

Université Abderrahmane Mira De Bejaia
Faculté des Sciences Humaines et Sociales
DEPARTEMENT DES SCIENCES SOCIALES



Mémoire de fin du cycle

En vue d'obtention d'un diplôme de master en sociologie.

Option : Sociologie du travail et des ressources humaines.

Thème :

L'identité professionnelle des cadres.

Cas pratique:

***- Société Nationale d'Electricité et du Gaz (SONELGAZ)
de BEJAIA.***

- Général Plastique (ALLPLAST) D'AKBOU.

Réalisé par:

SAOU Houssem.

TALAOUANOU Daouia.

Encadré par :





M^{me} Gonzar Naima.

2014 - 2015

Remerciements

Nous remercions le bon Dieu le Tout Puissant de nous avoir donné la force nécessaire et la patience qui nous a permis de mener à bien ce modeste travail ;

Nous tenons à remercier :

-  *M^{me} GONZAR, N d'avoir accepté de nos encadrer, nous lui exprimons toute notre reconnaissance pour la confiance et son grand soutien, pour le temps qu'elle nous a consacré toutes les fois que cela était nécessaire, pour ses conseils précieux qu'elle nous a prodigués tout au long de notre travail, pour son aide et sa disponibilité.*
-  *. Mr HADOUCHE. A. notre encadrant a l'entreprise ALL PLAST et son personnel.*
-  *Mr BOUSALAH.DJ, notre encadrant a SONELGAZ et son personnel.*
-  *Nos remerciements vont également à tous ceux qui nous ont aidées et soutenues de près ou de loin.*

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à

- *Mes très chers parents, qui ont toujours cru en moi et en mes capacités.*
- *A mes chers frères : Mohamed, Yacine.*
- *A mes adorables sœurs Dalila, Kahina et Fadhila.*
- *A tous mes cousins et cousines.*
- *A tous mes amis Lampard, Stéphane, Jérimi, Bilal, Mohamed et Fouaz .*
- *Je dédie ce travail à notre promotrice, toute ma famille, Saou à tout ce qui a contribué de près ou de loin à la réalisation et à l'accomplissement de ce travail de recherche.*

Saou housseem

Dédicaces



*Je dédie ce modeste travail aux êtres les
plus chers à mes yeux,
A mes parents qui m'ont beaucoup aidée et
soutenue durant toutes mes années d'étude.
A mes deux adorables frères Faouzi et Youcef
et à ma sœur Siham et son mari.
A mes très chères grands-mères.
A mes tantes Nora, Samia, Souhila...
A mes oncles et leurs familles.
A toutes mes copines sans exception
(Samia, Sabrina S, Sabrina A, Yassmina, Warda,
Cylia, Nadira, ...).
A tous mes amis(es)
A Houssem ainsi qu'à sa famille Saou*

*Mes petites cousines que j'adore (Imane, Aya, et
Malek).
A Amine M.*

DAOUIA

Liste des abréviations :

Abréviation	signification
ALL Plast	Général plastique
BP	Basse pression
DEET	Division études d'exécution travaux électricité et de gaz
DFC	Division finances comptabilité
DGSI	Division gestion des systèmes d'information
DR	Direction régional
DRC	Division relation commercial
DRH	Division ressources humaines
DTE	Division technique électricité
GRTE	Gestionnaire réseau transport électricité
GRTG	Gestionnaire réseau transport gaz
MP	Moyenne pression
MT	Moyenne tension
MT/BT	Gestion des ouvrages
PDG	Président directeur général
PME	Petite et moyenne entreprise
SAG	Subdivision affaire général
SARL	Société à responsabilité limité
SGT	Statut général du travailleur
SONELGAZ	Société nationale d'électricité et du gaz
SPA	Société par action

Liste des tableaux :

Numéro	L'intitulé	page
N°1	Comparaison des variables retenues par SAINSAULIEU et DUBAR	32
N°2	Typologie des formes de rapport au travail selon CULTIAUX et VENDRAMIN	37
N°3	Répartition des enquêtes selon l'âge	75
N°4	Répartition des enquêtes selon le genre	76
N°5	Répartition des enquêtes selon la situation matrimoniale	77
N°6	Répartition des enquêtés selon le lieu d'habitat	77
N°7	Répartition des enquêtés selon la date de recrutement	78
N°8	La répartition des enquêtés selon le poste visité	79
N°9	La corrélation entre la situation actuelle dans le poste occupé et le développement des relations avec autre personne	80
N°10	La corrélation entre l'expérience professionnelle et les relations avec les collègues	81
N°11	La corrélation entre les possibilités d'évolution et les relations avec le chef hiérarchique	83
N°12	La répartition des enquêtés sur le changement de statut dans la vie active	84
N°13	La répartition des enquêtés selon le travail de cadre	86
N°14	La répartition des enquêtés selon la nature de la satisfaction de travail	87
N°15	La répartition des enquêtés selon la réflexion pour résoudre des problèmes d'ordre professionnelle	89
N°16	La répartition des enquêtés selon leurs pensées sur travail d'équipe	90
N°17	La répartition des enquêtés selon la vision future de métier	91

N°18	La corrélation entre l'objectif derrière le changement de poste et de rester dans se poste ou développer la carrière professionnel ailleurs	92
N°19	La répartition des enquêtés selon la sollicité de prise de discision	94
N°20	La répartition des enquêtés selon la communication au sein de l'entreprise	95
N°21	La corrélation entre la réflexion pour résoudre des problèmes et la communication au sein de l'entreprise	96

Sommaire :

Introduction.....

Chapitre I : le cadre méthodologique :

1) Les raisons du choix du thème.....	05
2) Les objectifs de la recherche.....	05
3) La problématique.....	05
4) Les hypothèses	08
5) Définition des concepts.....	10
6) Les études antérieures.....	14
7) Méthode et technique utilisée.....	16
8) Les Entretiens exploratoires.....	18
9) L'échantillon et l'échantillonnage.....	21
10) Les différentes approches.....	22
11) Les difficultés rencontrées.	23

Partie théorique :

Chapitre II : l'identité professionnelle

1- L'évolution du concept d'identité.....	27
1-1-L'approche psychologique et psychanalyste.....	27
1-2-L'approche sociologique.....	28
2-Origin de l'identité professionnelle.....	28
2-1-Everett C Hughes.....	28
2-2-Renauld Sainsaulieu.....	29
2-3-Claude Dubar.....	30
3- Etude comparative des typologies.....	32
4-Les finalités identitaires dans le champ du travail.....	33
4-1-Satisfaction et reconnaissance du travail.....	33
4-2-Diversité des rapports au travail.....	36
5-Les formes identitaires.....	38
5-1- Les formes identitaires de Renault Sainsaulieu.....	38
5-2-les formes identitaires de Claude Dubar.....	40
5-3- les formes identitaires dans les entreprises contemporaines.....	41

Chapitre III : les représentations sociales

1-Clarification du concept.....	45
2-L'historique du concept.....	45
3-L'approche initiale.....	46
4-Représentations individuelles, collectives et sociales.....	47
4-1-Les représentations individuelles.....	47
4-2-Les représentations collectives.....	48
4-3-les représentations sociales.....	48
5-Les constituants de la représentation sociale.....	49
5-1-La communication.....	49
5-2-La reconstruction du réel.....	49
5-3-La maîtrise de l'environnement par le sujet.....	49
6-Caractéristiques et fonctions des représentations sociales.....	50
6-1-Les cinq caractères fondamentaux d'une représentation sociale d'après Jodelet.....	50
6-2- Les fonctions des représentations sociales.....	52
7-Fonctionnement des représentations sociales.....	54
7-1-Par quel mécanisme s'élabore et fonctionne une représentation sociale ?.....	54
7-1-1-L'objectivation.....	54
7-1-2-L'ancrage.....	56
8-L'évolution et la transformation des représentations sociales.....	57
8-1-La théorie du noyau central.....	58
9-Le rôle des représentations sociales.....	60

La partie pratique :

Chapitre IV : représentation de l'organisme d'accueil

A/ SONELGAZ de Béjaïa :

1-Introduction.....	64
2-Présentation de la direction générale.....	64
2-1-Historique de SONELGAZ.....	64
2-2-Le changement structurel.....	64
3-Présentation de la direction régionale distribution Béjaïa.....	66
3-1-Evolution historique et organisationnelle.....	66

B/ ALL PLAST D'AKBOU

1-Présentation de l'entreprise ALL Plast.....	70
1-1-Fiche d'identité de la PME.....	71
1-2-Historique et présentation sommaire de l'entreprise.....	71
Chapitre V: la collecte, l'interprétation et l'analyse des données.	75
Les principaux résultats de la recherche	103
Conclusion.	
Liste bibliographique.	
Annexes.	

introduction

Introduction :

Les organisations sont un type bien déterminé de l'étude sociologique, les recherches en la matière concernant beaucoup de champs, ces dernières se diversifient au fur et à mesure que des phénomènes nouveaux se prêtent à l'analyse. Loin de retracer l'histoire des thématiques transversales de la sociologie du travail et de celle des ressources humaines, nous voulons insister sur le fait de leur diversité, mais aussi de leurs limites dans des espaces culturels constitués.

Dans ce sens, la multiplicité des phénomènes sociaux qui prennent forme à l'intérieur du groupement humain que représente l'entreprise peut former un thème de recherche fort intéressant à étudier. En effet, l'aspect humain est révélateur de tensions, de relations et de processus sociaux qui doivent être pris en considération lors de l'appréhension de chaque groupe social composant une entité bien délimitée.

Dans notre présente étude, le thème que nous soumettons à l'analyse, à savoir les processus de construction de l'identité professionnelle, est l'aboutissement de tout un socle théorique entamé par les recherches pionnières de C. DUBAR et R. SAINSAULIEU¹. Nous voulons faire remarquer au passage que notre travail concerne les cadres travaillant à l'entreprise SONELGAZ de BEJAIA, et l'entreprise ALLPLAST d'AKBOU, et ce au vu des caractéristiques dont est douée notre population d'enquête, sa composition, son expérience et les éléments palpables dont elle est dotée et qui se prêtent à analyse. Selon SAINSAULIEU, l'identité est issue d'un processus de production à la fois collectif et individuel, l'identité et le rapport à soi-même s'élaborent dans la logique collective de l'appartenance à un groupe ou un sous-groupe, où ils sont identifiés comme un membre à part entière. Ce processus de construction est issu aussi de la dimension individuelle. L'identité pouvant être le fruit de leur zone d'influence ou d'incertitude qu'ils maîtrisent. La zone d'influence ou zone d'incertitude maîtrisée par le salarié lui confère un pouvoir sur les autres membres de sa communauté de travail.

Sous un autre registre, nous estimons nécessaire d'associer le concept d'identité professionnelle à ceux de formation professionnelle et de rôle social. Le premier renseigne sur la capacité évolutive du concept d'identité et de production de zones d'incertitudes, le second

¹ Les références sont reprises dans la fin de notre document, la partie concernant la bibliographie.

pour sa part est révélateur de la manière dont se comporter ces cadres est qui se font une image précise de leur organisation et de la place qu'ils doivent tenir dans cette dernière².

A travers de se travail nous allons étudier les façons dont se cristallisent les identités des cadres de l'entreprise SONE LGAZ et ALLPLAST, ce travail tien renvoi essentiellement à l'élucidation des trajectoires individuelles et professionnelles de nos enquêtés comme moyen de constitution de l'identité ; dans un autre contexte, nous focaliserons notre attention sur la manière avec laquelle l'identité des cadres se structure en situation d'interaction avec les collègues de travail. Ces deux éléments, individuels et collectifs, peuvent être compris comme les angles d'analyses sur lesquels est bâtie notre question de départ.

A cet effet, dans notre mémoire, nous avons adopté une manière simple de présenter son contenu. Nous avons réparties notre travail en trois parties qui sont comme suite :

I- le cadre méthodologique explicite les raisons et les objectifs du choix du thème, la problématique, les hypothèses, définition des concepts ,les études antérieurs, méthode et technique utilisée, entretiens exploratoires, l'échantillon et l'échantillonnage, les différentes approches et enfin les difficultés rencontrés.

Le deuxième c'est la partie théorique qui contiens chapitre un (1) qui est consacré à l'identité professionnelle. Le deuxième (2) chapitre qui est consacré sur les représentations sociales.

La troisième (3) c'est la partie pratique récapitule le cadre analytique de la recherche, dont elle contient.

Le quatrième (4) chapitre qui représente l'organisme d'accueil.

Et enfin, le chapitre cinq (5) qui est consacré a la collecte, l'interprétation et l'analyse des données.

²Suivant la définition de Thierry ARDOUIN : *La formation est l'action de se doter de moyens pour permettre l'acquisition de savoir par une personne ou un groupe, dans une perspective contractuelle, en lien avec un contexte donné en vue d'atteindre un objectif.* On se rend compte que l'action de formation est inscrite dans un « contrat » entre le formé et l'entreprise. Elle intègre également la notion de collaboration et d'adhésion, tout en mettant en évidence la notion d'objectif.

I- le cadre méthodologique

1. Les raisons du choix du thème :

Les raisons qui nous ont motivées à choisir ce thème sont les suivantes :

1.1. Les raisons objective:

- Ce thème nécessite une étude, un approfondissement de connaissances, cela est dû aux résultats pertinents et judicieux que l'on peut obtenir via le suivi des cadres, ces derniers représentent une catégorie d'étude à exploiter car elle est composée d'individus-acteurs, qui sont chargés de contrôler, coordonner et concevoir les actions liées à la gestion et le développement de l'entreprise.
- Décrire le double rôle que joue le cadre (encadrement et gestion) dans le développement de l'entreprise, cette raison vient consolider nos acquis théoriques pendant notre cursus de formation, nous voulons à ce titre mettre en pratiques les connaissances que nous avons vu lors des différentes lectures que nous avons effectués.

1-2 .Les raisons subjectives :

- L'importance et la curiosité, la volonté de découvrir la réalité professionnelle des cadres ;
- Accumuler l'ensemble des informations satisfaisantes pour mieux cerner ce thème ;
- Nous voulons changer notre statut social en occupant un bon poste de travail à l'avenir dans ces organisations.

2-Les objectifs de la recherche :

- Notre recherche s'inscrit dans un cadre. Pour ce faire nous soumettons ces objectifs au suivi et à l'analyse pour mieux appréhender notre préoccupation dans le présent travail :
- Identifier les différents aspects qui contribuent à la construction de l'identité professionnelle des cadres ;
- Dégager les représentations identitaires des cadres de (SONELGAZ et All PLAST), en étudiant le rapport avec les variables telles l'ancienneté dans la carrière, les tâches exercées, etc. ;
- Montrer les liens entre les différents types de rapport au métier ;
- Savoir les représentations que se font les cadres de leur travail ;

- Comprendre comment la formation participe à la construction de l'identité.

