en situation d'évaluation personnelle : effets liés à la structure de la tâche et à sa significativité sociale. Communication au colloque *Cognition, cognition sociale et la question du soi*, CREPCO, Aix-en-Provence, Mars 1991.

Camus-Malavergne O. (1994). Stratégies langagières de présentation de soi selon l'attitude du recruteur. Communication au 8^e Congrès International de Psychologie du Travail et des Organisations, Neuchâtel, 31 Août - 2 Septembre 1994.

Camus-Malavergne O., Chabrol C. (1995). L'enquête informative : le rôle de la significativité sociale. Conférence invitée au Colloque *Le questionnement social*, URA CNRS, Université de Rouen, 16-17 Mars 1995.

Camus O. (1996c). « A jamais j'oublie » : mémorisation et jugement esthétique d'un poème de Rimbaud. Communication au 6^e Colloque de l'Association pour la Recherche Cognitive, Villeneuve d'Ascq, 10-12 décembre 1996.

Camus O. (1996d). Aspects normatifs dans l'auto-présentation : conformisme langagier et évaluation personnelle. Communication au 1^{er} congrès international de Psychologie Sociale en langue française, UQAM-Montréal, 22-24 Août 1996.

Camus O. (1996e). Choix de mise en scène par le candidat selon le statut du recruteur. Communication au 9^e congrès de l'Association Internationale de Psychologie du Travail de Langue Française : *Gestion des paradoxes dans les organisations*, Sherbrooke, 27-29 Août 1996.

Camus O. (1997c). Auto-description et « employabilité » : des compétences techniques aux contraintes sociales. Communication au Colloque International *Compétences et contextes professionnels*, Metz, 19-20 Juin 1997.

Chapron K., Camus O. (1998). L'entretien de recrutement : un contrat conversationnel ? Communication au 10^e Congrès de Psychologie du Travail et des Organisations, Bordeaux, 24-27 Août 1998.

Camus O. (1998a). Le métier : élaboration collective d'un objet de valeur et identité groupale. Communication au 10^e Congrès de Psychologie du Travail et des Organisations, Bordeaux, 24-27 Août 1998.

Camus O. (1998b). Consistance du portrait personnelle et proximité de la cible. Communication au 2^e Congrès International de Psychologie Sociale en Langue Française, Turin, 17-19 septembre 1998.

Camus O., Terrade S. (1999). L'évaluation personnelle en recrutement : une analyse pragmatique. Communication au 4^e Colloque International de Psychologie Appliquée, Rennes, 17-19 juin 1999. *Actes du Colloque* (résumés). 61-65.

Camus O. (2000a). Le cadre normatif du questionnement à visée évaluative : de la soumission à la négociation. Communication au 11^e Congrès International de Psychologie du Travail et des Organisations. Rouen, 28-31 août 2000.

Camus O. (2000b). Les résistances socio-cognitives de la « psychologie quotidienne ». Communication au 3^e Congrès International de Psychologie Sociale en Langue Française, Valencia, 21-23 septembre 2000. *Actes du Congrès* (résumés). 205-208.

Camus O. (2000c). De la reproduction idéologique à l'autonomie (une perspective pragmatique). Conférence invitée au 1^{er} Colloque de l'Association Française de Psychologie Politique, Amiens, 20-21 Nov. 2000.

Camus O. (2000d). Le lexique auto-descriptif en situation d'évaluation professionnelle : une médiation entre des contraintes situationnelles paradoxales. Communication au Colloque *La médiation*, Dyalang, IRED, Rouen, 6-8 décembre 2000.

Camus O. (2001b). Les situations d'évaluation professionnelle : un terrain privilégié pour l'étude du contrat de communication. Communication au Colloque en hommage à Rodolphe Ghiglione, *Psychologie sociale de la communication*, Paris VIII, 2-3 Février 2001.

Camus O. (2002c). Médiatisation du discours politique et traitement textuel. Communication invitée au 2^o Colloque de l'Association Française de Psychologie Politique *Psychologie de la démocratie : ses formes, ses mécanismes et ses effets*. Université de Caen, Novembre 2002.

Camus O., Personnaz B. (2003). Modalités spécifiques de l'influence d'un discours politique alternatif. Communication au Colloque du PRIS *Discours politique*, Rouen, janvier 2003.

Camus O. (2003a). L'épistémo-idéologie libérale. Communication au Colloque international bi-disciplinaire *Normes sociales et processus cognitif*. Université de Poitiers, 18-20 juin 2003.

Camus O., Aupérin E. (2004). L'attribution de compétences sociales en entretien de recrutement : étude expérimentale du substrat empirique des inférences du recruteur. Communication au 5^o Congrès International de Psychologie Sociale en Langue Française. Lausanne, 1-4 septembre 2004. *Actes du Congrès* (résumé). 308-309.

Camus O. (2004d). De la validité scientifique à la légitimité épistémo-idéologique (un point de vue socio-historique sur l'expérimentation en psychologie). Communication au colloque international du Groupe d'Etudes Pluri-disciplinaire d'Histoire de la Psychologie, *Marges et marginalisations dans l'histoire de la psychologie*. Paris, 2-4 décembre 2004.

Camus O. (2005a). Citoyen et sujet expérimental. Communication au colloque international *Citoyenneté, Justice et Psychologie*. Université Lumière Lyon 2, 11-13 juillet 2005. *Actes du colloque* (résumé), 55.

Coppola V., Camus O. (2005a). Quelques faits et effets du discours d'information sur le sida. Communication affichée au Congrès de la Société Française de Psychologie. Nancy, 21-23 septembre 2005 [Paru dans les *Actes* sous les références : Coppola V., Le discours d'information sur le sida dans la presse : quelques faits et effets. 163-164]

Coppola V., Camus O. (2005b). Persuasion et prévention du sida : le rôle de l'orientation argumentative et du cadrage de l'incidence. Communication affichée au 7^{ème} Colloque International de Psychologie Sociale Appliquée, Rennes, 20-22 octobre 2005. [Paru dans les *Actes* sous les références : Coppola V. Quelques faits et effets du discours de la presse sur le sida. 109-112]

Coppola V., Camus O. (2006a). L'inquiétude face au sida : les enjeux de l'information. Communication affichée au Colloque *Événements de vie, tracas quotidiens, maladies psychiques ou somatiques : des relations complexes*. Rouen, 9 janvier 2006.

Coppola V., Camus O. (2006b). Prévenir sans stigmatiser : les enjeux complexes de l'information. Communication affichée au Colloque International *25 ans de VIH/sida : regards croisés sur les pays de la francophonie*. Alexandrie, 22-23 février 2006.

Coppola V., Camus O. (2006c). L'information dans les médias : entre vérité révélée et représentation imposée. L'exemple du sida dans la presse. Communication au colloque *Communication publique et pari du développement politique*. Mohammedia (Maroc), 20-22 avril 2006.

Camus O., Lucchet J. (2006). L'autodétermination éthique du point de vue de l'individualisme libéral : une anomalie psychologique ? Communication au Colloque International *Changement X Psychologie : regards croisés*. Rouen, 22-24 juin 2006.

Boudet H., Camus O. (2006). Publicité, éthique et valeur sociale. Communication au Colloque International *Changement X Psychologie : regards croisés*. Rouen, 22-24 juin 2006.

Coppola V., Camus O. (2006d). Le sida dans la presse : du fait à sa représentation. Communication au Colloque International *Stéréotypage, stéréotypes : fonctionnements ordinaires et mises en scène*. Montpellier, 21-23 juin 2006.

Coppola V., Camus O. (2006e). Un discours ancré dans la mémoire sociale : le cas du sida dans la presse. Communication à la 8^{ème} Conférence Internationale sur les Représentations Sociales : *Représentations sociales : médias et société*. Rome, 28 août-1^{er} septembre 2006.

Coppola V., Camus O. (2006f). La construction médiatique des propos de l'accusé dans une chronique judiciaire : effets sur l'attribution de responsabilité. 6^{ème} Congrès International de Psychologie Sociale en Langue Française. Grenoble, 30 août-2 septembre 2006.

Coppola V., Camus O. (2006g). To prevent without stigmatizing : complex stakes concerning information on AIDS. 3rd International Conference of the Association for Communication in Healthcare. Basle, 5-8 septembre 2006.

Camus O., Patinel J. (2007). Publicité et pilosité féminine : effets en réception d'une transgression normative. Communication au 2^{ème} colloque international de psychologie sociale de la communication. Université de Bourgogne, Dijon, 22-23 juin 2007.

Camus O. (2007c). Faut-il considérer les mécanismes de la reproduction idéologique comme "fondamentaux" ? Communication au colloque 30 années de psychologie sociale avec Jean-Léon Beauvois. REPAPS, Paris, 27-29 juin 2007.

4. Chapitres de livres

Camus O. (1999b) Les interactions langagières. Dans J.-P. Pétard (Ed.), *Psychologie sociale*. Paris : Bréal. 259-316.

Camus O. (2003c). De la reproduction idéologique à l'autonomie (une perspective pragmatique). Dans L. Baugnet (Ed.), *Constructions identitaires et dynamiques politiques*. Bruxelles : Presses Inter-Universitaires, Peter Lang, 219-236.

Camus O., Georget P. (2003). L'analyse des discours médiatiques. Dans C. Bonardi, N. Roussiau, C. Roland-Lévy & P. Georget (Eds). *Psychologie sociale appliquée. Tome 4 : Economie, médias, nouvelles technologies*. Paris : In Press. 233-252.

Camus O. (2004e). L'entretien de recrutement : contrat très particulier ou terrain modèle ? Dans M. Bromberg & A. Trognon (Eds). *Psychologie sociale et communication*. Paris : Dunod. 157-172.

Camus O. (2004f). Médiatisation du discours politique et traitement textuel. Dans A. Dorna & P. Georget (Eds), *La démocratie peut-elle survivre au XXI^e siècle ? Psychologie politique de la démocratie*. Paris : In Press. 209-233.

Camus O. (2006b). La reproduction idéologique. Dans A. Dorna & J. M. Sabucedo (Eds). *Etudes et chantiers de psychologie politique*. Paris : L'Harmattan. 127-144.

Camus O. (2007d). Idéologie et communication. Dans J.-P. Pétard (Ed.). *Psychologie sociale*. Paris : Bréal (2^{ème} édition revue). 269-334.

5. Divers

Camus O. (1987). *L'ajustement dans les échanges langagiers au cours d'une tâche coopérative*, mémoire pour la maîtrise, sous la direction de Claude Chabrol, Université de Paris X, 144p. + Annexes.

Camus O. (1988). *L'attribution dans les échanges langagiers*, mémoire pour le DEA, sous la direction de Claude Chabrol, Université de Paris X, 90p.

Camus-Malavergne O. (1991). *Langage et inférences personologiques : la construction de l'identité du locuteur*, thèse pour le Doctorat nouveau régime, sous la direction de Claude Chabrol, Université de Caen, 387p. + Annexes.

Camus-Malavergne O. (1995). La restitution d'un discours politique en fonction de ses caractéristiques sémio-linguistiques. Groupe de Recherche sur la Parole, Université de Paris VIII, ronéo, 34p.

Camus O. (1998a). Note de lecture de K. Kostulski & A. Trognon : Communications interactives dans les groupes de travail. *Psychologie du Travail et des Organisations*, vol n°1-2 (paru en 1999). 179-182.

Camus O. (2004g). Fonctionnement socio-cognitif et pathologie sociale (éléments de réflexion sur le "sujet" de la psychologie sociale expérimentale). Conférence invitée à la journée d'étude inter-laboratoires *Culture, travail et psychopathologie*, Lille III, 11 Mars 2004.

Camus O. (2005b). Fondements normatifs de l'évaluation psychologique en entretien de recrutement. Conférence invitée au Colloque *Accéder à un emploi... et le conserver*. Université Bordeaux 2, 24 mars 2005.

Camus O. (2005c). Propos sur le clivage gauche-droite à l'heure du référendum sur le traité constitutionnel européen. *Cahiers de Psychologie Politique* 7, juillet 2005, R4SR1, 7p.

Camus O. (2005d). Note de lecture de D.-R. Dufour : L'art de réduire les têtes. Sur la nouvelle servitude de l'homme libéré à l'ère du capitalisme total. Dans *Cahiers de Psychologie Politique* 7, R5SR6, 2p.

Camus O. (2006c). Note de lecture de P. Charaudeau : Le discours politique. Les masques du pouvoir. *Les Cahiers de Psychologie Politique*, 9. 2p.

Camus O. (2007e). Note de lecture de A. Dorna & J. Quellien. Les propagandes. Actualisations et confrontations. *Les Cahiers de Psychologie Politique*, 9. 4p.

Annexe B. Recherches effectuées : illustrations complémentaires (documents non publiés ou en cours de publication).

B1. L'évaluation psychologique du recruteur (I.2.) : discours-support (d'après 1996d).

Le discours-type « pour le Rectorat »

Avant d'entrer à la fac, je suis allé dans un centre d'information et d'orientation et j'ai demandé des renseignements sur les différentes études qu'on pouvait faire ; j'ai vu que la psychologie était intéressante. L'information relative au contenu des études de psychologie m'a semblé peut-être un peu floue; ainsi, en biologie je ne pensais pas que le programme était aussi poussé, mais je savais que cette matière figurait dans l'enseignement ; on m'avait dit aussi qu'il y avait des statistiques. J'ai donc choisi librement le DEUG de psychologie, parce que l'on m'a correctement informé.

Il est vrai que le conseiller d'orientation, quoique donnant une information assez générale, renseigne bien l'étudiant sur le cursus universitaire.

Je pense que les différents fascicules existants fournissent eux aussi une information claire sur les études de psychologie. C'est la consultation de ces fascicules qui m'a conduit à la psychologie. J'avais également discuté avec des étudiants.

Ainsi, j'ai obtenu une information presque suffisante sur les études de psychologie.

Au niveau des débouchés, il faudrait peut-être qu'on donne aux étudiants davantage d'informations ; personnellement je ne suis pas très très bien renseigné, mais c'est sûr que je n'ai pas tellement cherché ; je pense que si j'avais vraiment voulu, j'aurais pu acquérir d'autres informations.

Je souhaite une profession en rapport avec les enfants ; éducateur spécialisé me conviendrait probablement. J'envisage plutôt des études courtes, mais peut-être que je changerai d'avis.

Sincèrement j'estime que si un étudiant ou un futur étudiant veut obtenir des informations sur une discipline quelconque, il lui suffit d'aller chercher ces informations et non pas attendre que l'information vienne vers lui.

Le discours-type « pour un Journal Universitaire »

Je suis actuellement en première année de psychologie, et je ne pense pas avoir obtenu suffisamment d'informations avant de choisir mon orientation.

Au lycée on nous a distribué des brochures, dans lesquelles figuraient notamment des renseignements sur les études de psychologie ; mais dans l'ensemble, j'ai trouvé que l'information donnée dans ces brochures était insatisfaisante ; ainsi, je n'y ai pas trouvé les renseignements que j'aurais souhaités sur les métiers de la psychologie.

Il existe bien sûr des centres d'information et d'orientation, mais ils ne sont pas très faciles d'accès, d'abord on ne sait pas toujours où ils se trouvent, et les conseillers ne se montrent pas vraiment à notre disposition. Pour ma part, comme je voulais une information précise sur le contenu de l'enseignement, j'ai pris l'initiative d'aller consulter un conseiller d'orientation. Mais il n'a pu me fournir que quelques vagues indications. Ainsi, quand je suis arrivé à la fac, j'ignorais par exemple que l'enseignement de biologie était si important.

Ce n'est qu'une fois entré à la fac que j'ai enfin pu avoir une idée plus précise sur les études de psychologie. J'ai surtout eu la chance de rencontrer des étudiants en DESS, qui m'ont éclairé sur les différentes orientations possibles.

Au début je pensais faire des études courtes, mais je suis intéressé par la psychologie et finalement je souhaite poursuivre au-delà du DEUG car j'aimerais faire une carrière dans la psychologie. Cela dit je pourrais encore changer d'avis, car en ce qui concerne les débouchés, je ne sais toujours rien de précis ! J'ai des amis dans d'autres UFR et c'est pareil, ils ne savent pas sur quoi ils vont déboucher.

L'information ne nous est pas donnée comme ça, ou alors elle est très superficielle, et il faut vraiment faire des démarches pour se renseigner. En définitive c'est peut-être un problème de société. Il serait nécessaire de prendre des mesures, pour nous donner les moyens de choisir une orientation en connaissance de cause.

B2. L'évaluation du locuteur en fonction de la conformité contractuelle de son discours (I.2.) : quelques résultats (d'après 1996d).

Tableau 1
Traits discriminant les groupes

		Groupe R	Groupe JU
Discours <i>représentatif</i>	moy locuteur R moy locuteur JU	+1.33 → +1.29 →	← -0.46 ↓ ← +1.75 ↑
	d R - JU moy s	+0.04 1.97	-2.21 2.30
		F s. à .0007 Prob (effet vrai > 1.21) = .95	
Locuteur <i>travailleur</i>	moy locuteur R moy locuteur JU	+1.29 → +0.87 →	← +0.33 ↓ ← +1.70 ↑
	d R - JU moy s	+0.42 1.79	-1.38 2.16
		F s. à .0031 Prob (effet vrai > 0.83) = .95	
Locuteur <i>réaliste</i>	moy locuteur R moy locuteur JU	+1.83 → +1.45	← +0.29 ↓ +1.95 ↑
	d R - JU moy s	+0.38 1.84	-1.67 2.62
		F s. à .0030 Prob (effet vrai > 0.95) = .95	
Locuteur <i>décidé</i>	moy locuteur R moy locuteur JU	↓ +1.54 → ↑ +0.50	← +0.15 +0.90
	d R - JU moy s	+1.04 1.55	-0.75 2.97
		F s. à .0118 Prob (effet vrai > 0.65) = .95	
Locuteur <i>pessimiste</i>	moy locuteur R moy locuteur JU	↓ -0.70 ↑ +0.58	-0.50 -0.46
	d R - JU moy s	-1.29 1.83	-0.04 2.82
		F s. à .0581 Prob (effet vrai > 0.18) = .95	
Locuteur <i>immature</i>	moy locuteur R moy locuteur JU	↓ -1.58 → ↑ -0.91	← -0.29 -1.20
	d R - JU moy s	-0.67 1.63	+0.92 2.64
		F s. à .0160 Prob (effet vrai > 0.52) = .95	

→←↑↓ mettent en relation deux moyennes significativement différentes (Anova) au seuil maximal de .05.