3- la problématique :

L'Algérie a connu ces dernières années de profonds changements que ces derniers soient d'ordres, économiques, sociaux ou culturels. Cette mutation est visible à telle point qu'elle touche à tout son système sans exception faite. Le poids des décisions économiques se conjugue avec une forte démographie que ni le système d'enseignement-éducation ni le tissu économique n'arrivent à endiguer. Le passage d'une économie dirigée vers une ouverture au marché international impose un changement d'attitudes vis-à-vis de pratiques héritées de l'ex orientation socialiste. A ce titre, elle est tenue de s'adapter avec ces différents changements et de trouver de nouveaux mécanismes pour moderniser les différentes institutions.

Le secteur économique algérien, depuis l'ouverture vers le marché international, a subi les conséquences d'une concurrence accrue dans le domaine, chose qui s'est traduite par de vastes opérations de restructurations, de recapitalisations et de standardisation pour accompagner ce mouvement d'internationalisation économique.

Plusieurs réflexion sociologiques qui tentent de définir l'entreprise come étant un lieu secondaire de socialisation et de confrontation de différentes cultures des individus , un endroit ou se rencontre plusieurs situation sociales complexes qui deviennent un centre d'intérêt de nombreux chercheurs , osant analyser et comprendre les comportement des individus dans leurs interactions au sein du groupe du travail , ainsi que la manière dont s'identifient les populations à l'occasion des rapports au travail .

Depuis, l'entreprise n'est plus considérée en tant qu'appareil économique et technique de production, composée du capital matériel seulement, mais aussi elle est mesurée selon la richesse en terme de connaissances, compétences et modes d'acquisition de son capital humain. Ce dernier constitue une source principale de son développement et pour la réalisation de ses objectifs liés à la production des biens et services.

Cette dimension du capital humain, est devenue un objet de recherche des entreprises sur le marche de travail, en insistant sur le devenir de leurs compétences sociales et l'avenir d'une organisation aux potentiels particuliers résistant aux changements. C'est dans ce sens que l'entreprise commence à développer ses stratèges en adaptant un processus de

socialisation pour toute personne qui soit recrutée en son sein, une nouvelle forme de socialisation des individus, une socialisation secondaire provisoirement définie comme « intériorisation de sous – mondes institutionnels spécialisé [...] acquisition de savoirs spécifiques et de rôle directement ou indirectement enracinés dans la division du travail »¹.

D’ailleurs de point de vue des institutions, « la socialisation c’est l’activité qui permet à la société d’intégrer ses membres. Les facteurs de socialisation : l’éducation familiale, la scolarisation, le travail et la citoyenneté en son les principaux »².

Donc l’analyse des sommets culturels et des interactions, permet de saisir les éléments de la socialisation à l’intérieur de l’entreprise, celle-ci peut développer et renforcer les aspects communautaires tels qu’on les rencontre dans les valeurs et symboles. Mais elle peut également appuyer les éléments identitaires et différenciateurs comme l’existence des défient groupes matérialisés par les grades et les niveaux de hiérarchie³.

Avoir un poste de travail au sein de n’importe qu’elle institution constitue une valeur sociale pour un simple salarié, tandis que pour un diplômé qui travaille ou un cadre qui tien sa position dans la hiérarchie se défini comme une valeur sociétale aussi.

Dans notre société, parler des cadres, reflète leur responsabilité accrue au travail, néanmoins une vie professionnelle plein d’expérience qui leur garantie l’emploi durable et la réussite économique, une stabilité sociale, des individus capable d’entrer dans la stratégie d’acteurs en interaction avec l’institution. Ce qui suscite aussi une perspective subjective : une dignité, une fierté, confiance en soi ... bref, ce que GUSTAVE. N considère comme « une idée synthèse qui montre l’articulation du psychologique et du sociale chez l’individu »⁴.

C’est-à-dire une construction représentative de soi dans son rapport et interaction avec la société, c’est ce que DUBAR.C appelle « identité professionnelle »⁵.

¹ DUBAR.C, la socialisation, 3^{ème} édition, Armand colin, paris, 2000, P99.

² MONTOUSSE.M et RENOARD. G’ 100 fiches de lectures pour comprendre la sociologie, Bréal, paris, 2006, p82.

³ BONARDI. C et autres, psychologie social appliqué: emploi, travail et ressources humaines, Ed_in presse, 2004, p281.

⁴ GUSTAVE N F, les concepts fondamentaux de la psychologie sociale, 3^{2ME}ed, dunod, paris, 1996, p76.

⁵ DUBAR.C, op cit, p 10-11.

En effet, l'identité professionnelle ne peut pas se concevoir aujourd'hui comme une fusion dans un groupe, une perte de soi dans l'autre, mais plutôt une affirmation de soi dans la participation collective. Elle est aussi, la base de la personnalité expliquant, selon les déterministes, tous les comportements ultérieurs de la personne, dans la mesure où la structure de base de la personnalité apparaît peut-être préalable au changement. Elle ne peut pas prétendre avoir pour une finalité la transformation de la personne¹.

Dans ce sens, selon la répartition de DUBAR, on trouve deux transactions : entre l'identité attribuée par autrui de négociation « extérieur » (transaction objective) et l'identité incorporée par soi, elle est « intérieur » entre l'identité héritée et l'identité visée (subjective)².

L'individu fait des choix à un moment donné dans son organisation professionnelle. Ceux-ci sont dictés non seulement par un grand nombre de paramètres professionnels, mais aussi personnels (formation, temps de travail ; salaire, situation familiale, statut professionnel, proximité géographique ...) En lien avec les contraintes de l'organisation où il exerce.

Ces choix s'effectuent dans un contexte de rationalité limitée, dont le sens est défini par James March et de Herbert A. Simon³ : l'individu ne dispose pas de tous les éléments pour faire des choix rationnels et trouver une solution optimale, il s'arrête à la première solution satisfaisante.

Être un cadre d'entreprise, c'est participer à sa construction, réaliser ses objectifs économiques, sociaux, culturels ; et à son enrichissement personnel et organisationnel.

Pour être performante l'entreprise doit découvrir et mettre en œuvre sa manière particulière de mobiliser, relier et associer ces membres dans une série d'efforts collectifs dont dépendra sa capacité d'adaptation et de réactivité⁴.

À cet effet, un cadre de l'entreprise est un fonctionnaire d'état chargé d'exécuter une activité. Les cadres d'entreprise sont des personnes qui vivent une expérience d'affirmation

¹ GEORGE. A LEGAULT, Crise d'identité professionnelle et professionnalisme, PUQ, 2003, P219.

² DUBAR.C, Op-Cit, pp235-240.

³ MARCH. J et SIMON H.A, (1958), les organisations, 2^{ème} édition, Dunod, Paris, 1969. P142.

⁴ PIOTEL et SANSALIEU, méthode pour une sociologie de l'entreprise, Edition presse de la fondation nationale, Paris, 1994, p 12.

identitaire, de reconnaissance individuelle et collective qui guide leurs stratégies d'implication.

Notre recherche est centrée sur le thème de l'identité professionnelle des cadres de l'entreprise pour connaître le personnel exécutant dans cette organisation, spécialement les cadres de l'entreprise, cerner les mécanismes structurant leur identité et essayer de comprendre la manière avec laquelle les pensées, les sentiments, les attitudes, les comportements et les situations qui orientent leur travail et leur représentations.

Pour pouvoir obtenir un degré de profondeur élevé des réponses, des informations riches sur notre thème, nous avons choisi le contact directe avec nos enquêtés, pour collecter les renseignements voulus avec beaucoup de souplesse. Notre thème tente de répondre à une question principale qui est : comment l'identité professionnelle des cadres de l'entreprise est-elle construite ?

A cette question principale, nous lui avons associé deux autres questions secondaires pour éclaircir la première question et rendre notre thème plus intelligible :

- Quelle est le rôle des représentations du travail dans la construction de l'identité professionnelle des cadres ?
- Quelle place tiennent les relations au travail dans le processus de cristallisation de l'identité des cadres ?

4- les hypothèses :

Pour Raymond Quivy, l'hypothèse est une proposition qui anticipe une relation entre deux termes qui, selon les cas, peuvent être des concepts ou des phénomènes. Une hypothèse est donc une proposition provisoire, une présomption, qui demande à être vérifiée¹.

Suite aux entretiens libres réalisés durant la pré-enquête, et par la suite dans l'entreprise SONEL GAZ de Bejaïa & ALL PLAST à AKBOU avec les cadres de ces entreprises et autres inspecteurs principaux (cadres de direction opérationnelle et les cadres de direction fonctionnelle), nous avons émis ces hypothèses comme réponses provisoire à notre problématique.

¹ Luc Van Compenhoudt et Raymond Quivy, Manuel de recherche en sciences sociales, 4ème Edition Dunod, Paris ,2006 p 128.

- **La première hypothèse :**

La représentation identitaire des cadres, concernent les domaines suivants : l'image de soi, le rapport au métier, le rapport aux collègues (Relations collaborateurs, positionnement par rapport à eux), le rapport à l'organisation (sentiment d'appartenance ...).

- **La deuxième hypothèse :**

L'identité professionnelle des cadres de l'entreprise SONELGAZ & ALL PLAST se construit suite à l'attachement à leur organisme (corps) et le groupe de référence choisi.

Discussion des hypothèses :

Nous reprendrons en terme d'hypothèse, toute les affirmations relatives au rapport ou profession et aux représentations, ces dernières sont visibles du fait des rapports que les cadres entretiennent avec leurs collaborateurs, leur métier, l'image qu'ils se font d'eux-mêmes, qui détermine en définitive le rapport au métier qui entretient des relations d'interdépendance, avec le rapport avec les collègues, les supérieurs en même temps un rapport aux images de soi, pour soi et pour autrui; structurellement relier les uns aux autres. Ces rapports forment une posture, des configurations exhaustives.

5- définition des concepts :

Le concept est un élément indispensable à toute recherche car il organise la réalité en retenant les caractères distinctif des phénomènes, il sert aussi d'un guide de la recherche¹.

Dans ce qui suit nous allons définir les principaux concepts de notre recherche relatifs à notre problématique et nos hypothèses.

❖ **L'identité :**

L'identité est un terme polysémique. Selon les définitions données par le petit Robert, il évoque la similitude de caractère de ce qui reste identique à soi-même la reconnaissance et l'individualisation, le fait pour une personne d'être reconnue par telle sans nulle confusion grâce aux éléments qui l'individualisent. Cette notion condense une série de signification entre les processus de construction de soi et le processus de reconnaissance qui concerne les différents registres des relations humaines et de rapports sociaux².

¹ GRAVITEZ Madeleine, *méthodes des sciences sociales*, 11^{ème} édition, Dalloz, paris, 2001, p 384-385.

²BARUS M et autre, *vocabulaire de psychologie*, Edition DUNOD, Paris, 2002, p 176.

Est une notion relativement complexe à définir. On l'entend souvent à des usages inappropriés. Selon Claude Dubar, l'identité se caractérise par une « définition sociale d'une réalité individuelle, personnelle, pour des acteurs singuliers impersonnelle à travers d'identité collectives »¹, dans la même perspective, « l'identité n'est qu'une cristallisation provisoire de manière socialement légitime de se définir soi-même et d'être reconnu par les autres »².

❖ L'identité professionnelle :

Processus relationnel de construction de soi à travers le monde professionnel. Le concept d'identité a été introduit dans la sociologie du travail par, Renauld Sainsaulieu en 1977 dans son ouvrage l'identité au travail. Pour lui, elle se définit comme la façon de se situer dans le système sociale de l'entreprise. La situation au travail et les relations du pouvoir entre acteurs sociaux définissent quatre formes d'identité au travail : la fusion(ou les salariés ont des faibles compétences et sont peu autonomes), le retrait(ou les travailleurs disposent de peu de reconnaissance) et les affinités(ou il ya une forte mobilité des salariés (...)). Pour Claude Dubar, l'identité professionnelle dépend de l'appartenance sociale d'origine et des évolutions de l'environnement économique. Ainsi, il développe notamment le concept d'identité de réseau (valorisation de l'autonomie de la construction d'une carrière par la mobilité sociale externe appuyée par des réseaux affinitaires), qui se développe avec la flexibilité du travail et des structures de l'entreprise, (...). Pour Everett Hugues, l'identité au travail se construit à travers la socialisation professionnelle³.

❖ Les cadres :

Selon le dictionnaire de sociologie : le terme apparait dans les années 1930 pour désigner les actifs dont les niveaux de diplôme et de revenu sont élevés. Ce sont des salariés exerçant, par délégation du chef d'entreprise, une fonction d'initiative ou de responsabilité, laquelle requiert « compétence et technicité », afin d'assurer l'organisation, le contrôle ou même l'exécution d'un travail donné⁴.

¹ Dubar Claude, la socialisation : construction des identités sociales et professionnelles, édition Armand Colin, Paris, 1996, p 43.

² IBID, p 71.

³ Yves Alpe, Lambert Jean Renauld et autres, Lexique de la sociologie, éd Dalloz, Paris, 2010, p 162.

⁴ Gilles Ferreol, Dictionnaire de sociologie, Armand Colin, p 8.

De son côté, GRAWITZ M définit le cadre comme suite : « Il désigne un salarié(e) par délégation ou de responsabilité exigeant compétence et technicité pour assurer l'organisation, le contrôle ou même l'exécution »¹.

Cette définition nous éclaire que les fonctions exercées par cette catégorie comportent souvent une composante d'encadrement du personnel, elles peuvent aussi ne présenter qu'un caractère de haute technicité, soit en matière administrative générale (domaine juridique, personnel, comptable, financière,...), soit en matière commerciale, soit encore dans quelques domaines spécifiques retenus dans la catégorie (banque, assurance, hôtellerie et restauration). Les salariés faisant partie de l'état-major du chef d'entreprise et dont l'activité n'est pas exclusivement technique sont classés dans la catégorie des cadres. Ils y sont isolés pour le cas des entreprises de 500 salariés et plus².

Avec la définition de Hacène MERANI (est considéré comme cadre toute personne rémunérée à la catégorie 14 et au-delà de l'échelle SGT (Statut Général du Travailleur) et l'ensemble des agents ayant un niveau de technicien supérieur et au-delà quelque soit le poste occupé par l'intéressé »³.

Il est important de souligner le caractère administratif de cette définition et l'absence de toute référence à une organisation professionnelle ou convention ou les cadres eux-mêmes auraient contribué à définir leur rôle et leur statut.

❖ L'entreprise :

Il existe de multiples manières de définir l'entreprise à retenir trois qui se complètent :

Unité économique et sociale autonome qui englobe à la fois la direction, le personnel et les moyens d'action en vue de la poursuite d'une fin déterminée. Entendue dans ce sens, l'entreprise n'a pas de personnalité juridique, mais elle est cependant prise en considération

¹ Grawitz Madeline, lexique des sciences sociales, 7^{ème} édition, Edition Dalloz, France, 2000, p 48.

² Site : http://www.insee.fr/Fr/méthodes/default.asp?page=nomenclatures/pcs_2003/n3-37. Htm consulté le 11/04/2015.

³ Merani Hacène, Les cadres des entreprises publiques en Algérie. Des privilèges au déclassement, Revue des mondes musulmans et de la méditerranée (en ligne), 105-106 /janvier 2005, mis en ligne le 07 décembre 2011, consulté le 11/04/2015. URL : <http://remmm.revue.org/2729>.

par la loi, notamment dans le domaine des relations du travail en ce qui concerne la continuation des conventions collectives¹.

L'entreprise est une unité de production originale, caractéristique du capitaliste formés d'un groupe d'homme travaillant ensemble à des postes différents, en vue de produire des biens a vendre des profit sur le marché ,mais aussi un groupe social d'un utilité en dehors du profit objectif commun relation ,information ...²

L'entreprise est une unité qui vend sur le marché des biens et des services qu'elle produit en combinant des facteurs de production (travail, capital), son objectif est de réaliser le profit maximum, c'est un milieu favorable à l'étude des comportements des individus et des activités de ces individus³.

❖ Représentation sociale du travail :

Pour MOSCOVICI, la représentation sociale est (un) *système* de valeurs, de notions et de pratiques relatives à des objets, des aspects ou des dimensions du milieu social, qui permet non seulement *la stabilisation du cadre de vie* des individus et des groupes, mais qui constitue également un *instrument d'orientation* de la perception des situations et *d'élaboration des réponses*⁴.

Cette définition de MOSCOVICI met l'accent sur le contenu (valeurs, notions, pratiques) et les fonctions (stabilisation du cadre de vie, instrument d'orientation, élaboration de réponses) d'une représentation sociale.

Denise JODELET, s'inscrivant dans la même veine définit la représentation sociale comme : une forme de connaissance spécifique de savoir de sens commun, dont les contenus manifestent l'opération de processus génératifs et fonctionnels socialement marqués. Plus largement, il (le concept) désigne une forme de pensée sociale. Les représentations sociales sont des modalités de pensée pratique orientées vers la communication, la compréhension et la maîtrise de l'environnement social, matériel et idéal⁵.

¹ DION Gérard, *dictionnaire canadien des relations du travail*, 2^{ème} édition, Edition LAVAL Québec, 1986, P192.

² GRAWITZ Madeleine, *lexique des sciences sociales*, 7^{ème} édition, Dalloz, paris, 1994, P49.

³ JEAN PAUL Piriou Denis clerc, *lexique sciences économique*, 8^{ème} édition, paris 2007, P51.

⁴ MOSCOVICI Serge, in : FISCHER Gustave-Nicolas, « *Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale* », Paris, Dunod, 1996, p 125.

⁵ JODELET Denis., « Représentation sociale: Phénomènes, concept et théorie », in : MOSCOVICI. S., *Psychologie sociale*, p361.

Plus simplement, Jean-Claude ABRIC indique que « *les représentations sociales sont des ensembles sociocognitifs, organisés de manière spécifique, et régis par des règles de fonctionnement qui leur sont propres.*¹ »

De ces différentes définitions, il en ressort trois éléments fondamentaux à propos de la représentation sociale. Ce sont bien le sujet, l'objet et la connaissance.

Les représentations sont constituées dans la société en partageant les valeurs, normes et symboles, s'élaborent à partir de nos propres significations et interprétations de la réalité, en intégrant la dimension psychologique et sociale.

6. Les études antérieures :

1-thèse de Doctorat de **HADEF Ahmed**,² « l'enseignant universitaire : son projet, son identité et son rapport à la profession ».

Son intérêt porte sur la trajectoire professionnelle de l'enseignant, il a essayé de répondre aux questions suivantes :

Les enseignants universitaires ont-ils choisi leur métier ? quelles ont été les motivations de ce choix ? leur choix a-t-il obéi à un projet de réalisation et de valorisation de soi ou à un projet de soi pour autrui ?

L'auteur a testé 12 hypothèses, parmi eux, on trouve une générale :

Le métier d'enseignant universitaire a fait l'objet d'un choix d'un projet de soi (prestige, charisme, promotion sociale). l'image de la profession et le rapport au travail sont vécus par les enseignants-chercheurs de la façon négative d'où l'émergence d'une identité de retrait. Par ailleurs, la source de satisfaction s'inscrit dans le registre de la reconnaissance de leurs compétences.

Les résultats auxquels il est arrivé montrent que :

- Les enseignants –chercheurs sont des acteurs qui ont choisi la profession suite à un projet de soi sur soi.

¹ ABRIC Jean-Claude, *Pratiques sociales et représentations*, Paris, PUF, 1994, p 8.

² HADEF Ahmed, l'enseignement universitaire ; son projet ; son identité et son rapport à la formation, thèse de Doctorat d'état en Science de l'éducation, Université monteur Constantine, 2006-2007.PDF.

- Se livrent à une définition de soi et s'identifient par la discipline qu'ils enseignent. De ce fait, le désir d'acquérir une nouvelle identité professionnelle à travers l'acquisition de nouvelles compétences dans le domaine des savoirs pour enseigner n'est pas perceptible dans leur dynamique de transformation identitaire.
- Par ailleurs, les résultats de l'enquête sur la vie et sur la trajectoire professionnelle de ce groupe ont montré l'existence d'un paradoxe : tout le monde espère à devenir enseignant-chercheur, mais une fois avoir intégré ce corps et après avoir été confronté à la réalité du terrain, l'enthousiasme affiché au départ s'effrite progressivement.

2-thèse de Magister de **Souhila IDRIS**¹ pratiques et identités professionnelle des enseignants universitaires algériens » cas des enseignants de lettres et sciences humaines de l'université de Bejaïa. Elle s'intéresse à la question suivante :

Comment les enseignants de l'université de Bejaïa, spécifiquement les enseignants de la faculté des lettres et des sciences humaines se définissent-ils ?

Plus précisément, quels sont les éléments identitaires mobilisés et exprimés par ces enseignants pour tirer l'estime de soi et la reconnaissance professionnelle et sociale de leur entourage ?

Comment les enseignants universitaires conçoivent-ils les pratiques professionnelle que leurs assigne leur statut professionnel à savoir l'enseignement, la recherche et la tâche administrative ?

Elle a avancé l'hypothèse suivante :

Le rapport au travail (représentation de la profession et des pratiques professionnelles) et les rapports sociaux dans le cadre du travail (le rapport aux collègues et aux étudiants) déterminent la construction identitaire de l'enseignant universitaire.

Elle a distingué que l'identité de l'enseignant universitaire est l'ensemble des représentations mobilisées par lui pour se définir. A travers cette identité, il cherche une reconnaissance sociale et professionnelle et une estime de soi dans le champ du travail de l'enseignant universitaire détermine sa construction identitaire dans le champ professionnel. Elle a pu dégager trois manières de se définir et d'être au milieu du travail qui caractérise les enseignants des lettres et des sciences humaines de

¹ IDRIS Souhila, pratiques et identités professionnelles des cadres des enseignants universitaires algériens, cas des enseignants de lettres et sciences humaines de l'université de Bejaïa, mémoire préparé en vue d'obtention du diplôme de magistère, option, sociologie des organisations et du travail, 2010-2011.

l'université de Bejaïa, il s'agit de l'identité de retrait, l'identité bloquée et l'identité de l'autonomie.

7-Méthode et technique utilisée :

Dans le but de vérifier les hypothèses de notre thème, nous avons utilisé une méthode et une technique qui nous admettent de collecter les informations afin de répondre aux objectifs de l'étude.

1- La méthode utilisée :

La méthode est «l'ensemble des procédures, des démarches précises adoptés pour en arriver à un résultat »¹.

Aussi la méthode désigne l'ensemble des démarches que suit l'esprit humain pour découvrir et démontrer un fait scientifique s'interroger sur la « méthode » c'est s'interroger sur la « voie » suivie pour mener a bien une recherche ² .

Les méthodes sont différentes, des objets d'étude traités, les problématique posées et les objectifs à atteindre imposent aux chercheurs de suivre une méthode bien précise qui est adéquate avec la problématique de l'étude.

Pour concrétiser notre étude sur le terrain, on a adopté pour le choix d'une méthode quantitative, afin de recueillir des informations et des données sur notre thème.

Méthode quantitative :

Ensemble de procédures pour quantifier des phénomènes a l'étude, la plus part des chercheurs en sciences humaines utilisent la mesure, il en est ainsi quand on fait usage d'indices, de taux de moyen, en plus, généralement c'est l'outil qui fournit la statistique.

Elle « vise d'abord a mesurer le phénomène a étudier, les mesures peuvent êtres ordinaire du genre plus grand ou plus petite ou numérique avec usage de calcul »³.

Ainsi cette méthode nous a permis de procéder à l'explication en mettant en relation les variables indépendant et dépendante pour analyse et détecter les relations qui nous

¹ ANGERS Maurice, initiation pratique à la méthode de sciences sociales, éd, casbah Alger, p 9.

² GUIDERE Mathian, méthodologie de la recherche, guides de jeune chercheur en lettre, langues humaines et sociale, maîtrise, DEA, MASTER, doctorat nouvelle, éd ellipses, p4.

³ ANGERS Maurice, initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, édition Cecine, Québec, 1986, p 06.

permettent de vérifier nos hypothèses à savoir la construction de l'identité professionnelle des cadres de l'entreprise **SONELGAZ** et l'entreprise **ALL PLAST**.

2-La technique :

Toute recherche à caractère scientifique doit comporter l'utilisation des procédés opératoires rigoureux susceptibles d'être appliqués dans la réalité que l'on appelle technique qui doit être adapté à la méthode utilisée.

La technique de recherche est le moyen qui permet d'aller recueillir des données dans la réalité, elle est définie comme suit « ensemble de procédés et d'instruments d'investigation utilisés méthodiquement ».¹

a) la technique du questionnaire :

Pour la confirmation ou la réfutation de nos hypothèses de recherche nous avons utilisé le questionnaire qui offre beaucoup d'avantage essentiellement à la collecte des données pertinentes, de décrire les caractéristiques des membres de l'échantillon en mettant l'accent sur ces différentes caractéristiques et de trouver les corrélations de causalité entre les variables choisies dans nos hypothèses.

Le questionnaire est une technique directe d'investigation scientifique utilisée auprès d'individus, qui permet de les interroger de façon directive orale ou écrite et de faire un prélèvement quantitatif en vue de trouver des relations mathématiques et de faire des comparaisons chiffrées.²

b) la présentation de questionnaire :

Dans le but d'avoir le maximum d'information et de données sur l'identité professionnelle des cadres de deux entreprises, nous avons élaboré un questionnaire qui contient 27 questions en tout subdivisées en fermées (dichotomiques et à choix multiple), et certaines questions sont des questions semi ouvertes.

¹ ANGERS Maurice : op.cit, p 369.

² IBID, p 367.

Ces questions sont rassemblées dans(4) axes :

1^{er} axe : porte sur les données personnelles des enquêtées (l'âge, la situation familiale, le lieu d'habitat ...).

2^{ème} axe : porte sur l'identité professionnelle, contient les différentes questions sur le poste occupé, le changement de poste, les expériences professionnelles.

3^{ème} axe porte sur la relation socioprofessionnelle, les différentes questions posé dans cette axe sont liées aux rapports entre les collègues, ou avec l'hierarchie et l'intervention du personnel en cas d'une situation conflictuelle.

4^{ème} axe porte sur les représentations sociales, la nature de la satisfaction tirer par l'exercice de sont travail, la nature des taches exécutés et en dernier lieu on a essayé d'avoir l'opinion des cadres sur le travail d'une manière générale.

8- Entretien exploratoire:

Les entretiens exploratoires ont une fonction principale de mettre en lumière des aspects du phénomène étudié auquel le chercheur n'aurait pas pensé spontanément lui-même et à compléter, ainsi les pistes de travail que ses lectures auront mises en évidence.¹

Suite à notre thème qui s'intitule « L'identité professionnel des cadres », on a choisi le terrain d'étude des deux entreprises qui sont SONELGAZ de BEJAIA et l'entreprise ALL PLAST D'AKBOU.

Avant de commencer notre stage pratique, on a pu faire quelques entretiens exploratoires avec un groupe de (05) cinq cadres occupant des postes différents dans ces entreprises.

Pour cette raison nous avons pu réalise un entretien de six(06) questions :

- 1- Comme bien des cadres existent-il dans cette entreprise
- 2- Parlez nous de votre rôle
- 3- Comment les cadres vivent-ils la construction de cette identité professionnelle
- 4- Qu'est ce que vous savez sur l'identité professionnelle
- 5- Que fait vous pour aider les collègues à forger leur identité professionnelle

¹ Raymond Quivy et Kampenhout V, Manuel de recherche en Science Sociales, 2^{ème} éd, Paris, P63.

- 6- Comment doit être fait pour aider les autres cadres à construire leur identité professionnelle

Analyse de l'entretien exploratoire :

1- Le nombre des cadres existé :

Les réponses obtenues suit à cette question le nombre des cadres dans les deux entreprises (entreprise SONELGAZ et l'entreprise ALL PLAST D'AKBOU) est 72 cadres. 60 cadres dans l'entreprise SONELGAZ, et 12 cadres dans l'entrepris ALL PLAST.

2- Le rôle d'encadrant :

- Accueil des travailleurs, les orienter vers les postes ;
- Supervision, suivi des absences ;
- Veiller au respect de la tenue, la discipline et au règlement de l'établissement ;
- Apprendre aux travailleurs les procédures et les protocoles de leur poste dans l'entreprise ;
- L'encadrement est une charge de travail supplémentaire, en plus du travail quotidien ;
- L'encadrement demande un effort supplémentaire et une actualisation des connaissances.

3- Ce que transmet l'encadrant à leur métier, outre les compétences techniques :

- La compétence, conscience professionnelle ;
- Personnalité, respect et amour de la profession ;
- Donner l'exemple surtout dans ma relation avec les collègues ;
- Inciter les stagiaires à montrer leur intérêt pour la formation.