Tableau 2
Evaluation des locuteurs

		Groupe R	Groupe JU
Note moyenne aux qualités du discours	locuteur R moy _s	+1.29 0.90	+0.71 0.78
	F s. à .0208 Prob (effet vrai > 0.17) = .95		
	locuteur JU moy _t	+1.67 0.81	+1.80 0.98
	d R - JU moy _s	-0.38 1.78	-1.09 1.44
F s. à .0645 (tendance) Effet tenu (Prob (effet vrai > 0.08) = .95)			
Note moyenne aux qualités du locuteur	locuteur R moy _s	+1.24 0.76	+0.41 1.08
	F s. à .0036 Prob (effet vrai > 0.37) = .95		
	locuteur JU moy _s	+0.82 0.95	+1.05 0.75
	d R - JU moy _s	+0.42 0.95	-0.64 1.36
F s. à .0030 Prob (effet vrai > 0.49) = .95			
Note moyenne aux défauts du locuteur	locuteur R moy _s	-0.78 0.97	-0.31 0.99
	locuteur JU moy _s	-0.02 0.85	-0.31 0.91
	d R - JU moy _s	-0.76 1.06	-0.01 1.50
F s. à .0483 Prob (effet vrai > 0.13) = .95			
Indice évaluatif global*	locuteur R moy _s	5.79 1.40	4.10 1.90
	F s. à .0010 Prob (effet vrai > 0.88) = .95		
	locuteur JU moy _s	3.95 1.83	4.68 1.42
	d R - JU moy _s	+1.84 2.69	-0.58 2.84
F s. à .0039 Prob (effet vrai > 1.08) = .95			

* = (7 : n traits attribués) x n qualités attribuées. 7 est le nombre total de qualités proposées ; un trait est considéré comme attribué lorsqu'il est noté sur la partie positive de l'échelle. L'indice varie de 0 (attribution exclusive de défauts) à 7 (attribution exclusive de qualités) (dans la mesure où n traits attribués > 0 ; l'indice prendrait sinon valeur de donnée manquante.)

Tableau 3
Le témoignage préféré (% de sujets)

	Groupe R	Groupe JU
Choix du discours R	54,2%	25%
Choix du discours JU	45,8%	75%
Khi2 (sur effectifs) s. à .039		

B3. Présupposés normatifs dans le lexique personologique (I.3.1.)

□ Valeur des traits et théorie de l'argumentation.

D'un point de vue linguistique, on peut rendre compte de la valeur des traits à partir de la notion de topos, issue de la théorie de l'argumentation de Ducrot qui montre que l'informativité d'un énoncé est seconde par rapport à son argumentativité (Anscombe & Ducrot 1983). La force argumentative est une forme d'influence qui serait constitutive de tout énoncé. En d'autres termes, signifier c'est orienter l'interlocuteur vers une certaine conclusion, que les propriétés de la langue permettent de laisser dans l'implicite. Ce qui permet à l'interlocuteur de produire les inférences attendues relève de savoirs partagés, "lieux communs" pour traduire au plus près le terme de topoï. Or, de nombreux traits de personnalité ont cette particularité de convoquer par eux-mêmes des topoï, ce indépendamment de leur contexte d'insertion. Et ces topoï sont en fait des normes sociales. Par exemple, qualifier un *quidam* d'"avare" n'est pas tant informer qu'il dépense peu (valeur informative) qu'amener l'interlocuteur à conclure que cette personne n'est pas fréquentable (valeur argumentative, c'est-à-dire dans ce registre : signification évaluative). Est de la sorte réaffirmer la valeur sociale de la dépense, et donc des moyens qui la permettent (d'où la grande quantité dans notre langue d'attributs de même signification qu'"avare"). Ou encore, pour qualifier quelqu'un qui parle facilement avec les autres (valeur informative), le lexique usuel le plus immédiatement accessible (sociable, communicatif, etc...) présuppose la désirabilité sociale de la "communication". Le même topos ("Plus on communique, plus on est quelqu'un de bien") est convoqué par : replié sur soi, réservé, effacé, etc..., transmettant la valeur informative opposée. Il est en revanche difficile de trouver des traits convoquant un topos contre-normatif ; de tels traits s'avèrent en fait essentiellement descriptifs (dans l'exemple : bavard *versus* discret), leur orientation évaluative étant relative au contexte.

□ Illustration proposée dans un manuel de psychologie sociale (2007d).

Le tableau suivant permet de rendre compte de la signification des traits.

Valeur sociale (topos normatif)	La signification des traits de personnalité	
	Valeur informative	
	<i>qui fait X</i>	<i>qui ne fait pas X</i>
Il est bien de faire X	1. Qualité	2. Défaut
<i>Il n'est pas bien de faire X</i>	3. Défaut	4. Qualité

Par exemple : Si "faire X" est : dépenser de l'argent, on pourra inscrire dans le tableau :

- en 1 : généreux, libéral, prodigue, large...
- en 2 : avare, radin, avaricieux, pingre...
- en 3 : dépensier
- en 4 : économe.

Question :

Dans ce tableau, certaines cases sont plus faciles à remplir que d'autres – ici les cases 1 et 2. De plus, dans l'exemple choisi, la pesanteur évaluative des traits 1 et 2 est plus forte que celle des traits 3 et 4 (pour le dire autrement : l'image du "dépensier" est bien moins défavorable que celle du "pingre" ; dans les traits "dépensier" et "économe", la signification évaluative reste, hors contexte, pour partie indéterminée). Que pouvez-vous en conclure quant aux normes dominantes ?

B4. Effet de la significativité sociale de la tâche sur la relation entre sentiment de proximité et attribution de valeur au locuteur (I.3.2.) (d'après 1996d).

Tableau 1
Corrélation (rBP) entre sentiment de proximité et indices évaluatifs

	Groupe R	Groupe JU
sentiment de proximité et note moyenne aux défauts		
locuteur R	+0.29	-0.20
locuteur JU	-0.53	-0.53
sentiment de proximité et nombre de défauts attribués		
locuteur R	+0.35	-0.33
locuteur JU	-0.38	-0.54
sentiment de proximité et indice évaluatif global		
locuteur R	-0.39	+0.43
locuteur JU	+0.50	+0.65
sentiment de proximité et note moyenne aux qualités du discours		
discours R	+0.65	+0.69
discours JU	+0.49	+0.59
note moyenne aux qualités du discours et indice évaluatif global du locuteur		
discours R	-0.13	+0.57
discours JU	+0.33	+0.75

Tableau 2
Sentiment de proximité

	Groupe R	Groupe JU
du locuteur R moy _s	+0.96 1.65	-0.50 1.89
F s. à .0066 Prob (effet vrai > 0.60) = .95		
du locuteur JU moy _s	+0.63 1.50	+0.96 1.92
d R - JU moy _s	+0.33 2.33	-1.46 3.23
F s. à .0327 Prob (effet vrai > 0.43) = .95		

B5. Consistance du portrait personologique : auto-description versus description d'autrui (I.3.3.) (d'après 1998b)

Tableau 1

<i>Les indices globaux</i>			
Description de :	Gr.1 <i>soi</i>	Gr.2 <i>autrui équivalent social</i>	Gr.3 <i>autrui socialement distant</i>
Orientation évaluative du portrait (Iev)			
moyenne	0,56	1,14	1,12
écart-type	0,5356	0,4361	0,4037
t. de Student	Gr.1<Gr.2 (s. à .0001)		
	Gr.1<Gr.3 (s. à .0002)		
Consistance descriptive du portrait (Cdes)			
moyenne	61,54%	82,67%	79,24%
écart-type	16,649	18,0313	16,6212
t. de Student	Gr.1<Gr.2 (s. à .00001)		
	Gr.1<Gr.3 (s. à .00001)		
Consistance évaluative du portrait (Cev)			
moyenne	39,66%	73,70%	72,67%
écart-type	21,066	21,6895	20,701
t. de Student	Gr.1<Gr.2 (s. à .00001)		
	Gr.1<Gr.3 (s. à .00001)		
Corrélations (rBP) entre indices			
Iev-Cdes	.24	dans tous les cas : rBP > .88*	
Iev-Cev	.66*		
Cdes-Cev	.57*		
* s. à .01			

Tableau 2

Pourcentage moyen de traits

de chaque dimension personologique

Description de :		Gr.1	Gr.2	Gr.3
		<i>soi</i>	<i>autrui équivalent social</i>	<i>autrui socialement distant</i>
Energie	pôle +	11,0%	21,0%	18,9%
	pôle -	9,4%	2,3%	2,9%
Agréabilité	pôle +	16,1%	8,9%	9,5%
	pôle -	5,8%	2,0%	1,9%
Conscience	pôle +	15,1%	34,0%	37,9%
	pôle -	10,1%	2,9%	2,7%
Stabilité émotionnelle	pôle +	6,4%	9,3%	8,4%
	pôle -	13,1%	4,2%	3,4%
Ouverture	pôle +	9,9%	12,0%	9,9%
	pôle -	3,1%	3,4%	4,5%

Khi2 sur occurrences pondérées (ddl=18) : s. à .00001

Traits les plus fréquents (choisis par plus des 2/3 des sujets)

		gr.1	gr.2	gr.3
Energie +	décidé	0,36	0,71	0,57
	déterminé	0,32	0,71	0,57
	dynamique	0,45	0,57	0,71
	motivé	0,41	0,86	0,71
	volontaire	0,41	0,57	0,81
Agréabilité +	modeste	0,68	0,10	0,14
	sensible	0,68	0,14	0,14
Conscience +	réfléchi	0,36	0,76	0,76
	sérieux	0,32	0,62	0,81
Conscience -	rêveur	0,73	0,05	0,00
Stabilité émotionnelle-	émotif	0,68	0,00	0,05
Ouverture +	curieux	0,82	0,71	0,52
	intéressé par ses études	0,77	0,95	0,81

B6. La compréhension d'un discours politique en fonction de ses caractéristiques sémio-linguistiques : synthèse des résultats (II.2.2.) (d'après 1995, pp.30-33).