4- Ce que sait l'encadrant de l'identité professionnelle :

- Métier noble ;
- Etre jaloux pour son métier ;
- La bonne image ;
- Rôle propre et autonomie en fonction de la personnalité de chacun ;
- Statut en évolution ;
- Malheureusement profession méprisée par la société ;
- Etre compétent pour avoir un rôle propre.

5- Ce qu'il fait l'encadrant pour aider les collègues à forger leur identité professionnelle :

- Inciter à aimer la profession ;
- Expliquer les bons gestes ;
- Connaître les habitudes du cadre, avoir un bon comportement avec les autres cadres ;
- Montrer que nous sommes une équipe.

6- Ce qui doit être fait pour aider les autres cadres à construire leur identité professionnelle :

Dès les premiers jours de l'emploi, mettre à la disposition des cadres un guide d'information sur leur profession et son évolution, sur les textes régissant la profession, sur les possibilités de progresser dans la carrière etc.

Ce qui va permettre aux cadres de développer un esprit d'adhésion et de motivation.

Organisation de conférences par l'organisme au profit des cadres sur des thèmes portant sur le rôle de l'association et de ses objectifs.

Cette démarche ne pourra que garantir un renforcement du sentiment d'appartenance des cadres envers leur future profession.

Meubler sur la préparation aux études et conférences de méthodes (volume horaire 32h), par des activités d'intégration des cadres dans le nouveau système :

A titre d'exemple organiser des conférences sur:

- ◆ La genèse de la profession de cadre dans le monde ;
- ◆ Le contexte juridique lié à la profession des cadres
- ◆ Les représentations nationales et internationales de la profession.

Ce qui permettra aux cadres de développer le sens de tolérance et d'objectivité, de créativité et d'initiative.

Dans le but de savoir si notre thème est faisable sur le terrain ; enrichir notre étude avec les informations recueillies ; connaître l'entreprise si elle dispose des cadres qui sont les effectifs visés par notre thème et déterminée la méthode à suivre.

Suite aux interviews structurés avec ces personnes et aux résultats qu'on a recueillis, on a constaté que notre effectif des deux entreprises (SONELGAZ et ALL PLAST) soit d'un nombre de 72 cadres.

A cet effet, la méthode qui nous paraît la plus appropriée et adéquate pour effectuer notre recherche sur le terrain est la méthode quantitative, avec la collecte des données par un questionnaire destiné aux cadres de ces entreprises.

9-L'échantillon et l'échantillonnage :

Selon CLAUD J, l'échantillonnage veut dire la définition de la population d'étude qui dépend de l'objet de l'enquête, des hypothèses de travail choisie et le type d'échantillonnage adopté¹.

La population cible est l'ensemble pour lequel on veut recueillir des informations et sur lequel doivent porter les conclusions de l'étude. Elle peut être distincte de la population statistique, en particulier quand ses éléments ne peuvent être tous répertoriés ou sont soumis à des contraintes liées à l'étude menée.²

Il faut définir les unités qui composent la population sous forme de caractéristiques les identifiant :

Nature des données dont on a besoin : sur des personnes.

Emplacement géographique : périmètre géographique (région, canton...)

Période de référence : Date

Autres caractéristiques dont on veut pouvoir tenir compte : caractéristiques sociodémographiques par exemple

Nous avons réalisé 72 questionnaires varie entre les deux sexes au niveau de SONELGAZ de Bejaia et ALL PLAST D'AKBOU. C'est au sein d'une population mère composé de 72 cadres, durant la période de 01/03/2015 au 21 /05/2015.

Notre échantillon représente la totalité de la population d'étude varie entre les deux sexes.

On a distribué 72 questionnaires et on a récupéré que 57 questionnaires, ses questionnaires se distribuer que sur la catégorie des cadres qui veut dire que l'échantillonnage est probabiliste non aléatoire et nous avons un échantillon visé. Nous voulons précisée que notre problématique à déterminé le choix de cette population, car on travaille sur l'identité professionnelle des cadres. Nous avons distingué deux (02) catégories des cadres moyens et

¹ CLAUD J, *l'enquête par questionnaire*, 15^{ème} édition, les organisations, paris, p112.

² VAILLANT Jean, *Initiation à la théorie de l'échantillonnage*, Octobre 2005, p3.

supérieurs qui parviennent logiquement avec notre problématique, c'est-à-dire ensemble de ces derniers ont un long parcours professionnel qui cherche à s'identifier dans leur travail.

10-Les différentes approches :

1- L'approche culturaliste de Sainsaulieu:

C'est au cours des années 80, Renaud Sainsaulieu et Denis Segrestin ont tenté de construire une sociologie de l'entreprise à mi-chemin entre la sociologie des organisations et la sociologie de travail¹. Renaud Sainsaulieu, à travers ses recherches empiriques, fait apparaître le travail mais aussi l'entreprise comme les lieux centraux de production identitaire et culturelle. Il met en évidence l'importance des processus culturels au sein des régulations sociales internes à l'entreprise. Il souligne l'incidence qu'ont les rapports au travail et le lieu où ils s'exercent sur la structuration de l'identité individuelle et collective des professionnels dans l'entreprise. D'après Sainsaulieu le travail en entreprise deviendrait, dans les sociétés industrielles contemporaines, un nouveau lieu de production et d'apprentissage culturel comme en d'autres temps le furent l'univers des corporations, la famille bourgeoise ou l'Eglise catholique, et foyer de production identitaire, pour eux, l'entreprise est une institution centrale dans la société apte à assurer une nouvelle régulation des rapports sociaux².

Sainsaulieu, dans la réédition de son manuel désormais intitulé « Sociologie de l'entreprise », reformule les quatre modes d'identités au travail issus de ses propres recherches de 1977. Selon lui, il constitue des modèles de normes et des valeurs mais aussi des modes d'identités collectives et surtout des manières en relation avec les collègues, ou supérieurs hiérarchique.

Le travail, selon Sainsaulieu façonne les modes de définition de soi à travers l'expérience relationnelle, et constitue aussi un moyen de régulation identitaire par le biais de différents modèles :

A)-L'identité fusionnelle B)- L'identité de négociation

D)- L'identité de retrait C)- L'identité affinitaire

¹ SAINSAULIEU.R et SEGRESTIN.D, vers une théorie sociologique de l'entreprise, sociologie du travail, n°3,1986, P231-235.

² SAINSAULIEU.R, op-cit, p123.

2-L'approche interactionniste de DUBAR :

Pour DUBAR, les identités professionnelles sont des manières socialement reconnues, pour les individus, de s'identifier les uns les autres, dans le champ du travail et de l'emploi.

Le sentiment d'identité professionnelle résulte des interactions développées par l'emploi. Selon lui, la construction de l'identité se fonde sur l'articulation entre deux formes de transaction : une transaction objective (avec les autres, l'identité attribuée) et une transaction subjective (avec soi-même, l'identité professionnelles pour soi).

-dans la transaction objective (ou externe), l'individu tente d'assimiler les attentes de rôles (identité pour autrui) au soi idéal (identité pour soi) ; cette transaction peut se traduire par une reconnaissance.

-la transaction subjective (ou interne) peut avoir deux visées, un décalage entre la définition de soi issue de la trajectoire antérieure et la projection de soi dans l'avenir. C'est un processus d'accommodation dans lequel l'individu tente de faire valoir l'identité pour soi auprès d'autrui et de rendre garantissable les identités reçues.¹

DUBAR découvre quatre types d'identité qui articulent des processus sociaux liés à la vie du travail en entreprise et aux évolutions professionnelles accessibles à l'extérieur.

A)- Du modèle de retrait au processus d'exclusion

B)-De l'ouvrier de métier au nouveau professionnel.

C)-du modèle « carriériste » ou processus de mobilisation.

D)- Du modèle « affinitaire » au processus de conversion.

11-Les difficultés rencontrées :

Durant l'exécution de notre étude sur terrain, nous avons rencontrées des difficultés qui ont empêché le bon déroulement de notre recherche, dont on peut résumer dans les points suivants :

- Le problème au niveau de l'entreprise les responsables n'ont pas accordé notre demande à réaliser notre enquête de terrain au niveau des l'entrepris

¹ DUBAR.C, op Cit,p95.

- L'indisponibilité des cadres professionnels (refus d'être interrogé)
- La difficulté dans la passation du questionnaire, la récupération de ces questionnaires a été encore plus difficile

III-la partie théorique

Chapitre I :

l'identité professionnelle

Préambule :

L'individu développe une identité professionnelle en relation à sa situation actuelle et par sa vie au travail. Cette identité est construite au fil du temps et par la projection professionnelle; l'individu au travail est confronté à des changements en fonction des interactions avec autres individus dans le même champ du travail.

Les interactions entre les professionnels créent chez eux des identités collectives. A titre personnel, les individus construisent différemment leurs l'identité professionnelle et cela dépend de leurs vie au travail et en dors du travail.

Plusieurs chercheurs se sont intéressés à la construction de l'identité professionnelle ainsi, ils ont dégagés plusieurs formes identitaires dans le travail.

Dans se présent chapitre, on évoquera les approches qui ont abordé le concept de l'identité professionnelles, la construction de cette dernière, et on dernière lieu, on présentera les différentes typologies de l'identité au travail.

1-L'évolution du concept d'identité :

L'approche scientifique de la notion d'identité a été précédée par une approche, philosophique et psychologique de la connaissance et de la conscience de soi.

A-l'approche psychologique et psychanalyste :

«L'Identité est d'abord le sentiment subjectif et tonique d'une unité personnelle et d'une continuité temporelle »¹, le principe qui donne cohérence a la multiplicité des expériences sociales de l'individu. Dans la tradition freudienne, c'est la division et la discontinuité qui caractérisent la construction de l'identité a travers les conflits entre les différentes instances que sont : le ça, le moi, le sur moi de l'individu, conflit entre l'identité pour soi et identité pour autrui »².

¹ LUCY Banget, *l'identité sociale*, édition Dunod, paris, 1998, p14-15.

² GOUILLES Ferréol, et les autres, *dictionnaire de sociologie*, 3^{eme} édition, Armand colin, 1998, p45.

B-l'approche sociologique :

Le mot identité vient du latin, l'identité est toujours attachée à des signes, à travers lesquelles elle s'affiche de sorte qu'elle est à la fois affirmation d'une ressemblance entre les membres du groupe identitaire et d'une différence avec les autres.

La problématique de l'identité s'y trouve préparée par la notion de conscience collective de **Durkheim**. Il accorde une importance au lien social et à la notion de conscience collective, état représentatif, cognitif, émotionnel qui embrasse autre la personne elle-même tous les individus du groupe, de même que les intérêts et les valeurs culturelles.

Dans le contexte de l'organisation et des qualifications, la notion de l'identité permet de comprendre la façon dans les individus se nomment se caractérisent, se situent par rapport à la hiérarchie de statut.

2-Origines de l'identité professionnelle :

Le défi qui lancé à la sociologie est celui de l'identité professionnelle, qui renvoie au thème plus large. Historiquement, la sociologie a découvert tardivement la question de l'identité à propos du travail : la société industrielle, dont le taylorisme a constitué le fleuron, a été analysée principalement sous l'angle des rapports sociaux de classe pour expliquer la construction de mouvement ouvrier. La sociologie de travail a mis l'accent sur l'identité de classe comme seule identification possible et a montré à quel point cette catégorisation rendait compte d'un rapport au travail, mais également d'un mode de vie, de loisirs, de coutumes c'est ainsi que la condition ouvrier décrite de manière et qu'une sociologie des cadres a cherché à se constituer¹.

Dans ce qui suit, on suivra l'évolution de la notion de l'identité professionnelle à travers trois références théoriques qui ont le plus développé ce concept ; il s'agit de l'approche interactionniste américaine d'Everett C Hughes et deux sociologues français Renauld Sainsaulieu et Claude Dubar.

2-1 Everett C Hughes :

L'approche interactionniste s'applique à mettre en lumière le rôle et l'appartenance professionnelle dans la socialisation, elle est née en réaction à la perspective fonctionnaliste

¹ GUY Minguet et Thuderoz Christian, travail, entreprise, société, PUF, Paris, 2005, p321.

de profession qui s'interroge sur le développement, la restauration et l'organisation des professions qui sont à leurs sens au cœur du développement des sociétés modernes, car elles assurent une fonction essentielle: la cohésion sociale et morale du système social. Et présente de ce fait une alternative à la domination de mode des affaires ; du capitalisme concurrentiel et de lutte de classe¹.

Hughes dégage quatre éléments de base de l'identité professionnelle qui sont : la nature de la tâche, la conception de rôle, l'anticipation des carrières et l'image de soi.

Hughes était le premier interactionniste qui a énoncé que l'activité professionnelle de n'importe qui doit être étudiée comme un processus non seulement biographique mais également identitaire ; il met l'accent sur le fait essentiel que « le mode vécu de travail » ne pouvait se réduire à une simple transaction économique (l'usage de la force du travail contre un salaire) : il met en jeu la personnalité individuelle et l'identité sociales du sujet. Il cristallise ses espoirs et son image de soi, il engage sa définition et sa reconnaissance sociale.²

Les travaux et les enseignements de Hughes eurent une influence décisive sur la multiplication des travaux de terrain utilisant la notion d'identité professionnelle pour en faire le produit de divers processus de socialisation impliquant la construction conjointe, par les institutions et les individus³.

Dubar précise que l'approche interactionniste symbolique c'est avérée féconde dans la mesure où elle obligeait à sortir de l'analyse synchronique de la « situation de travail » ou même de système sociale pour les replacer dans une perspective diachronique mettant l'accent sur la carrière au double sens de filières d'emploi et trajectoire socioprofessionnelle⁴.

2-2- Renauld Sainsaulieu :

C'est Sainsaulieu qui contribuera le plus à faire de la notion d'identité une catégorie pertinente d'analyse au sein de la sociologie française, Sainsaulieu aborde la question de l'identité à partir de la question des relations de travail dans les organisations et sur la base

¹ OSTY Florence, « identité au travail et accès à la reconnaissance », in Idris Souhila, « pratique et identité des enseignants universitaires Algériens », thèse de magister, université de Bejaia, 2010-2011, p51.

² DUBAR Claude, op cit, p142.

³ DECOSTER Michel, Pichault François, traité de la sociologie du travail, 2^{ème} édition, Boeck université, paris, 1998, 390.

⁴ DUBAR Claude, op.cit. p142.

d'observation approfondies du fonctionnement des entreprises et des administrations. Dans la lignée des travaux américains de psychologie industrielle (Whyte, 1950), étudiant l'influence des conditions de travail sur les comportements individuels et collectif et des travaux François de sociologie des organisations (Crozier, 1963) dévoilant l'importance des phénomènes de pouvoir dans les relations informelles d'usine ou de bureau, Sainsaulieu s'intéresse particulièrement aux communication horizontales et verticales de nombreuses catégories des salariés en situation du travail¹.

Sainsaulieu a imposé l'analyse de l'entreprise comme un lieu de socialisation et d'intégration des travailleurs, elle est aussi un lieu de construction des identités.

Il constate qu'en réalité, l'identité au travail se construit davantage en lieu avec les caractéristiques de la situation du travail, du parcours ou l'existence de scènes externes. Autrement dit, les normes de la relation interpersonnelles sont liées à la relation de travail. Les modèles de sociabilité au travail dévoilent ainsi une richesse de manières de vivre au travail, une inégalité d'accès au pouvoir et la construction identitaire².

Les identités au travail restent essentiellement analysées à partir des caractéristiques des rapports de pouvoir dans l'organisation.

Chez Sainsaulieu, la notion identité est mobilisée moins pour faire décrire les catégories d'acteurs aux sens de désignations « officielles » ou « formelles » présents dans un système de métier que pour repérer « les manières d'être ou non un acteur reconnu dans l'organisation » De ce fait, elle renvoie tout autant sinon plus à des logiques affectives enracinées dans des formes des relations entre l'individuelle et le collectif qu'à des stratégies d'acteur alliance opposition, définies à partir des jeux de pouvoir dans l'organisation³.

2-3 –Claude Dubar :

Claude Dubar généralise l'analyse de Renault Sainsaulieu avec la notion d'identité professionnelle, il précise que la notion d'identité professionnelle se rapproche de celle que Sainsaulieu appelle « identité au travail »qui renvoie à des modèles culturels. De ce fait Dubar considère les identités professionnelles comme des manières socialement reconnus pour les individus, se s'identifier les uns les autres, dans le champ du travail et de l'emploi.

¹ DUBAR Claude, IBID, p394.

² GUY Minguet, op.cit., p 322.

³ DECOSTER Michel, Pichault François, op.cit. P389.

L'identité professionnelle, selon Claude Dubar, est le fait de se définir individuellement à partir des caractéristiques de son travail, de ses réalisations professionnelles, de ses compétences professionnelles, de l'appartenance à un groupe professionnel (formation, équipe, entreprise, métier, secteur, filière, statut...).

La construction de l'identité apparaît à la fois comme une construction de soi, en sentiment d'exclusion ou de participation à des groupes sociaux plus au moins organisés et une acception ou rejet des valeurs et signification, elle est à la fois imposée à travers des attributions et intériorisée à travers le sentiment d'appartenance. L'identité professionnelle des individus se construit à partir des interactions avec les individus dans le cadre de l'emploi.

Selon Dubar l'identité n'est pas fixée une fois pour toute et peut se mobiliser au fil du temps. La notion de trajectoire permet de rendre compte de la manière dont des transactions subjectives interviennent dans la formation de l'identité professionnelle. En d'autres termes, l'identité résulte d'un processus d'ajustement entre l'identité héritée (d'où l'on vient) et l'identité visée (ce que l'on devient) et donc de compromis pouvant se traduire par des ruptures de trajectoires ou une continuité ; l'enjeu réside dans le nécessaire sentiment de cohérence et donc de permanence et de continuité dans le temps de l'individu-sujet.¹

Il distingue(02) deux identités professionnelles :

1- l'identité professionnelle biographique, celle que chaque individu formule par lui-même.

Ce sont les caractéristiques professionnelles que la personne pense avoir et souhaite avoir. Le projet professionnel fait partie de l'identité biographique (à relier aussi au CV, au profil social, etc...).

Un des éléments particulièrement intéressants à noter est que la biographie et donc l'identité biographique a aussi pour objectif de corriger et influencer la façon dont les autres nous reconnaissent².

2- l'identité professionnelle relationnelle, celle que les autres nous attribuent.

Elle s'alimente, en complément des éléments que nous leur communiquons, de leurs propres représentations, référentiels ou jugements.

¹OSTY Florence, « identité au travail et accès à la reconnaissance », in Idris Souhila, « pratique et identité des enseignants universitaires Algériens », thèse de Magister, université de Bejaïa, 2010-2011, p 323.

²CLAUDE Dubar, op cit, p 188.

Biographique et relationnelle, la construction d'une identité professionnelle vise à être connu et reconnu, à la reconnaissance par les autres. Elle peut donc bien servir à l'appréciation de l'employabilité d'un individu¹.

3- Etude comparative des typologies :

Les classifications de l'identité que nous avons étudiées sont celles de SAINSAULIEU et de DUBAR, l'analyse des identités au sein des organisations peut donner les variables suivantes :

- L'attachement à l'organisation d'appartenance.
- La valorisation accordée à la compétence professionnelle.
- Le groupe d'appartenance de choix.

Tableau N°1 : comparaison des variables retenues par SAINSAULIEU et DUBAR :

R. SAINSAULIEU	C.DUBAR
<ul style="list-style-type: none"> - D'intégrations collectives. - Rapport du travail : image du métier et valorisation du statut, degré d'implication. - Rapport aux valeurs : engagement, dépassement. - Rapport hiérarchique. - Degré de sociabilité. - Rapport au collègue. - Rapport à la vie de l'entreprise. 	<ul style="list-style-type: none"> - Le mandat vécu au travail. - La trajectoire socioprofessionnelle. - Le rapport au métier.

Source : EL HOYEK (S). Représentations identitaires et rapport à la formation continue. Thèse de doctorat science de l'éducation université Charles de Gaule 2004.²

¹ IBID, p 189-190.

² EL HOYEK S. représentations identitaires et rapport à la formation continue. Thèse de doctorat en science de l'éducation. U.F.R. université Charles de Gaule, Lille 3, septembre 2004.P107.

4- Les finalités identitaires dans le champ du travail :

Evidemment, tous les individus cherchent à satisfaire certains, besoins, autres que matériels, à travers leur métiers ; la reconnaissance au travail est l'une des finalités identitaires centrales que cherche l'individu dans et par le travail. Le sentiment d'être reconnu au travail entraîne une satisfaction du soi et motive l'individu pour perfectionner son travail.

En fait, la trajectoire socioprofessionnelle de l'individu détermine, en partie, son engagement ou son rapport au travail. Se sont, justement, ces constats qui rendent l'étude de l'identité professionnelle pragmatique.

4-1- Satisfaction et reconnaissance au travail :

En s'interrogeant sur la nature de la satisfaction au travail, **LOCKE** les a défini comme **un état émotionnel** résultant de la relation perçue entre ce que l'on veut obtenir de son travail et ce qu'il nous apporte. L'insatisfaction traduit un écart entre les attentes des salariés vis-à-vis du travail et ce que le travail procure¹.

Friedlander² regroupe en trois facteurs les différentes sources de satisfaction :

- L'environnement social et technique (relation avec les collègues, avec la hiérarchie, condition du travail, sécurité de l'emploi).
- Les composantes internes du travail et la réalisation de soi (accomplissement, caractère stimulant du travail).
- Reconnaissance par l'avancement (responsabilité, possibilités, de promotion)

La motivation au travail entraîne une satisfaction ; **Claude Lévy Leboyer** définit la motivation comme « Ce qui déclenche l'activité, la dirige vers certains buts et la prolonge tant que ces buts ne sont pas atteints ». Cette définition permet de repérer les caractéristiques essentielles de la motivation : elle suscite le déclenchement de comportements, les dirige vers certains buts avec une certaine intensité. En fin elle amène à persister jusqu'à l'atteinte des objectifs »³.

¹ LOUCHE Claude, psychologie sociale des organisations, 2^{ème} édition, Armand, Colin, paris, 2007, P90.

² IBID, P91.

³ LOUCHE Claude, psychologie sociale des organisations, op.cit. P71.

Il précise que la motivation au travail est un processus complexe qui fait intervenir autant les dimensions individuelles (image de soi, ambition...) que les caractéristiques de l'organisation (contenu des tâches, ambiance de travail, etc).

La motivation est un processus non statique, non permanent qui met en relation l'individu avec son environnement matériel et social. La motivation n'est donc ni indépendant de la personnalité, ni étrangère à son environnement. Ce processus fait naître l'effort pour atteindre l'objectif et relance l'effort jusqu'à ce que l'objectif soit atteint.

Claude Lévy –Leboyer explique qu'il n'y a pas de recettes toutes faites pour « booster » la motivation chez quelqu'un il propose quelques grands principes qu'on peut résumer ainsi¹ :

- 1 On ne fait pas d'efforts sans objectif, sans but précis à atteindre ni sans représentation de ce qu'apportera l'objectif atteint ;
- 2 La réussite professionnelle accroît l'estime de soi et relance le désir de réussir ;
- 3 La motivation est étroitement liée à l'image que l'on a de soi. personne n'est prêt à faire des efforts sans avoir la conviction qu'il est capable de réussir ;
- 4 La motivation baisse si le sujet est injustement traité ou discriminé ;
- 5 La motivation est liée à la récompense (primes, promotions, gratifications, abstraite estime, prestige, témoignages et succès, résultats concrets).

Il y a un rapport de dépendance entre la satisfaction au travail et la reconnaissance au travail « **je sens une reconnaissance au travail donc je suis satisfait** » :

Le canadien **Jean-Pierre Brun** (professeur à l'université de Montréal), nous propose une définition intéressante de la **reconnaissance au travail**² : « C'est une réaction constructive et authentique, fondée sur la reconnaissance de la personne. C'est un acte d'appréciation et de jugement, un exercice quotidien, régulier ou ponctuel, une rétribution symbolique, affective, concrète ou financière ».

En fait, on peut distinguer plusieurs formes dans la reconnaissance que l'individu recherche dans et à travers le travail, **Jean-Pierre Brun nomme quatre formes de la reconnaissance au travail**, chaque forme produit un résultat donné :

¹ Voir LEVY- Leboyer Claude, op.cit, p80.

² Voir JEAN-Pierre Brun, « la reconnaissance au travail : des pratiques à visage humain » in : <http://cgsst.fsa.ulaval.ca>, consulté le 09/03/2015.

1 – la reconnaissance existentielle : S'intéresse à la personne ou au collectif de travail, S'exprime au sein des relations interpersonnelles, Surtout de nature informelle. Cette forme de reconnaissance donne à l'individu l'impression d'exister, besoin pris en considération, intégrité et identité respectées.

2- la reconnaissance des résultats du travail : Porte sur les résultats, le rendement, la contribution des employés à l'atteinte des objectifs de l'entreprise, souvent de nature formelle (prix, bonus, etc.) Résulte de cette forme : Reconnus pour leur contribution dans l'atteinte de résultats, sentiment d'utilité et d'efficacité accrus.

3- La reconnaissance de la pratique de travail : reconnaissance de la manière d'exécuter le travail englobant les comportements, les compétences, et les qualités professionnelles de l'employé ; cette forme entraîne chez l'individu un sentiment d'être reconnu par rapport à son expertise, ses compétences, son ingéniosité, ses qualités professionnelles. Sentiment d'estime accru.

4- la reconnaissance de l'investissement dans le travail : processus de travail reconnaissance de la participation et de la contribution d'efforts consentis et d'énergie déployée sans égard aux résultats, Ses résultats sont : Sentiment d'être vu et apprécié en rapport à l'effort indépendamment du résultat.

La reconnaissance au travail, affirme **Jean- Pierre Brun**¹ entraîne **des effets positifs et sur l'employé** (santé mentale, relations interpersonnelles au travail), **sur l'organisation** (rétention du personnel, mobilisation, bon climat de travail, plus grande productivité.) et **sur sa clientèle** (confiance des clients) comme elle peut déboucher sur **des effets pervers** (la compétition, la Jalousie, la méfiance et l'iniquité).

4-2- Diversité des rapports au travail :

Les individus qui appartiennent au même groupe et champ professionnel ne développent pas nécessairement le même rapport au travail ; en fait le rapport au travail diffère d'un individu à l'autre en fonction de plusieurs critères. A l'une de ces critères le processus biographique ou la trajectoire sociale et professionnelle de l'individu.

¹ Voir JEAN-Pierre Brun, op.cit.

Les chercheurs belges **Cultiaux et Vendramin**¹(2008) nous proposent une typologie intéressante des formes de **rapport au travail** qui met en évidence quatre formes typiques d'engagement dans le travail, pas forcément liées à l'âge.

Cette typologie est construite autour de deux axes : un premier qui différencie **le type d'engagement dans le travail** soit dominé par le pragmatisme, soit dominé par l'engagement subjectif ou réflexif. Le deuxième axe qualifié de « **parcours de vie** » différencie le parcours de vie et le parcours de vie individualisé :

1) le type d'engagement dans le travail :

L'engagement pragmatique correspond à l'idée qu'il est indispensable de travailler pour satisfaire ses besoins personnels et familiaux. Le travail n'est pas « la vie », c'est un moyen. Dans la mesure où celui-ci prend une place importante dans la vie, le travail doit aussi être agréable (bonne ambiance, utilité, relative sécurité...).

Dans **l'engagement plutôt réflexif**, le travail joue un rôle plus essentiel dans l'identité individuelle. Le développement personnel est important, l'initiative, la créativité, le développement des connaissances.

2 - parcours de vie :

Dans l'engagement pragmatique, comme dans l'engagement réflexif, deux attitudes différentes sont possibles ; elles sont influencées par les trajectoires, les parcours de vie des individus. Selon les chercheurs les individus se partagent globalement entre deux groupes :

Ceux qui suivent, tant bien que mal, **un parcours plus ou moins standardisé**, un calendrier normatif qui enchaîne des étapes (études, travail, vie indépendante, vie en couple, famille ...) selon un calendrier institutionnalisé.

Ceux qui suivent **un parcours individualisé**, volontairement ou de manière contrainte, dans une trajectoire qui n'est pas toujours en phase avec les normes sociales dominantes et les institutions.

Les chercheurs introduisent une distinction entre **le rapport à l'emploi et le rapport au travail : la relation au travail** fait la référence au contenu du travail, à la gestion des

¹ VENDRAMIN Patricia et Cultiaux John, « les générations face aux mutations du rapport du travail », in www.ftu-namur.org/fichiers/AISLF-Bres, consulté le 09/03/2015.

relations sociales, aux pratiques de travail, au rapport au savoir et aux connaissances. **La relation de l'emploi** concerne la position sur un marché du travail, le statut, le contrat, les perspectives de carrière. Cette relation à emploi est ancrée dans la trajectoire individuelle.