A partir d'un même discours, dont on aura fait varier marquage argumentatif et personnalisation, on obtient donc quatre types de restitutions très différentes. Ces différences peuvent se décrire de façon générale en termes de continuité textuelle : dans chacune de ces versions, le "fil du discours", que l'on pourra définir du point de vue du contenu comme l'objet sur lequel le discours est essentiellement focalisé [non sans rapport avec la cohérence référentielle chez Kintsch et Van Dijk ; on s'interroge ici sur l'argument principal, ou les arguments principaux, du texte, reliant les propositions les unes aux autres] et du point de vue discursif, comme le mode d'organisation principal - i.e. : porteur de l'intention d'action du locuteur-, est spécifique.

1. Version "Personnalisation – argumentation marquée" [Je-Arg+] : **Identifier l'intention du locuteur.**

Rappelons les principales caractéristiques des restitutions de ce groupe : très proches du texte original, les transformations y sont peu nombreuses ; la victime, désignée de la même façon que dans le texte, est donc correctement identifiée, mais non l'agresseur (Cf. le rappel faible dans ce groupe des seules propositions où l'agresseur est nommé - "ceux qui ont voulu cette réforme"). Aucune macro-catégorie ne domine mais toutes sont utilisées, et le marquage argumentatif se retrouve dans toutes. Le rappel des propositions contenant l'argument Je est particulièrement important.

Ces restitutions apparaissent fréquemment comme des mosaïques, l'articulation entre éléments de contenu étant partiellement réalisée d'une part grâce aux connecteurs, d'autre part grâce à une présence fortement marquée du locuteur - qui d'ailleurs est souvent accentuée dans les restitutions, entre autres par la présence de nombreuses modalisations, tant objectives que subjectives. Les sujets ont donc été particulièrement sensibles aux caractéristiques que nous avons manipulées, ce sans doute parce que leur association est inattendue. D'ailleurs, elles ne permettent pas véritablement de reconstruire la continuité textuelle : l'argumentation doit permettre d'expliquer pourquoi *Je* suis offusqué, or le locuteur, qui se veut simple témoin, et non actant, ne donne aucune indication quant à son éventuel rôle actantiel ; c'est donc probablement pour rétablir la cohérence que les sujets se souviennent particulièrement bien de "...bien que j'aie été parlementaire moi-même pendant fort longtemps.", proposition qui relie locuteur et victime (le Parlement), et qui souvent est légèrement modifiée afin de transformer le statut passé de parlementaire du locuteur en statut présent.

Par exemple :

Je suis surpris et offusqué de la manière dont la loi Falloux a été proposée.

En effet, il ne s'est passé que quelques heures entre la remise du projet Vedel et le vote de la loi. Les gens qui proposaient cette loi étaient *bien peu* sûrs d'eux car ils n'ont *même pas* pu défendre ce projet dans la clarté.

On ne doit pas bousculer un régime parlementaire.

J'ai moi-même été parlementaire *depuis* fort longtemps et *j'estime que* ces choses ne doivent pas advenir en République.

Lorsque le sujet ne parvient pas à situer le locuteur dans le schéma actantiel, même si la cohésion reste forte grâce au marquage argumentatif, la restitution manque de cohérence : Je, non impliqué en tant qu'actant, est alors traité comme locuteur s'adressant non à un large public mais à un autrui empiriquement situé, autrui avec lequel il partage un univers de référence ne nécessitant pas d'explicitation dans ce dialogue, mais non identifié par un sujet qui ne se perçoit pas comme destinataire potentiel du discours - ce pourquoi l'agresseur a

finalement un rôle accessoire ici : le sujet ne parvient pas à concilier définition de la situation d'action et texte.

Par exemple :

Je suis profondément choqué par *ce qui vient de se passer* et je considère que *l'opposition comme la majorité* sont responsables de *ce qui s'est passé*.

Moi qui ai été parlementaire pendant de nombreuses années, je n'ai jamais vu *cela*.

Si toutes les lois sont *ainsi* votées, il n'y aura plus de débats parlementaires possibles et *ce comportement* entraînera la fin de la démocratie.

Les démonstratifs ici n'ont aucun référent ; le sujet n'a pu identifier l'événement-objet, mais il est néanmoins capable de construire un texte cohésif, organisé autour d'un Je-témoin et non actant.

2. Version "Personnalisation – argumentation non marquée" [Je-Arg-] : **Evaluer les actants et les actions.**

Les sujets ici transforment beaucoup le texte originel, en particulier dans la désignation des actants. Les propositions focalisées sur l'événement-objet prennent une place importante dans les restitutions, événement qui ensuite est développé sur le mode de la qualification, laquelle est support privilégiée de l'argumentation, tandis que le récit des faits eux-mêmes est accessoire.

La continuité textuelle est donc assurée par les actants, agresseur et victime, principaux arguments communs entre propositions, et par une organisation discursive homogène, relevant essentiellement de la qualification. Le Je-témoin ici est un locuteur qualifiant, et nul n'est besoin de le rattacher au schéma actantiel - il ne peut être objet de la qualification (Cf. la faible restitution de "...j'ai moi-même été parlementaire").

Les restitutions apparaissent comme relativement "bâclées" : les sujets n'ont pas eu besoin de mobiliser des ressources cognitives importantes pour "comprendre quelque chose", et le traitement inférentiel permettant de construire la continuité relève probablement ici de processus automatiques. Le schéma activé correspond au discours de l'émotion et de la colère d'un locuteur scandalisé, dont le point de vue énonciatif dirige le propos référentiel ; les liens logiques entre propositions ne sont pas indispensables, la cohésion étant assurée par le contenu lui-même, la plupart des propositions traduisant le caractère scandaleux de l'événement.

Par exemple :

Je suis offusqué de voir à *quelle rapidité* cette loi a été votée sans être confrontée à un débat sérieux entre la majorité et l'opposition. *De même qu'il est inconcevable* de bousculer le parlement ainsi. Ce n'est pas ainsi qu'*il faut* agir dans un gouvernement républicain, ce n'est plus de la démocratie.

Ou encore :

Je suis désolé de voir que ceux qui voulaient parlementer n'aient pas été respectueux et aient été *aussi impulsifs* à l'égard de l'état.

Tous les grands problèmes difficiles à résoudre pourraient être *arrachés* de cette manière-là.

Cette conduite est différente d'un régime démocrate. Cela n'aurait *jamais dû* se passer.

Cela *ne devrait jamais* se passer ainsi en régime républicain. Les gens n'étaient pas assez précis et sûrs d'eux pour s'exprimer avec clarté. Le projet Vedel a été réalisé et puis apporté quelques heures après au parlement.

Le sujet ici n'a pas compris - mais est néanmoins capable d'une restitution relativement longue - parce qu'il n'a pas correctement identifié l'événement-objet, inféré à partir du chapeau (évoquant la délégation de parents et enseignants du public), mais sa lecture du texte est restée suffisamment superficielle pour ne pas infirmer cette inférence. On observe par ailleurs ici une difficulté d'intégration des propositions narratives mémorisées : n'ayant pas compris le

texte, le sujet ne peut *évaluer* les faits rapportés, et par conséquent ceux-ci ne sont pas reliés à l'ensemble du discours.

3. Version "Impersonnalisation – argumentation marquée" [IL-Arg+] :
Expliquer le point de vue du locuteur.

Les transformations sont ici les plus importantes ; elles portent parfois sur la victime, qui est relativement moins bien identifiée que dans les autres groupes, très peu sur l'agresseur, mais essentiellement sur les actes, en particulier dans l'exposition de l'événement et dans l'explication. La qualification là encore tient une place importante. Elle est également utilisée, avec l'explication, pour argumenter.

La continuité textuelle ici est assurée, sur le plan du contenu, par les actes plutôt que par les actants - les faits et actions, réels ou hypothétiques, sont plus importants que précédemment -, et par une relative homogénéité discursive (prédominance de la qualification, mais le récit et l'explication ne sont pas pour autant négligés) que renforcent les relations logiques entre propositions : les sujets intègrent les différents types d'actes à une argumentation objective, qu'ils n'éprouvent pas le besoin de modaliser. Le texte prend sa signification dans un mouvement argumentatif visant à démontrant pourquoi "c'est offusquant".

Par exemple :

Il est clair que le vote de la loi Falloux a été un *vote autoritaire*. Le temps entre le rapport Vedel sur la révision et le vote à l'assemblée n'a été que de quelques heures.

Il a *donc* été impossible pour l'opposition, aussi respectable que toute autre opposition, d'exprimer leur opinion et d'exprimer la divergence entre les idées.

Cet abus de pouvoir *est consternant car* il n'exprime pas la liberté du pays et risque de réduire considérablement la démocratie du pays et de priver ce dernier d'une de ses grandes caractéristiques.

On retrouve le caractère un peu bâclé des restitutions précédentes, trahissant la faiblesse des ressources cognitives mobilisées par un texte sémiotiquement cohérent. Par ailleurs, l'utilisation de la qualification des actes dans un raisonnement argumentatif objectif est ici très nette.