Le croisement de ces deux axes donne quatre manières de vivre de travail :

- 1) Une contrainte à vivre positivement.
- 2) Un moyen de gagner de l'argent.
- 3) Un support au développement personnel.
- 4) Un élément central dans l'identité (voir tableau suivant).

Tableau N°2 : typologie des formes de rapport au travail selon Cultiaux et Vendramin :

	Engagement pragmatique dans le travail		Engagement réflexif dans le travail	
Parcours de vie standardisé	La relation au travail domine la relation à l'emploi	Type I Le travail est une contrainte à vivre positivement	Type III Le travail est un support au développement personnel	la relation au travail domine la relation à l'emploi
Parcours de vie individualisé		Type II Le travail est un moyen de gagner de l'argent	Type IV Le travail est un central dans l'identité	

Source : Souhila Idris, pratiques et identités professionnelles des enseignants universitaires algériens, mémoire de magistère, 2010-2011, p70.

5- les formes identitaires :

Les changements dans les représentations pouvant conduire à d'autres regards sur soi et les autres ainsi, à l'évaluation des identités collectives. Résulte donc, des processus sociaux groupaux et relationnels. Dans ce contexte, le monde du travail et les différentes interactions avec les groupes professionnels, l'individu change de perspectives sur soi-même et par extension sur le monde qui l'entoure.

Plusieurs études ont été réalisées dans les entreprises, ont dégagés diverses formes d'identités dans le travail. Celle de Sainsaulieu puis Claude Dubar et formes identitaires dans les entreprises contemporaines.

4-1 : les formes identitaires de Renault Sainsaulieu :

R.SINSAULIAU explique comment un individu ou un groupe conçoit son travail, son rôle et l'image que font ses collègues de lui ainsi les diversités des attitudes et sociabilités au travail entre ces groupes. Il a mis en évidence une variété de modèles relationnels (fusion, affinités, négociation et retrait) au sein de chacune de ces catégories.

A- l'identité fusionnelle :

Ce modèle de relation a été repéré chez les hommes pour qui la vie du travail a une signification pour elle-même, sans offrir pourtant de responsabilité personnelle, de perspective individuelle, d'autre moyen d'action éventuel que la pression de masse.

Les relations entre collègues sont nombreuses et intenses, mais fortement affectives, peu sensibles aux différences de point de vue. Au contraire du fait d'une conscience aigüe de la faiblesse individuelle, tout ce qui menacerait l'homogénéité du groupe, qui doit demeurer un bloc compact, est repoussé. On ne peut concevoir de décision qu'unanime.

Le chef autoritaire comme le leader, celui qui sait ou parle mieux sont nécessaires. L'un et l'autre contribuent à renforcer la cohésion et à éviter que se posent des problèmes risquant de fêler l'unanimité.

Des salariés dotés du pouvoir individuel très limité d'infléchir leurs conditions de travail vont compenser cette faiblesse par une lutte collective. Celle-ci nécessite une forte solidarité entre pairs (identification horizontale) et un regroupement sous la bannière d'un leader (identification verticale). Valeurs communes, camaraderie, unité du groupe... sont les

caractéristiques du modèle de « fusionnel ». **R.Sainsaulieu** le rencontre chez les ouvriers spécialisés et des employés de bureau.

B-l'identité de négociation :

Ce modèle est différent du premier, se caractérise par la négociation dans le travail. On le trouve chez les ouvriers spécialisés, agent technique et cadres, ils acceptent les débats, les relations interpersonnelles sont bonnes, ils préfèrent une vie professionnelle démocratique et collective, refusent toute autorité exercée ; les employés préfèrent le leader sorti du groupe et contrôlé par lui.

A l'opposé des professionnels très qualifiés y compris les ouvriers et les cadres de production, grâce à leurs compétences et aux responsabilités acquises par leur fonctions, ont les moyens d'affirmer leurs différences, de négocier leurs alliances et leurs reconnaissance sociale.

C-l'identité d'affinités :

Elle se présente d'avantage dans les situations de mobilités professionnelles de promotion interne, le commandement hiérarchique est vu comme indispensable, mais il doit être libérale et attentif aux problèmes des subordonnés. Les salariés sont tendus vers une ascension sociale qui passe souvent par une mobilité externe à l'entreprise. C'est ce carriérisme qui les motive, qui les mobilise dans leur travail.

D-l'identité de retrait :

Apparaît dans le même type de situation chez les travailleurs peu qualifié, insatisfait ou démotivé, ils refusent de s'impliqués dans les relations inter personnelle ou dans les groupes formel ou informel. Le mode de l'atelier est pour eux celui de l'obligation et de l'impersonnalité : prescription des tâches, répétitives des gestes, obligation de se mettre à la hiérarchie, leur conception du travail est instrumentale, car leurs principaux investissements sociaux ailleurs.

Parmi les ouvriers spécialisés, les femmes, les jeunes ou les immigrés ont ainsi, selon Sainsaulieu, choisi une stratégie de désengagement.

4-2 : Les formes identitaires de Claude Dubar:

De son côté Dubar distingue quatre types d'identités professionnelles qui sont :

A : l'identité d'exclue :

Elle touche le parcours des ouvriers spécialisés sans compétences, des enciens métiers non convertibles, cette identité est sensible. L'ouvrier ne dispose d'aucun avantage pour transformer quelque peu les compromis avec le métier et le poste.

Donc toute restructuration de l'entreprise est une menace sérieuse sur l'identité personnelle des ouvriers.

B : l'identité bloquée :

Dans cette identité l'ouvrier qualifié doit connaître toute les fonctions de l'entreprise (réglage, gestion, organisation et contrôle des produits), ces ouvriers se comparent aux jeunes diplômés par rapport aux techniques acquises sur le tas et avec des stages de formation-perfectionnement pour l'accès au niveau supérieur.

Pour les cadres de haut niveau, cette identité bloquée peut également apparaître lorsque, contrairement au principe de Peter, ils se trouvent bloquer à l'échelle extérieure, alors qu'ils ne s'estiment pas aux limites de leurs compétence¹.

C- l'identité de promotion et d'entreprise :

L'objectif des salariés est d'enrichir leur savoir technique d'organisation, mais la réussite de l'entreprise est le moyen de leur réussite professionnelle et sociale. Il s'agit des compétences personnelles des ouvriers, techniciens, de flexibilité et de mobilité face aux menaces sur l'entreprise dont ils se sentent solidaires a la condition de bénéficier de nombreuses formations accompagnant leurs changements de fonction.

¹ SAINSAULIEU Renault, op.cit, p 223.

D- l'identité indépendante :

Elle touche les jeunes diplômés, toujours demandeurs de formation. Cette identité n'est pas centrée sur l'entreprise mais sur des carrières indépendantes, vers des professions de conseil ou la création d'entreprise ; ces salariés se définissent plus, par leurs savoir que par les activités au sein de l'entreprise.

Ces jeunes diplômés n'ont pas la conscience de solidarité interne et vivent comme décalés par rapport à l'entreprise ou aux milieux professionnels et syndicaux.

Une crise permanente d'identité est plutôt leur mode de définition parce qu'ils rejettent l'avenir en entreprise, tout en profitant des moyens offerts pour définir un projet de réalisation extérieure pas vraiment achevé¹.

4-3 : les formes identitaires dans les entreprises contemporaines :

Vingt ans après la première modélisation proposée par R.Sainsaulieu, une typologie est proposée par : **I.Francfort, F. Osty, R. Sainsaulieu, M. Uhal**², certaines formes identitaires du temps de la croissance ont connues certaines adaptations tandis que d'autres formes sont apparues.

A-L'identité réglementaire :

Dérivée de l'ancien mode de « retrait » attache une importance aux éléments statutaires de l'emploi au détriment du contenu de l'activité.

L'implication y est faible et les sociabilités peu entretenues. La sécurité de l'emploi, l'ambiance et les bonnes conditions de travail sont les éléments d'une satisfaction au travail, que l'on rencontre principalement chez les employés et ouvriers dont les tâches sont répétitives.

B-L'identité communautaire :

Très présente chez des anciennes populations ouvrières, elle s'effrite sous le coup des transformations de l'entreprise induisant la déqualification de certains et la dilution des

¹ SAINSAULIEU R, op. cit, p 224.

² Minguet GUY, op.cit, p 323-326.

relations fusionnelles. La crante pour l'emploi et les diverses restructurations ont mis à mal les valeurs de solidarité dans la lutte, d'une forte convivialité autour d'une histoire commune et d'appartenance à l'entreprise.

C-L'identité de métier :

La fierté du travail bien fait, la valorisation du travail, l'aspiration à une progression dans l'échelle hiérarchique, des qualifications et la place de l'expérience dans les modes d'apprentissage caractérisant cette identification au métier, désormais centrées sur la production permanente de compétence opérative en situation d'aléas.

D-L'identité de mobilité :

Met en évidence l'importance de la construction d'une trajectoire professionnelle par accumulation d'expérience de travail varié.

Les relations nouées au travail sont ainsi sélective et construites sous le mode de réseau, en ce sens qu'elles servent la réalisation du projet individuel.

E- L'identité entrepreneuriale :

Constitue une variante de l'identité de métier et souligne une double intégration par le travail mais aussi par l'entreprise. Souvent, à la pointe de l'innovation par sa technologie ou son positionnement sur le marché et sa condition d'entreprise, d'exception ; l'entreprise suscite une fierté d'appartenance d'autant plus forte qu'elle conjugué le développement de l'entreprise et de l'individu par un parcours professionnel durable.

F- L'identité de service publique :

Enfin, soulignons une forme émergente dans les structures de service. La socialisation des repères professionnels dans les modes d'arbitrages repose sur des relations plus intenses qu'au paravent entre collègues et avec la hiérarchie de proximité.

Conclusion Partielle :

La construction de l'identité professionnelle est un processus qui commence très tôt et dépende des conjonctions collectives, que des conjonctions individuelles, elle est liée à l'image de soi et l'estime de soi autant qu'à ses relations à ses proches et son degré d'intégration au milieu de sa culture, les modalités de construction de cette identité dépendent

aussi de l'image sociale de la profession et le système de valeur du milieu que de la première confrontation au milieu de travail.

Chapitre II :

les représentation sociaux

Préambule :

Les représentations sociales se présentent sous une grande diversité phénoménales : image réelle, croyances, valeurs, systèmes de référence et théorie de la socialité coexistent le plus souvent.

Les représentations sociales correspondent à une exigence fondamentale de la pensée humaine, la nécessité de représenter le réel, que celui-ci est à la fois divers et appréhendable d'une multitude de points de vue eux-mêmes dépendant des caractéristiques historiques et sociales des acteurs¹

1- CLARIFICATION DU CONCEPT :

Le concept de représentation sociale désigne une forme de connaissance spécifique, le savoir de sens commun, dont les contenus manifestent l'opération de processus génératifs et fonctionnels socialement marqués. Plus largement, il désigne une forme de pensée sociale. Les représentations sociales sont des modalités de pensée pratique orientées vers la communication, la compréhension et la maîtrise de l'environnement social, matériel et idéal².

2-L'histoire du concept :

Emile Durkheim (1858-1917) fut le premier à évoquer la notion de représentations qu'il appelait "collectives" à travers l'étude des religions et des mythes.

Ce sociologue distinguait les représentations collectives des représentations individuelles. Dans la conclusion de son ouvrage, il posait les bases d'une réflexion sur le concept de représentation collective. Ainsi le concept de représentation, un des objets d'étude des sciences humaines depuis le dix-neuvième siècle, a été réintroduit dans le champ des recherches actives par Serge Moscovici en 1961. Il intéresse de plus en plus des chercheurs, et ce dans toutes les disciplines des sciences humaines : anthropologie, histoire, linguistique, psychologie sociale, psychanalyse, sociologie. C'est un concept fondamental, transdisciplinaire.

Cette partie se base essentiellement sur l'analyse que Serge Moscovici propose en 1989 de l'évolution du concept.

¹ GILLES Ferréol et autres, *dictionnaire de la sociologie*, 3^{ème} Edition, Armand Colin, Paris, 2004, P: 189.

² JODELET Denise, *représentation sociale : phénomènes, concept et théorie*, in psychologie sociale, sous la direction de S. Moscovici, Paris, PUF, le psychologue, 1997, p365.

3. L'approche initiale :

C'est une notion ancienne utilisée à l'origine par la philosophie. Pour Emmanuel Kant (1724-1804) «les objets de notre connaissance ne sont que des représentations et la connaissance de la réalité ultime est impossible »¹.

S. Moscovici fait remonter à G. Simmel (1858-1918) et M. Weber (1864-1920) la genèse de l'idée de représentation dans le champ de la sociologie.

Il attribue néanmoins à Emile Durkheim (1858-1917) la paternité réelle du concept de représentations.

Il s'agit « d'une vaste classe de formes mentales (sciences, religions, mythes, espace, temps), d'opinions et de savoirs sans distinction. La notion est *équivalente à celle d'idée ou de système, ses caractères cognitifs n'étant pas spécifiés* »².

Il distingue représentations collectives et représentations individuelles.

Il considère d'ailleurs que la force des représentations collectives les rend dominantes. Il utilise ce concept pour analyser différents domaines sociaux, en émettant «*l'hypothèse que l'on pourrait expliquer les phénomènes à partir des représentations et des actions qu'elles autorisent* »³.

À la suite de Durkheim, Lucien Lévy-Bruhl (1857-1939) applique ce concept à l'étude de la différence entre sociétés primitives et société moderne pour montrer que c'est essentiellement une différence dans la représentation des lois naturelles (lois mystiques pour les sociétés primitives, lois logiques pour les sociétés modernes) qui induit des représentations différentes de la réalité, produisant des modes de vie différents.

Pour S. Moscovici, les analyses de L. Lévy-Bruhl «*commencent à dégager les structures intellectuelles et affectives des représentations en général* »⁴.

Il ajoute, « ...à travers le tapis psychique et la forme mentale qui les cimente, Lévy-Bruhl met au jour la cohérence des sentiments et des raisonnements, les mouvements de la vie mentale collective »⁵. Cette voie sera suivie par les psychologues.

¹ J.C Ruano-Borbalan, « Une notion clef des sciences humaines », in sciences humaines n° 27 Avril 1993, p16.

² Ibid, p 65.

³ Ibid, p 66.

⁴ Ibid, p 69.

⁵ Ibid.

Après cet aperçu de l'histoire du concept de représentation sociale nous allons maintenant nous attacher à le définir précisément.

À la lecture des nombreux travaux sur les représentations, nous relevons selon Doise qu'il est difficile de dégager une définition commune à tous les auteurs qui utilisent la notion de représentation sociale.