Le rôle de la focalisation sur les actes dans l'établissement de la continuité peut être illustré par l'exemple suivant :

Il est inadmissible qu'à l'heure actuelle de se rebeller face à une loi.

Il faudrait comprendre lors de l'élaboration d'une loi il apparaît un vote et que pendant ce vote qui se fait au niveau du parlement, tout individu doit pouvoir donner son avis sur la loi.

Il apparaît qu'il y ait eu un projet de loi puis le vote de la loi et tout ceci a duré quelques heures.

Je pense que si le parlement n'a pas su diriger un vote, où ira à l'heure actuelle ce pays dit démocratique.

Le sujet, bien que n'ayant pas compris, a su là encore reconstruire un texte cohésif, organisé autour du "vote". Les actants en sont relativement absents.

Un dernier exemple pourra appuyer l'hypothèse d'une transformation automatique des actes, comme si la lecture elle-même avait été déterminée par les *a priori* du sujet :

Il est regrettable que ceux qui étaient contre la réforme n'aient pas pris le temps de réfléchir aux problèmes que cela posait. Ceux qui étaient dans l'opposition n'ont pas assez étudié le dossier et donc n'étaient pas en mesure de soutenir un débat. Aussi ont-ils évité ce débat.

4. Version "Impersonnalisation – argumentation non marquée" [Il-Arg-] :
Comprendre le propos.

C'est le groupe qui identifie le mieux l'agresseur, ce qui nécessite un travail inférentiel important. La victime a contrario est parfois mal identifiée, et son importance dans le discours est moindre. Comme dans l'autre version non cohérente sémiotiquement, aucune véritable

dominante n'apparaît dans les macro-catégories ; qualification et explication joueraient néanmoins un rôle dans l'établissement de la continuité textuelle.

Les transformations des actes d'explication, et le marquage argumentatif des propositions de toute catégorie, suggèrent qu'à la différence du groupe Je-Arg-, les sujets ici ont su, par la mise en oeuvre de processus inférentiels faiblement automatisés, reconstituer une relative continuité en interprétant le texte comme discours développant une argumentation logique. Mais le bouleversement de l'ordre logique de l'argumentaire dans le texte originel n'a pas permis, pour cette construction, de s'appuyer sur les actes ; les inférences référentielles relatives à l'actant principal, à savoir le responsable de l'action, ont dû être effectuées, pour relier entre elles les propositions du texte.

Ainsi, malgré la (relative) non cohérence sémiotique, les restitutions ne se font pas à l'identique - ce qui est peu transformé est mal compris -, parce que ce discours apparaît d'emblée comme doté d'une faible "lisibilité" - tandis qu'en Je-Arg+, le problème est posé spécifiquement par l'association de deux types de caractéristiques qui par ailleurs, prises isolément, ont des effets plutôt facilitateurs sur la mémorisation, ou pour le moins accentuent la lisibilité ; d'où la remise en question de la définition de la situation d'action par certains sujets. En Il-Arg-, on peut supposer que dès la lecture les sujets sont incités à travailler sur la matière textuelle parce qu'*elle n'est pas automatiquement compréhensible*, et ce indépendamment même de la situation d'action.

Les restitutions ici témoignent en général de l'importance des ressources cognitives mobilisées : les phrases y sont plutôt longues et syntaxiquement complexes, les sujets ayant reconstitué, entre des propositions aux contenus d'apparence hétérogène, des liens logiques et des arguments communs. La qualité linguistique de ces restitutions les opposent radicalement aux précédentes, et révèle le degré élevé de contrôle conscient exercé par leurs producteurs.

Exemple :

Il est important de noter que le gouvernement a voulu faire passer ce texte de loi très rapidement afin que l'opposition n'ait pas le temps de formuler des réticences à l'égard d'un texte que les auteurs eux-mêmes auraient eu du mal à défendre si le débat s'était prolongé.

La démarche utilisée par le gouvernement est l'exemple même de ce qu'il ne faut pas dans une République démocratique.

On voit ici, outre la complexité argumentative de la première phrase qui syncrétise l'exposé des faits pour le rendre cohérent, l'importance de l'agresseur, qui est nommé d'entrée.

Lorsque le sujet ne parvient pas à identifier l'agresseur, la cohérence est affectée - ce qui n'était pas le cas dans les versions précédentes -, et la restitution apparaît confuse, comme dans l'exemple suivant, où le Parlement, initialement victime, devient agresseur à la fin :

Il est offusquant de constater une telle réaction, alors que les parlementaires n'ont pas eu le temps de se faire entendre. De plus de telles réactions ne sont pas acceptables dans le cadre d'un régime républicain, car à ce moment toutes les lois trop difficiles à être acceptées pourraient être arrachées de la même manière.

De plus les parlementaires apparemment ne voulaient affronter le débat de manière franche.

Enfin, c'est dans ce groupe que l'on trouve les "résumés" les plus concis, témoignant de l'important travail cognitif des sujets, comme dans l'exemple suivant :

Il est intolérable que la majorité n'ait pas consulté l'opposition en ce qui concerne la révision de la loi Falloux. Ce genre de procédé est anti-républicain et anti-démocratique.

B7. Impact persuasif d'un discours politique en fonction de son introduction médiatique (II.2.3) (d'après 2002c).

Attitude à l'égard de l'objet du propos :

1. A l'égard des grèves (auxquelles le propos s'oppose)

Pas de changement significatif (moyenne générale avant : 4.9 / après : 5.1 – échelle en 6 points).

2. A l'égard des réformes (que le propos défend)

Locuteur		Modalisation introductive			Moyenne/ locuteur
		<i>Ainsi</i>	<i>Violamment</i>	<i>Fermement</i>	
Chirac	Avant	2.5	2.5	2.2	2.4
	Après	3.1	2.9	2.5	2.8
		s. à .02			s. à .005
Philibert	Avant	2.3	2.3	2.3	2.3
	Après	2.5	2.7	2.5	2.6
Moyenne/ Modalisation	Avant	2.4	2.4	2.2	
	Après	2.8	2.8	2.5	
		s. à .07		s. à .03	

↳ Chirac est plus convaincant que Philibert (crédibilité de la source – en dépit du positionnement politique des sujets – « plutôt de gauche »).

↳ Les modalisations *Ainsi* et *Violamment* déterminent également l'évolution de l'attitude des sujets vers la position défendue dans le texte.

Remarque : Un effet texte est à relever ; tous groupes confondus, on observe un changement significatif en direction de la position défendue dans le texte :

s. à .02

Prob - 0.56 < effet vrai < -0.18 = .90.

**B8. Accord avec la source en fonction du contenu, conforme versus alternatif, et de la mise en scène, médiatique versus rationnelle, de son discours (II.2.3)
(d'après 2007b)**

Tableau 1
Identification du positionnement politique de la source

Contenu	conforme		alternatif	
	médiatique	rationnelle	médiatique	rationnelle
Mise en scène				
"à gauche"	25%	8,7%	62,5%	61,9%
"au centre" / NRP	37,5%	21,7%	31,3%	28,7%
"à droite"	37,5%	69,6%	6,3%	9,5%
Khi2 sur effectifs s. à .000001				

Tableau 2
**Positionnement politique de la source rapporté au positionnement
politique propre**

Contenu	conforme		alternatif	
	médiatique	rationnelle	médiatique	rationnelle
Mise en scène				
source plus extrême	30%	15,8%	25%	20%
positionnement similaire	10%	15,8%	41,7%	46,7%
source plus modérée	10%	0	16,7%	26,7%
source opposée	50%	68,4%	16,7%	6,7%
Khi2 sur effectifs s. à .01*				

L'effectif total ici n'est que de 56 sujets, du fait des non réponses à la demande d'auto-positionnement politique.

Tableau 3
Sentiment de proximité/distance à la source

Contenu	conforme		alternatif	
	médiatique	rationnelle	médiatique	rationnelle
Mise en scène				
"proche"	12,5%	8,7%	56,3%	76,2%
réponse ambivalente*	37,5%	17,4%	18,8%	9,5%
"éloigné"	50%	73,9%	25%	14,3%
Khi2 sur effectifs s. à .00002				

*Exemple : "proche, car il faut développer la technologie, et éloigné, car je ne crois pas tout ce qu'il dit" (sjt 2, C-Med).

Tableau 4
Expression de l'accord/désaccord avec la source

Contenu	conforme		alternatif	
	médiatique	rationnelle	médiatique	rationnelle
accord argumenté unilatéralement	12,5%	4,3%	37,5%	57,1%
réponse ambivalente (orientation bilatérale)	50%	56,5%	50%	38,1%
désaccord argumenté unilatéralement	37,5%	39,1%	12,5%	4,8%

Khi2 sur effectifs s. à .002

B9. Le traitement socio-cognitif d'un discours politique : modèle d'analyse et application (II.2.3.) (extrait de 2007a)

Abréviations utilisées dans la désignation des conditions expérimentales :

- Contenu, conforme : "Conf" versus alternatif : "Alt".
- Modèle, médiatique : "Med" versus rationnel : "Rat".

□ **Travail inférentiel et distance au texte**

L'objectif ici est de construire des indicateurs du travail inférentiel, toujours à partir de l'unité propositionnelle. En premier lieu, quelques indicateurs simples peuvent rendre compte de l'investissement cognitif de la tâche :

- la longueur du résumé, mesurée par le nombre de propositions qu'il comprend.
- sa densité référentielle, mesurée localement par le nombre moyen de RN par proposition, et globalement par le nombre distinct de RN qu'il comprend.

Il convient ensuite d'appréhender la proximité/distance entre résumés et textes originels. Un premier indicateur repose sur le dénombrement des nouvelles propositions dans les résumés, c'est-à-dire des propositions qui, à l'issue de la procédure décrite figure 1, n'ont pu être identifiées comme proposition du texte. Cela dit une analyse plus précise suppose une catégorisation de l'ensemble des propositions, suivant qu'elles constituent un équivalent sémantique plus ou moins éloigné de la proposition originelle, ou bien qu'elles reposent sur des inférences logiques, ou encore qu'il s'agisse d'inférences dépendant des connaissances importées par le sujet (voir par ex. Chabrol & Al. 1993:168sq.⁷²). Les catégories utilisées ici ont été initialement définies et appliquées sur un corpus issu d'une consigne de restitution à l'identique d'un discours politique (Camus-Malavergne *op.cit.*) ; elles s'appliquent tout aussi bien au présent corpus. On y distingue, de la plus grande proximité à la plus grande distance au texte⁷³ :

1. Lorsque la proposition restituée est identique à la proposition d'origine ou lorsqu'elle en constitue une *paraphrase* (via l'usage d'un lexique substituable au lexique originel sans en modifier le contenu, ou encore lorsque la substitution lexicale prend appui sur une proximité des signifiants), la distance est moindre.

⁷² Dans l'analyse effectuée par Chabrol & Al., seuls les équivalents sémantiques et les inférences proches avaient été traités.

⁷³ Pour une revue de questions sur les inférences dans la compréhension textuelle, voir par ex. Campion (1996) – même si, comme c'est majoritairement le cas dans la littérature psycho-linguistique, c'est sur la compréhension des textes narratifs que s'appuie le travail de Campion.

Exemple :

"La consommation est le pilier de l'économie" (ConfMed sjt 1) sera catégorisée comme paraphrase de la proposition originelle "La consommation est le premier support de l'économie".

Remarque :

La suppression d'information dans la restitution d'une proposition n'en exclut pas pour autant sa catégorisation comme paraphrase. Cette suppression n'est d'ailleurs généralement pas traitée comme inférence, même si une telle position peut être contestée (Kintsch 1993).

2. Les *déductions* facilitent la construction de la cohésion. Elles ne requièrent que la compétence linguistique. Elles opèrent une transformation des présuppositions logiques en posé. Ou encore, le fait de relier deux constituants propositionnels originellement disjoints, en prenant appui sur des connaissances lexicales, constitue une déduction.

Exemple :

"La consommation est le moteur de la croissance" (ConfRat sjt 2) constitue une déduction de "L'augmentation de la consommation engendre la croissance".

3. Le terme d'*inférence* sera ici réservé aux propositions construites à partir d'autres formes d'implicite que les présuppositions, spécifiquement lorsqu'intervient dans leur élaboration des connaissances construites à partir du contexte discursif.

Exemple :

"On doit trouver d'autres moyens que la consommation et le gaspillage pour s'intégrer socialement" (AltMed sjt 1) constitue une inférence de "C'est par la surconsommation et le gaspillage que nous nous sentons socialement insérés", inférence qui conduit à la transformation du type d'acte originellement réalisé, la nouvelle valeur, prescriptive, étant inférable à partir du contexte discursif (nombreuses assertions d'obligation en fin de texte).

4. Enfin, les inférences d'ordre pragmatique, lesquelles reposent sur la compétence communicative, seront appelées ici *interprétation*. Elles font intervenir des connaissances extérieures au texte et qui ne sont pas d'ordre sémio-linguistique, qu'il s'agisse de connaissances sur le monde ou de connaissances liées aux usages de la communication. L'intégration de référents nouveaux dans une proposition, ou encore l'explicitation de l'intention du locuteur, relèvent ainsi de ce 4^{ème} niveau.

Exemple :

"Ce texte fait l'apologie du libéralisme" (ConfRat sjt 1) introduit un nouveau référent : *libéralisme*, tout en explicitant l'intention communicative du locuteur. Il s'agit donc d'une interprétation. Par ailleurs, ne pouvant être identifiée comme restitution d'une proposition originelle, elle sera considérée comme *nouvelle proposition*.

Remarques :

- Les nouvelles propositions peuvent relever tous les niveaux inférentiels, à l'exception du premier.
- Les restitutions de propositions originelles peuvent relever de tous les niveaux inférentiels.

Chaque proposition peut en même temps être caractérisée suivant qu'elle traduit une compréhension compatible (C) ou non (NC) avec le contenu originel : une paraphrase, déduction, inférence ou interprétation est ainsi cotée C si elle ne contredit pas le propos du locuteur politique ; elle est cotée NC si elle contredit ce propos (contre-sens), ou encore s'il est impossible de lui attribuer un sens cohérent (non sens).

Exemples :

- "(Ce texte suggère) de délocaliser (*relocaliser* dans le texte Alt originel) les entreprises" (AltRat sjt 7) : Paraphrase NC (substitution lexicale appuyée sur la proximité des signifiants et mettant en cause la compétence lexicale).

- "On doit introduire les idéaux des économistes dans la politique d'aujourd'hui (*réintroduire le politique dans les questions économiques* dans le texte Alt originel)" (AltRat sjt 7) : Déduction NC, issue d'une inversion objet/circonstant.

- "Il faut que les gens prennent part à l'économie" (ConfMed sjt 7) : Interprétation NC. Le texte Conf met notamment en cause "l'excessive idéologisation des questions économiques", qu'il convient de "dépassionner" ; or ce lexique, dans un discours libéral sur la croissance, contient usuellement l'intention de signifier que l'économie est affaire de spécialistes.

Tableau 1
Nombre moyen de propositions, de propositions originelles et de nouvelles propositions dans les résumés

Contenu	conforme		alternatif	
	médiatique	rationnelle	médiatique	rationnelle
Mise en scène				
	Longueur du résumé (n propositions)			
moy	6,07	6,78	5,47	6,70
s	1,4392	2,1311	2,3865	2,9037
	(Tendance : Rat > Med : F s. à .09)			
	n propositions originelles			
moy	4,57	5,26	3,20	4,40
s	1,5046	1,8639	2,6241	2,3709
	- Conf > Alt : F s. à .03 (Tendance : Rat > Med : F s. à .07)			
	n nouvelles propositions			
moy	1,50	1,52	2,27	2,30
s	1,00919	1,4731	1,7099	1,8946
	Alt > Conf : F s. à .05			

Tableau 2
% de sujets ayant produit un ou plusieurs contre sens et/ou non sens

Contenu	conforme		alternatif	
	médiatique	rationnelle	médiatique	rationnelle
Mise en scène				
	50%	30,4%	0	35%
	Khi2 sur effectifs suivant la présence ou l'absence : s. à .02.			

Tableau 5
Fréquence moyenne des propositions de chaque niveau inférentiel

Contenu	conforme		alternatif	
	médiatique	rationnelle	médiatique	rationnelle
Mise en scène				
	Paraphrases			
moy	.427	.321	.300	.277
s	0,2565	0,2071	0,1972	0,2090
	(Tendance : Conf > Alt : F s. à .10)			
	Déductions			
moy	.277	.313	.193	.182
s	0,1896	0,2484	0,2108	0,1906
	Conf > Alt : F s. à .04			
	Inférences			
moy	.096	.156	.340	.321
s	0,1124	0,1462	0,2316	0,1853
	Alt > Conf : F s. < .0000			
	Interprétations			
moy	.200	.211	.167	.221
s	0,1956	0,2356	0,1921	0,1858

□ **Organisation discursive et traitement de la visée du locuteur.**

L'objectif ici est d'appréhender la perception par les sujets de la visée du locuteur, via l'analyse de l'organisation discursive des résumés. On confrontera en particulier la valeur d'acte des propositions restituées à leur valeur d'acte dans les textes originels. On examinera

également dans quelle mesure la nature des actes de parole réalisés dans les textes originels en détermine le traitement textuel.

Cette dernière dimension de l'analyse suppose donc une catégorisation des actes ; les catégories particulières utiles ici sont bien entendu fonction du contexte spécifique de cette recherche, mais les principes qui président à leur construction sont généraux. On prendra notamment appui sur la classification proposée par Chabrol & Bromberg (1999) dans un contexte de débat médiatique ; des 5 sphères que définissent les auteurs, 3 sont convoquées dans le présent corpus :

- sphère de l'information : "informer, pour obtenir, confirmer ou faire partager une connaissance ou un savoir objectivable, descriptif, explicatif et/ou exemplifié et donc authentifié, dans le but de co-construire un environnement mutuellement manifeste à propos de la factualité ou de la contre-factualité des objets des mondes du discours. Ce qui est en jeu, est la vérité ou la fausseté de la dénotation référentielle (...)" (Chabrol & Bromberg, *op.cit.*298). On distinguera, à l'intérieur de la sphère de l'information :

- les actes relevant d'une organisation discursive descriptive (voir Charaudeau 1992:653sq.), et reposant sur des procédés d'identification ou sur des procédés de construction objective du monde. C'est le cas des propositions introduisant le discours en explicitant l'objet du propos (OBJ), ou encore des propositions visant à identifier ou à qualifier les êtres du monde "à l'aide de traits qui sont censés pouvoir être vérifiés par tout autre sujet que le sujet parlant" (Charaudeau 1992:673) (DES), ce qui est le cas pour 32% des propositions originelles de chaque texte. Précisons que dans le présent contexte, les procédés discursifs utilisés participent d'une visée argumentative.