Cette difficulté tiendrait, selon Moscovici, à « *sa position « mixte » au carrefour D'une série de concepts sociologiques et d'une série de concepts psychologiques* »¹.

Il ajoute aussi que : « *...si la réalité des représentations sociales est facile à saisir, le concept ne l'est pas* »².

Lorsqu'il question de définir le concept de représentation, un nombre considérable de procédures ont été utilisées pour illustrer ces définitions.

La polysémie du concept et les multiples phénomènes et processus qu'il désigne le rendent difficile à cerner.

4- Représentations individuelles, collectives et sociales :

Le concept de représentation se décline en plusieurs concepts dérivés. Nous allons essayer de préciser le sens des trois principaux.

1- Représentations individuelles :

Nous désignons par ce terme les représentations que l'individu se construit par l'interaction avec son environnement. Elles constituent un tout cohérent et personnel et lui servent à organiser son action.

Pour J. Clenet les représentations individuelles sont « *ce qu'un sujet a pu intérioriser d'une situation vécue, [de] ce qui pour lui "fait sens" et donne sens à ses actions* ». Plus loin : « *Ces représentations individuelles sont fondées sur des expériences singulières et sont construites de manière tout autant singulière dans un environnement qui devient alors singulier* »³.

Nous pouvons rapprocher cette notion de celle de représentation mentale chère à M. Denis⁴.

P. Mannoni n'expose que ces représentations mentales « *dans la plupart des cas, sont orientées par les préoccupations praxéologiques du sujet. Elles sont utilisées par celui-ci*

¹ Moscovici, « Représentations sociales : Quelques aspects théoriques et méthodologiques ». Disponible sur : http://www.relianceroutiere.org/uploads/images/page1_blog_entry34_2.pdf

² Ibid.

³ J.Clenet. Représentations, formation et alternances/développements, L'harmattan, Paris 1998, P8.

⁴ M.Denis, image et cognition, P.U.F Paris 1989.

pour organiser et planifier son action, participent aux projets comme à leur exécution et se trouvent en permanence dirigées par une intention pragmatique»¹.

Pour Durkheim Emile, elles sont *«propres à chaque individu, sont variables et emportées dans un flot ininterrompu. [...] (Elles) ont pour substrat la conscience de chacun...»².*

Insistant sur la variabilité des représentations individuelles, Durkheim considérait d'ailleurs que c'était les représentations collectives qui prévalaient.

2- Les représentations collectives :

La notion de représentations collectives est celle qui intéressa la première sociologie. Elle désigne les représentations partagées par un groupe social en termes de contenu essentiellement. M. Denis explique : *« Ces représentations comportent une spécificité individuelle mais également un noyau commun partagé par la plupart des esprits humains participant de la même culture »³.*

Elles servent à définir des modes de pensée communs (autours de normes, de mythes, d'objectifs) qui règlent et légitiment les comportements au sein du groupe. La notion de représentations collectives insiste sur leur spécificité pour le groupe qui les élabore et les partage.

Ce concept, très utilisé en anthropologie a laissé la primauté aux représentations sociales dans les autres champs des sciences humaines.

3- Les représentations sociales :

La notion de représentation sociale est plus récente. Elle repose sur les travaux de S. Moscovici, qui s'intéressé aux représentations comme interactions entre individus et/ou groupes. Ce terme désigne plus les représentations étudiées dans leur dynamique, leur élaboration, leurs évolutions que dans leur contenu. Ces représentations sociales intègrent des aspects collectifs et individuels.

J. Clenet considère que *«les représentations se construisent par l'interaction avec les autres, par le contact avec la réalité dans l'action »⁴.*

Ailleurs il précise : *« Le représentations sociales seraient à la fois produits et processus interindividuels, intergroupes et idéologiques, qui entrent en résonance les uns avec les*

¹ P.Manoni, les représentations sociales que-je, PUF, 1998, P10.

² S.Moscovici, Op cité, 1989, P64.

³ M.Denis, In sciences Humaines n° 27, Op.cit.

⁴ J.Clenet, cours au C.U.E.P.de Lille, exposé, 1998.

autres pour former des dynamiques propres à une institution [...] et ces dynamiques ne sont pas indifférentes quant à la construction des représentations individuelles »¹.

Définissant les représentations sociales, D. Jodelet indique : « *C'est une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social* »². Plus loin, elle ajoute : « *les représentations sociales sont abordées à la fois comme le produit et le processus d'une activité d'appropriation de la réalité extérieure à la pensée et l'élaboration psychologique et sociale de cette réalité* »³.

5- Les constituants de la représentation sociale :

Dans la plupart des définitions psychosociales des représentations, nous retrouvons trois aspects caractéristiques et interdépendants, la communication, la reconstruction du réel, et la maîtrise de l'environnement.

a- La communication :

Puisque les représentations sociales offrent aux personnes « *un code pour leurs échanges et un code pour nommer et classer de manière univoque les parties de leur monde et de leur histoire individuelle ou collective* »⁴.

b- La reconstruction du réel :

« *Les représentations nous guident dans la façon de nommer et de définir ensemble les différents aspects de notre réalité de tous les jours ; dans la façon de les interpréter, de statuer sur eux et le cas échéant de prendre une position à leurs égards et de la défendre* »⁵.

c- La maîtrise de l'environnement par le sujet :

L'ensemble de ces représentations ou de ces connaissances pratiques permet à l'être humain, de se situer dans son environnement et de le maîtriser.

Il s'agit là d'une dimension plus concrète que les précédentes, parce que la maîtrise de l'environnement, nous renvoie en partie, à l'utilité sociale de la notion de représentation.

¹ J.Clenet Op.Cit, 1998, P8.

² D.Jodelet, Op. Cit, 1989, P36.

³ D. Jodelet, Op, Cit, P37.

⁴ Moscovici, Cité par Michèle Jouet Le Pors in : « La théorie des représentations sociales ». Disponible sur : <http://www.cadredesante.com/spip/spip.php?article314> consulté le 16/03/2015.

⁵ D. Jodelet Cité par Michèle Jouet Le Pors in. « La théorie des représentation sociales ». Disponible sur : <http://www.cadredesante.com/spip/spip.php?article314> consulté le 16/03/2015.

6- Caractéristiques et fonction des représentations sociales :

6.1. Les cinq caractères fondamentaux d'une représentation sociale (d'après Jodelet) :

A- Elle est toujours représentation d'un objet :

Il n'existe pas de représentation sans objet. Sa nature peut être très variée mais il est toujours essentiel. Sans objet, il n'existe pas de représentation sociale. L'objet peut être de nature abstraite, comme la folie ou les médias, ou se référer à une catégorie de personnes (les enseignants ou les journalistes par exemple).

L'objet est en rapport avec le sujet : la représentation « *est le processus par lequel s'établit leur relation* »¹.

Le sujet et l'objet sont en interaction et s'influencent l'un sur l'autre.

Dans la préface du livre de Claudine Herzlich, Santé et maladie, Moscovici écrit: « *il n'y a pas de coupure entre l'univers extérieur et l'univers intérieur de l'individu (ou du groupe)*).

Le sujet et l'objet ne sont pas foncièrement distincts ... se représenter quelque chose, c'est se donner ensemble, indifférenciés le stimulus et la réponse. Celle-ci n'est pas une réaction à celui-là, mais, jusqu'à un certain point, son origine »².

Dans l'étude des représentations, on s'intéressera donc au phénomène d'interaction entre un sujet et un objet.

Herzlich définit son étude par le fait de tenter « *de comprendre les attitudes et le comportement qu'elles (les représentations sociales) engendrent, le savoir qui circule à leur propos, dans la relation même qui se crée entre l'individu, la santé et la maladie* »³.

B- Elle a un caractère imageant et la propriété de rendre interchangeable le sensible et l'idée, le percept et le concept :

Le terme image ne signifie pas la simple reproduction de la réalité mais renvoie à l'imaginaire social et individuel.

C'est la face figurative de la représentation : les scientifiques, par exemple, évoquent une "soupe primitive", composée de molécules diverses qui sont à l'origine de la vie sur la terre.

¹ D.Jodelet in psychologie sociale, op. Cit, P366.

² Claudine Herzlich. Santé et maladie, analyse d'une représentation sociale, Paris, Ecole des hautes études en sciences sociales, 1996 (1^e Ed 1969).

³ - Claudine Herzlich, cité in. Concept de représentation sociale. Disponible sur : http://www.serpsy.org/formation_debat/mariodile_5.html. Consulté le 13/03/2015.

De par, son caractère imageant, la représentation sociale aide à la compréhension de notions abstraites.

Elle relie les choses aux mots, elle matérialise les concepts.

Jodelet cite l'exemple de la notion de poids, décrite par R. Roqueplo (1974) : « *le sens commun utilise la notion de poids dont il y a une évidence sensible pour interpréter la notion de masse, concept abstrait défini scientifiquement depuis trois siècles et qui fait partie de notre bagage scolaire et de notre culture* »¹.

C- Elle a un caractère symbolique et signifiant :

La représentation sociale a deux faces, l'une figurative, l'autre symbolique.

Dans la figure, le sujet symbolise l'objet qu'il interprète en lui donnant un sens. Pour Rouquette et Rateau²,

C'est le sens qui est la qualité la plus évidente des représentations sociales.

D- Elle a un caractère constructif :

La représentation construit la réalité sociale. Pour Abric, « *toute réalité est représentée, c'est-à-dire appropriée par l'individu ou le groupe, reconstruite dans son système cognitif, intégrée dans son système de valeurs dépendant de son histoire et du contexte social et idéologique qui l'entourne* »³.

L'étude des représentations permet de mettre en évidence que la pensée sociale élabore la réalité selon différents modèles.

Pour reprendre le domaine de la maladie, François Laplantine estime qu'elle peut être considérée d'après plusieurs modèles : maladie exogène / maladie endogène ; modèle épistémologique (biomédical, psychologique ou relationnel) ; modèle des systèmes thérapeutiques.

¹ - DENISE Jodelet in : Psychologie sociale, Op. Cit, P371.

² - Michel Louis Rouquette et Patrick Rateau, in. Introduction à l'étude des représentations sociales. Presses universitaires de Grenoble, 1998.

³ JEAN-Claude ABRIC, op cit, P12.

E- Elle a un caractère autonome et créatif :

Elle a une influence sur les attitudes et les comportements.

C. Herzlich a bien montré comment les représentations de la maladie - destructrice ou libératrice - induisent des comportements : refus des soins et de recours au médecin dans le cas de la maladie destructrice ; rupture avec les contraintes sociales, enrichissement sur le plan personnel, lorsque la maladie est vécue sur le mode d'une libération.

6-2. Les fonctions des représentations sociales :**A- Des fonctions cognitives :**

Les représentations sociales permettent aux individus d'intégrer des données nouvelles à leurs cadres de pensée, c'est ce que Moscovici a mis en évidence à propos de la psychanalyse.

Ces connaissances ou ces idées neuves sont diffusées plus particulièrement par certaines catégories sociales : les journalistes, les politiques, les médecins, les formateurs...

B- Des fonctions d'interprétation et de construction de la réalité :

Les représentations dotent les acteurs sociaux, d'un savoir qui est commun, donc partagé, ce qui facilite la communication. Cette fonction de communication va permettre de comprendre et d'expliquer la réalité.

Elles sont une manière de penser et d'interpréter le monde et la vie quotidienne. Les valeurs et le contexte dans lequel elles s'élaborent ont une incidence sur la construction de la réalité.

Il existe toujours une part de création individuelle ou collective dans les représentations. C'est pourquoi elles ne sont pas figées à jamais, même si elles évoluent lentement.

C- Des fonctions d'orientation des conduites et des comportements :

Les représentations sociales sont porteuses de sens, elles créent du lien ; en cela elles ont une fonction sociale.

Elles aident les gens à communiquer, à se diriger dans leur environnement et à agir. Elles engendrent donc des attitudes, des opinions et des comportements. Elles guident les comportements et les pratiques.

La représentation sociale a aussi un aspect prescriptif : « *Elle définit ce qui est licite, tolérable ou inacceptable dans un contexte social donné* »¹.

D- Des fonctions identitaires :

« *Les représentations ont aussi pour fonction de situer les individus et les groupes dans le champ social, elles permettent l'élaboration d'une identité sociale et personnelle gratifiante, c'est-à-dire compatible avec des systèmes de normes et de valeurs socialement et historiquement déterminés* »².

Jodelet parle d'affiliation sociale : « *Partager une idée, un langage, c'est aussi affirmer un lien social et une identité* »³.

E- Des fonctions de justification des pratiques :

Elles nous semblent très liées aux fonctions précédentes. Elles concernent particulièrement les relations entre groupes et les représentations que chaque groupe va se faire de l'autre groupe, justifiant a posteriori des prises de position et des comportements.

Selon Jean Claude Abric, il s'agit d'un « *nouveau rôle des représentations : celui du maintien ou du renforcement de la position sociale du groupe concerné* »⁴. Ce point de vue nous interroge par rapport à l'objet de notre étude.

Les représentations que les aides à domicile ont de la vieillesse, n'ont-elles pas une incidence sur les représentations de leur rôle ?

En d'autres termes, les représentations des besoins des personnes aidées vont-elles engendrer des représentations de la fonction d'aide, légitimant ensuite des attitudes et des comportements ?

¹JEAN-Claude ABRIC, op, cit, P17.

² MUGNY et Carugati, 1985, P.183. Cité Par J.C.ABRIC, op cit, P16.

³ D.Jodelet, « Les représentations sociales », op. Cit, p51.

⁴ Jean Claude Abric. Op. Cit, P18.

7-Fonctionnement des représentations sociales :

Il est à présent nécessaire d'examiner l'organisation et la structure des représentations c'est -dire la façon dont elles se forment.

Nous pouvons maintenant s'interroger sur les mécanismes qui sont a la base de la formation et du fonctionnement de la représentation sociale.

7-1. Par quel mécanisme s'élabore et fonctionne une représentation sociale ?

« Une représentation se définit par deux composantes : ses éléments constitutifs d'une part, et son organisation, c'est-à-dire les relations qu'entretiennent ces éléments d'autre part »¹.

En d'autres termes, il s'agit du contenu et de la structure de la représentation. Les éléments qui la composent sont interdépendants. La cohérence de la représentation est basée sur cette dépendance.

En pratique, pour étudier une représentation sociale, il faut repérer ces éléments dits « invariants structuraux » et les relations qui les lient entre eux.

Selon Moscovici². La représentation sociale se structure par deux processus Majeurs : l'objectivation et l'ancrage ; l'un tend à opposer le passage d'éléments abstraits théoriques à des images concrètes. L'autre tend à intégrer l'objet présente dans un système de penser préexistant.