Remarque :

L'unité de dénombrement reste la proposition, ce pour des raisons méthodologiques.

Exemples :

- "Economie et croissance" (titre des textes Conf) : OBJ
- "Le texte portait sur la décroissance" (AltMed sjt 3) : OBJ
- "Il y a des freins à cette croissance" (ConfRat sjt 4) : DES

- les actes relevant directement d'une organisation discursive argumentative (Charaudeau *op.cit.* 779sq.), et plus spécifiquement ici, explicative (EX). Le contenu de ces propositions est défini dans son rapport avec le contenu d'autres propositions, rapport formellement marqué par un connecteur logique, ce qui est le cas pour 43% des propositions originelles des textes Rat, et pour 11% de celles des textes Med.

Exemple :

"L'entretien de la croissance suppose donc la création de nouveaux marchés" (P5 des textes Conf) : EX.

- sphère de l'évaluation : "évaluer, pour marquer l'attitude d'un locuteur vis-à-vis de son propos ou celui d'un interlocuteur, quant à la conformité vis-à-vis de normes déontiques, de savoirs épistémiques ou de la cohérence énonciative et argumentative dans le but d'établir un système de croyances dominant, mutuellement conçu et accepté comme vraisemblable" (Chabrol & Bromberg *op.cit.* 298). Les actes classés ici, à la différence des précédents, portent la trace d'une instance énonciative (explicitement personnalisée ou non). Le contenu des propositions concernées apparaît ainsi comme émanant d'un point de vue subjectif, *via* l'appui sur des procédés de la construction énonciative (Charaudeau *op.cit.* 647sq.) (SUBJ). Dans les textes originels, ces propositions ne se rencontrent que dans la modalité Med (32% des propositions). Précisons que les modalités énonciatives (Charaudeau *op.cit.*569sq.) sont

principalement, dans le présent corpus : l'opinion, l'appréciation, et le discours rapporté (dans les résumés).

Exemples :

- "J'ai le sentiment que l'accès à la consommation nous rapproche les uns des autres" (P9 du texte ConfMed) : SUBJ (opinion).

- "L'auteur pense que la consommation est une idéologie" (AltMed sjt 9) : SUBJ (discours rapporté).

- sphère actionnelle : "inciter, pour publiquement engager autrui à faire ou ne pas faire quelque chose, ou s'engager soi-même à accomplir des actions ou à s'en abstenir (...). Ces incitations (...) peuvent concerner l'ensemble des participants, y compris le locuteur (faire collectif) et présenter les actions comme nécessaires et même comme explicitement prescrites/recommandées ou interdites/déconseillées au nom d'une norme morale, hédonique ou utilitaire" (Chabrol & Bromberg *op.cit.*299). Dans le présent corpus, les propositions concernées relèvent toutes d'une modalité énonciative spécifique : l'assertion d'obligation (OBLIG) (Charaudeau 1992:619sq.), qui rend compte de 21% des propositions originelles.

Exemple 12 :

"Il faut changer tout. Il faut revenir à l'essentiel, les rapports humains" (AltRat sjt 3) : OBLIG

A partir de cette catégorisation, divers indicateurs peuvent être construits :

- pour caractériser globalement l'organisation discursive des résumés, est calculée la proportion des propositions de chaque type.

- pour déterminer l'impact éventuel de la valeur d'acte sur la mémorisation, est relevée la présence *versus* absence des propositions originelles de chaque type dans les résumés.

- pour rendre compte du travail inférentiel des sujets en fonction de la valeur d'acte des propositions originelles, sont dénombrées les occurrences, dans les résumés, des propositions originelles en fonction de leur type initial, en relevant, pour chaque type, sous quelle forme s'est effectuée la restitution, du point de vue pragmatique (type d'acte réalisé dans le résumé) et du point de vue cognitif (niveau inférentiel).

Tableau 6

Fréquence moyenne des propositions de chaque type d'acte dans les résumés

Contenu	conforme		alternatif	
	médiatique	rationnelle	médiatique	rationnelle
Information : propositions OBJ				
moy	.081	.049	.264	.094
s	0,1258	0,1040	0,3756	0,2293
Alt > Conf : F s. à .04 (Tendance : Med > Rat : F s. à .07)				
Information : propositions DES				
moy	.503	.548	.325	.311
s	0,2730	0,2633	0,2795	0,1847
Conf > Alt : F s. à .001				
Information : propositions EX				
moy	.141	.144	.121	.207
s	0,1944	0,1821	0,2025	0,2548
Evaluation : propositions SUBJ				
moy	.161	.093	.178	.099
s	0,1865	0,1663	0,2671	0,1390
Action : propositions OBLIG				
moy	.114	.166	.113	.290
s	0,2406	0,1876	0,2625	0,2609
Rat > Med : F s. à .05				

B10. Le modèle médiatique de la communication : mise à l'épreuve en entretien de recrutement (II.3.2). Quelques résultats, d'après Camus & Aupérin (2004).

"C+" : coopération marquée / "C-" : non marquée.

□ **L'évaluation psychologique du candidat**

Note moyenne aux items psychologiques

		<u>Médiatique</u>		<u>Rationnel</u>	
		<u>C+</u>	<u>C-</u>	<u>C+</u>	<u>C-</u>
Intelligence	moy s	1.8 0.4104	2.0 0	1.5 0.9718	1.7 0.7452
Convaincant*	moy s	1.4 1.2836	1.2 0.8739	0.9 1.6633	0.2 1.6026
Esprit d'initiative*	moy s	1.5 1.1459	1.3 0.9045	0.3 1.4944	0.5 1.4359
Motivé*	moy s	1.9 1.1192	1.7 0.4671	1.1 1.7920	1 1.0954
Dynamique*	moy s	1.7 1.2780	1.5 0.5222	1.0 0.8165	0.7 1.5275
Battant* ^o	moy s	1.9 0.5871	1.0 0.7746	0.5 1.0801	0.1 1.5260
Volontaire*	moy s	1.9 1.0623	1.6 0.6992	1.1 0.8756	0.6 1.4343
Performant	moy s	1.6 1.0369	1.2 0.4410	1.6 0.5164	0.8 1.3850
Evolutif*	moy s	1.6 1.0966	1.1 0.8756	1.1 0.9280	0.4 1.6139

* *Med* > *Rat*, *s.* à .05

^o *Coop* + > *Coop* -, *s.* à .05

	<u>Médiatique</u>		<u>Rationnel</u>	
	<u>C+</u>	<u>C-</u>	<u>C+</u>	<u>C-</u>

"Compétences sociales"

Sociable*	moy s	1.9 0.9952	1.7 0.8233	0.3 1.4944	0.5 1.3486
Se soucie des autres*	moy s	1.3 1.4469	1.1 1.1260	0.0 1.6330	-0.2 1.4371
Esprit d'équipe*	moy s	1.4 1.1991	1.3 1.0090	-0.2 1.6193	-0.3 1.4142
"Compétences cognitives"					
Capacités d'argumentation	moy s	1.1 1.5584	1.3 0.9045	0.5 1.3540	1.0 1.2344
Esprit de synthèse	moy s	1.4 1.1170	1.5 0.5222	0.5 1.3540	1.0 1.4510
Esprit d'analyse	moy s	1.3 1.1106	1.1 0.8312	0.2 1.2019	0.9 1.3727

* *Med* > *Rat*, *s.* à .05

Constat :

- Sur l'ensemble des items à l'exception des "compétences cognitives", de "Intelligence" et de "Performant", les candidats se hiérarchisent comme suit :

$$\text{MedC+} > \text{MedC-} > \text{RatC+} > \text{RatC-}$$

- Seule la variable « Modèle discursif » a des effets significatifs (à l'exception de « Battant »).

□ **L'évaluation de la qualité de l'entretien**

		Note moyenne à la qualité de l'entretien			
		<u>Médiatique</u>		<u>Rationnel</u>	
		<u>C+</u>	<u>C-</u>	<u>C+</u>	<u>C-</u>
moy	s	1.2 1.2891	0.9 1.5783	1.0 1.2472	0.3 1.3093

Med > *Rat*, *s.* à .05

Remarque :

Evaluation du candidat, de l'entretien, et du travail du recruteur, étant étroitement corrélées, on effectuera un traitement global des questions ouvertes.

(Pour illustration : *Moi je fais des bons entretiens quand le candidat est bon et je fais des mauvais entretiens quand le candidat est mauvais* (corpus p.7).

□ **Classement et choix d'un candidat**

Choix d'un candidat : % de sujets (n = 17)

	<u>Médiatique</u>		<u>Rationnel</u>	
	<u>C+</u>	<u>C-</u>	<u>C+</u>	<u>C-</u>
choisi	70,6%	0	0	29,4%
non choisi	29,4%	100%	100%	70,6%

Khi2 s. à .0002

Classement explicite : % de sujets (n = 20)

	<u>Médiatique</u>		<u>Rationnel</u>	
	<u>C+</u>	<u>C-</u>	<u>C+</u>	<u>C-</u>
rang 1 ("le meilleur")	70%	18,2%	0	20%
rang 2	20%	54,5%	55,6%	25%
rang 3 ("le moins bon")	10%	27,3%	44,4%	55%

Khi2 s. à .0005

Classement implicite (issu de l'orientation argumentative des réponses aux questions ouvertes) : % de sujets (n = 21)

	<u>Médiatique</u>		<u>Rationnel</u>	
	<u>C+</u>	<u>C-</u>	<u>C+</u>	<u>C-</u>
rang 1 ("le meilleur")	61,9%	0%	20%	28,6%
rang 2	23,8%	63,6%	60%	14,3%
rang 3 ("le moins bon")	14,3%	36,4%	20%	57,1%

Khi2 s. à .0005

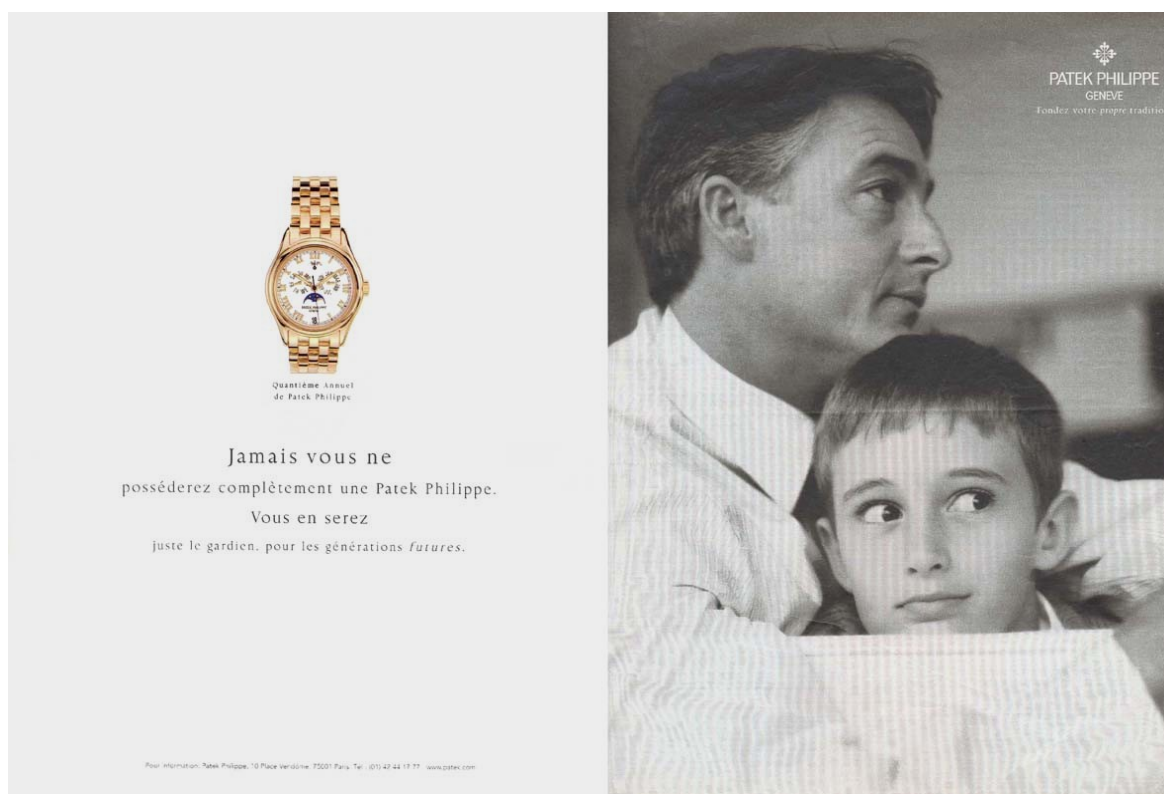
Constat : La hiérarchie des candidats est ici la suivante :

$$MC+ > RC- > MC- \approx RC+$$

B11. Imaginaires socio-discursifs dans la publicité (III.1.2) (extrait de 2007d).

(Exercice proposé dans un manuel de psychologie sociale).

L'analyse pragmatique de la publicité permet de rendre compte de la signification idéologique de messages apparemment anodins :



Exercice :

Analysez cette publicité à partir du modèle du contrat de communication. Comment la construction de la valeur du produit prend-elle appui sur l'imaginaire socio-discursif de la tradition, mais aussi sur celui de la modernité ? Dans quelle mesure l'intrication paradoxale de ces deux imaginaires participe-t-elle, dans le contrat publicitaire, de la reproduction idéologique ?

Corrigé :

- **Contrat de communication**

Le sujet interprétant construit la signification du message à partir d'une représentation initiale de la situation. En l'occurrence il s'agit d'une publicité (domaine de la pratique sociale). Il

s'attend alors à un acte de communication visant à convaincre de la valeur d'un produit de consommation. La source du message peut donc rendre implicite :

- toute référence directe au produit (il n'est désigné que par le nom de la marque) ; l'image (présentation d'une montre) permet certes à une cible non initiée de produire les inférences attendues, mais en même temps une telle cible est construite comme contre-normative par ce type de mise en scène, puisqu'est présumée une notoriété de la marque qui dispense de toute explicitation quant à son registre d'activité.

- toute évaluation explicite du produit lui-même (il n'est pas explicité que cette montre dure longtemps, ou que sa valeur comptera dans l'héritage que vous léguerez). L'implication, et de l'objet dont on parle, et de l'acte d'appréciation que l'on effectue à son propos, relève d'ailleurs de stratégies publicitaires nées avec le marketing et la découverte des effets de résistance à la persuasion.

- **Imaginaires socio-discursifs**

La construction de la valeur du produit s'opère alors en mobilisant les imaginaires socio-discursifs. Ici, les lexèmes choisis comportent un trait sémantique commun : celui de la temporalité, dont le produit vanté sera au final construit comme incarnation. Se trouve ainsi convoqué l'imaginaire de la tradition, qui se décline dans quelques aspects essentiels (transmission de père en fils, relayée par l'image ; devoir moral ("gardien") ; mais aussi : savoir-faire, implicitement convoqué par la mise en relation entre "Genève" et l'image du produit, le savoir-faire traditionnel des horlogers suisses constituant un savoir supposé connu du destinataire). Il ne peut s'agir que d'un produit de luxe (la qualité du produit d'un savoir-faire traditionnel ne saurait, sauf duperie, cibler les masses à faible pouvoir d'achat), ce qui justifie sa prétention à rentrer dans le patrimoine familial. Bref, c'est l'antithèse du produit technologique, doté de fonctions innovantes et conçu pour ne pas durer au-delà de la sortie de la prochaine innovation. Pour cette montre-ci, le temps qui passe et qu'elle est destinée à mesurer a de la valeur (- comme chacun sait, "le temps c'est de l'argent"), valeur sur laquelle elle fonde sa propre sacralisation en la conjuguant à la paternité créatrice ("Fondez", "générations futures").

Le rapport que cette publicité entretient avec les imaginaires de la tradition et de la modernité est néanmoins ambivalent. Les regards de l'homme et de l'enfant, dont l'orientation commune frappe d'autant plus que l'un est de face et l'autre de profil, ne sont-ils pas « tournés vers l'avenir » ? Et dans le message lui-même, le soulignement de deux termes contribue à la

construction de la signification (induction d'un lien entre les termes pareillement marqués) : *futures, propre*. "Votre propre tradition" est en effet susceptible de flatter un sentiment individualiste, et ce sentiment est un support psychologique probablement nécessaire pour que le potentiel d'un produit à signifier la distinction sociale de celui qui en a l'usage constitue effectivement une valeur. Or l'imaginaire de la tradition s'accommode mal de l'individualisme, en ce que la tradition met en cause le rapport à l'histoire (donc à la collectivité, voir Charaudeau 2005, p.163sq). Le soulignement du futur permet justement de contrecarrer l'idée que cette montre pourrait être un objet du passé, en jouant d'une connivence implicite sur la valeur du futur (heuristique de traitement : "ce qui est souligné est important" ; et dans le contrat de communication publicitaire, "ce qui est important est ce qui porte trace de la valeur", ce dans un contexte socio-historique dominé par l'imaginaire de la modernité). La polyphonie émanant de la négation initiale joue elle aussi de ce double registre : la "possession" (valeur individualiste) reste légitime en ce qu'elle ne remet pas en cause les valeurs "traditionnelles" – puisqu'il ne s'agit "pas complètement" d'une possession.

- **Reproduction idéologique**

Se trouve ainsi relativisée la dimension morale (devoir, responsabilité) propre à l'imaginaire de la tradition, et confortée la primauté idéologique de l'individualisme ; et il est en même temps discrètement rappelé (comprenez qui pourra) que cette primauté ne doit pas être affichée en toutes circonstances, le tout conciliant valeurs bourgeoises et valeurs aristocratiques (*cf.* les habitus de classe décrits par Bourdieu, 1979). L'uniformité économique d'une cible par ailleurs hétérogène du point de vue de l'habitus est donc ici le support d'une uniformisation idéologique. Celle-ci est d'autant plus efficace que le message aura su produire, par l'usage de mots fortement connotés ("tradition") et de modalités accentuantes ("jamais", "complètement"...), une impression d'engagement moral. La relativisation des valeurs qu'il opère de fait se trouve ainsi masquée, ce au profit d'une "valeur personnelle" qui se construit *via* le regard social (*cf. supra*, les prescriptions définissant le modèle psychologique de l'individualisme libéral), et qui est susceptible de subsumer symboliquement toutes les valeurs. Or en publicité, il est impossible que cette "valeur personnelle", que la psychologie sociale analyse en termes d'utilité sociale, ne soit pas référée à la valeur économique, car cette référence est contractuellement déterminée.