Ils montrent d'une part comment le social transforme un objet, une information, un événement en représentation et d'autre part, la façon dont cette représentation transforme le social.

7.1.1. L'objectivation :

L'objectivation premier processus, concerne l'élaboration des connaissances a propos d'un objet de représentation, il s'agit d'une opération qui consiste a rendre concret ce qui est abstrait.

¹ Michel Louis Rouquette et Patrick Rateau, op. Cit, P29.

² D.Jodelet. Les processus de formation des représentations rendent compte de leur structuration » 1994, P56. Cité in : Représentation sociales : Quelques aspects théoriques et méthodologiques. Disponible sur : http://www.relianceroutiere.org/uploads/images/page1_blog_entry34_2.pdf. Consulter le 02/04/2015.

Objectiver, écrit Moscovici « c'est résorber un excès de significations en les matérialisant ... c'est aussi transplanter au niveau de l'observation ce qui n'était qu'inférence et symbole »¹.

Le processus d'objectivation permet aux gens de s'appropriier et d'intégrer des phénomènes ou des savoirs complexes.

L'objectivation, en tant qu'opération imageante et structurante, se déroule en trois étapes :

La première étape:

Possède un double mécanisme : sélection et décontextualisation.

Les informations possédées sur un objet vont être triées en fonction de critères culturels (accès inégal aux informations suivant l'appartenance à un groupe culturel) et de représentations déjà existantes.

Ces informations deviennent alors la propriété du sujet et n'appartiennent plus au champ spécifique dont elles sont issues.

Ce double mécanisme conduit à la formation d'un schéma figuratif.

La deuxième étape

Du processus : c'est le noyau essentiel de la représentation.

Il est constitué d'un agencement qui contient d'une part, une condensation des éléments d'information et, d'autre part, une omission des aspects les plus conflictuels.

« Les divers éléments retenus sont organisés et intégrés en une élaboration saisissable, imagée et cohérente, permettant de concrétiser une entité abstraite »².

La troisième étape :

Est la naturalisation des éléments auxquels on attribue des propriétés ou des caractères à propos de la représentation des éléments de la psychanalyse. Jodelet cite cet exemple :

« L'inconscient est inquiet ».

¹ S.Moscovici 1986 P.108. Cité par D.Jodelet, in « Psychologie sociale », op.cit, P371.

² - Michel Louis Rouquette et Patrick Rateau. Op. Cité, P 32.

Le noyau figuratif prend un statut d'évidence et devient la réalité même pour le groupe considéré.

C'est autour de lui que se construit l'ensemble de la représentation sociale.

Donc le processus d'objectivation rend compte de la manière dont un individu sélectionne certaines informations plus expressives pour lui et les transforme en image signifiante, moins riche en information, mais plus productive pour la compréhension.

7.1.2. L'ancrage :

Le second processus désigne les modalités d'insertion de la représentation dans le social et les transformations qui en découlent.

« *L'ancrage permet d'accrocher quelque chose qui est nouveau à quelque chose qui est ancien, est donc qui est partagé par les individus appartenant à un même groupe* »¹.

Autrement dit, il s'agit de rendre intelligible ce qui est nouveau ou étranger et de permettre une meilleure communication en offrant des outils commun d'analyse des événements.

L'ancrage c'est « l'enracinement sociale de la représentation et de son objet »².

Ce processus comporte plusieurs aspects :

- **Le sens** : l'objet représenté est investi d'une signification par le groupe concerné par la représentation.

A travers le sens, c'est son identité sociale et culturelle qui s'exprime.

- **L'utilité** : « *les éléments de la représentation ne font pas qu'exprimer des rapports sociaux mais contribuent à les constituer ... Le système d'interprétation des éléments de la représentation à une fonction de médiation entre l'individu et son milieu et entre les membres d'un même groupe* »³.

Le langage commun qui se crée entre les individus et les groupes à partir d'une représentation sociale partagée, leur permet de communiquer entre eux. Le système de référence ainsi élaboré exerce à son tour une influence sur les phénomènes sociaux.

¹ Guimelli. Cité par Véronique Castelotti et Daniël Moore in « Représentations sociales des langues et enseignements ». Conseil de l'Europe, Strasbourg 2002, P7 .Disponible sur : www.coe.int/t/dg4/linguistic/Source/CastellottiMooreFR.pdf.

² Denise Jodelet, in « Psychologie sociale ». Op. Cité, P 375.

³ D.Jodelet. op. cit, P 376 et 377.

L'enracinement dans le système de pensée préexistant : pour intégrer de nouvelles données, les individus ou les membres d'un groupe les classent et les rangent dans des cadres de pensée socialement établis.

Des attentes et des contraintes sont en même temps associées aux éléments de la représentation, en termes de comportements prescrits.

« *Le processus d'ancrage, situé dans une relation dialectique avec l'objectivation, articule les trois fonctions de base de la représentation : fonction cognitive d'intégration de la nouveauté, fonction d'interprétation de la réalité, fonction d'orientation des conduites et des rapports sociaux* »¹.

Les processus d'objectivation et d'ancrage sont affectés par trois facteurs qui sont, selon Moscovici² ; la dispersion de l'information, la focalisation d'un groupe ou d'un sujet autour d'intérêts spécifiques et la pression à l'inférence exercée par le groupe.

8. L'évolution et la transformation des représentations sociales :

Deux axes de recherche, complémentaires, se sont développés au sein de la psychologie sociale : un axe qualitatif qui s'intéresse aux contenus de la représentation, sur la base d'enquêtes, dans la lignée de travaux de S Moscovici sur les représentations de la psychanalyse ; un axe expérimental et formalisateur qui s'intéresse à la manière dont se constituent et se modifient les représentations.

Cette perspective a conduit à l'élaboration d'une théorie dite du « noyau central », qui considère que « *les traits constitutifs d'une représentation sociale (appelés « cognâmes ») se distribuent en deux ensembles: un système central qui donne à la représentation sa stabilité et son contenu sémantique fondamental et un système périphérique ouvert, où les traits associés, contextuels, permettent l'adaptation à la diversité des situations, mais sont en contrepartie instables* »³.

¹ D.Jodelet. op cit P 376.

² -S Moscovici, in : Représentations sociales : Quelques aspects théoriques et méthodologiques. Disponible sur : http://www.relianceroutiere.org/uploads/images/page1_blog_entry34_2.pdf.

³ SERGE Moscovici, cité par Henri Boyer dans : De l'autre cote du discours. Recherches sur les représentations communautaires. L'Harmattan P 12.

8.1. La théorie du noyau central :

Dans l'ensemble de la représentation, les éléments cognitifs entretiennent des liens étroits et constituent un noyau de signification ; certains de ces éléments occupent une place centrale, d'autres sont positionnés de façon plus périphérique.

Ainsi du point de vue de sa structure la représentation sociale présente deux composantes :

8.1.1. Le noyau central :

La notion de noyau figuratif élaborée par Moscovici a été reprise et développée par Abric sous le terme de noyau central (ou noyau structurant). Selon sa théorie, une représentation est un ensemble organisé autour d'un noyau central, celui-ci constitue de un ou plusieurs éléments, occupe une position-clé dans la structure de la représentation.

Il détermine la signification et l'organisation de la représentation.

Ce noyau structurant est l'élément fondamental de la représentation ; son repérage permet l'étude comparative des représentations sociales.

Le noyau central est l'élément le plus stable de la représentation.

Il est très difficile de le modifier, c'est pourquoi Mugny et Carguait¹. Parlent de "noyau dur".

Autour de ce noyau s'organisent les éléments périphériques. Ce noyau assure deux fonctions principales :

- Une fonction génératrice : le noyau central est à l'origine des différents éléments de la représentation ; il leur donne sens et valeur et c'est par lui que peuvent se transformer ces éléments.

- Une fonction organisatrice : il " *détermine la nature des liens qui unissent entre eux les éléments de la représentation. Il est en ce sens l'élément unificateur et stabilisateur de la représentation.* " ² .

Ce n'est que lorsque le noyau central est modifié que la représentation se transforme.

¹ Mugny et Garugati, cité, in « Concept de représentation sociale ». Disponible sur : http://www.serpsy.org/formation_debat/mariodile_5.html. Consulter le 04/04/2015.

² JEAN-.Claude.Abric, op.cit, p 22.

8.1.2. Les éléments périphériques :

Même si le noyau central est le fondement de la représentation, les éléments périphériques tiennent une place importante dans la représentation. « *Ils comprennent des informations retenues, sélectionnées et interprétées, des jugements formulés à propos de l'objet et de son environnement des stéréotypes et des croyances.*

Ils constituent l'interface entre le noyau central et la situation concrète dans laquelle s'élabore ou fonctionne la représentation »¹.

Ils sont marqués par les expériences et les histoires personnelles des individus. Il y a hétérogénéité du groupe de ces éléments périphériques.

Ces éléments fonctionnent comme grille de décryptage d'une situation, selon l'expression employée par Claude Filament qui leur assigne trois fonctions essentielles :

Une fonction prescriptive : les éléments périphériques indiquent ce qu'il convient de faire (quels comportements adopter) ou de dire (quelles positions prendre) selon les situations.

Ils donnent des règles qui permettent de " *comprendre chacun des aspects d'une situation, de les prévoir, de les déduire, et de tenir à leur propos des discours et des conduites appropriés.*"² "

Une fonction de personnalisation des représentations et des conduites qui lui sont rattachées.

Ils autorisent une certaine souplesse dans les représentations, qui tient compte de l'appropriation individuelle et du contexte dans lequel elles s'élaborent.

Cette fonction rejoint la fonction de régulation définie par Abric, selon laquelle les éléments périphériques permettent l'adaptation de la représentation aux évolutions du contexte.

Une fonction de protection du noyau central (ou fonction de défense chez Abric) : le système périphérique fonctionne comme pare-chocs de la représentation, d'après l'expression de Flamant.

Le noyau central est très résistant au changement. Les éléments périphériques permettent l'intégration d'éléments nouveaux dans la représentation, ce qui conduit, à terme, à sa transformation.

¹ JEAN-.Claude.Abric, op.cit, p 25.

² Michel Louis Rouquette et Patrick Rateau, op.cit, p38.

9-Le rôle des représentations sociales :

Les représentations sociales ont une fonction de savoir et qu'elles permettent aux individus d'acquérir et d'intégrer de nouvelles connaissances dans le cadre assimilable et compréhensible et de mieux comprendre les groupes en analysant la façon dont ils présentent au même, les autres et le monde.

Elles nous guident dans la façon de nommer et définir les différents aspects de notre réalité de tous les jours, dans la façon de les interpréter, statuer sur eux et, le cas échéant, prendre une position à leur égard et la défendre.

Les représentations sociales préparent l'individu à l'action et suscitent un ensemble d'attentes normatives car les représentations sont organisées et constituées de connaissances qui vont prescrire au sujet de conduites d'un certain type qui sont socialement normées, c'est-à-dire attendues de l'individu par la société¹.

Le but des systèmes représentatifs est d'intégrer le mouvement des pratiques et des appropriations mentales et sociales multiples qui alternent progressivement leurs formes quasi stables d'interprétation du réel².

Les représentations sociales auront pour but essentiel de contribuer aux processus formateurs et d'orientation des communications et comportements sociaux. Le propre d'une représentation sociale sera de constituer un système cohérent où les dimensions sociales produisent un système cognitif spécifique, adapté à la dimension sociale de l'objet³.

Celle-ci nous permettent de comprendre les différenciations sociales des conduites et des comportements et leur rôle des communications sociales. Elle contribue par ailleurs à mieux appréhender les processus des productions identitaires, la résistance aux changements ainsi que la vulnérabilité des conduites et des comportements dans des contextes de changement ou de rupture.

Les représentations sociales sont des sources de légitimation des conduites et des prises de position particulières. Elles peuvent fournir des connaissances, des valeurs, des

¹ CHRISTIAN Bonardi et Nicolas Roussiau, les représentations sociales, Edition, Dunod, Paris, 1999, p21.

² JEAN-Marie SECA, les représentations sociales, Edition, Armand Colin, Paris, 2002, p 34.

³ JEAN-Marie SECA, op cit, p 40.

explications pour maintenir une habitude, justifier une inégalité ou un événement extraordinaire.¹

On résume que la représentation sociales est une notions riche d'information que l'on peut étudier sous différents dimensions individuelles, sociales et spéciales.

Elles peuvent dans ce cas non seulement permettre de comprendre les pratique à un niveau individuel (mobilité, fréquentation) mais aussi rendre comptes les enjeux spacieux entre groupes sociaux (question des conflits d'usages). Ou encore permettre de comprendre les questions d'accessibilité de l'espace, de lisibilité sociale et spatiale, de gestion des territoires par les individus.

Conclusion Partielle :

À travers le fonctionnement de la représentation sociale, nous avons vu quelques conditions de sa construction.

Elle traite l'information en la concentrant a partir d'une orientation sélective et en élaborant dans une configuration nouvelle. Lorsqu'une représentation se crée, deux processus se mettent en œuvre l'objectivation avec la constitution d'un noyau figuratif et l'ancrage.

Ainsi la théorie du noyau central, nous a permis de déduire que si un élément du noyau central est touché alors la représentation se transforme, cette dernière apparaît toujours comme un processus dynamique à travers lequel s'opère une construction social du réel.

¹ Ibid, p 70.

III-partie pratique

Chapitre IV :

représentation de l'organisme

d'accueil

1) Présentation de la SONELGAZ-SPA:

Introduction :

Ce chapitre est consacré à la présentation de l'organisme d'accueil. Nous donnons un aperçu général sur SONELGAZ, en particulier, la direction régionale de distribution de Bejaïa ainsi que ses différentes structures.

1- Présentation de la direction Générale

1-1 - Historique de la SONELGAZ¹

La naissance de la société Nationale de l'Electricité et Gaz (SONELGAZ), remonte à 1947 sous l'appellation « Electricité et Gaz d'Algérie (RGA) », ce n'est qu'en 1969 qu'elle est connue sous la désignation de SONELGAZ. Comme elle a subi un changement structurel 1983 donnant lieu à l'émergence de filiales telles que Kahrif spécialisé dans les travaux d'Electricification, Kanagaz pour la réalisation des canalisations de transport et de gaz , et AMC dans la fabrication des compteurs et des appareils de mesure et de contrôle.

L'année 1991 la SONELGAZ change de nature juridique et devient un établissement public à caractère industriel et commercial conformément au décret exécutif n°91 – 475 du 14 décembre 1991.

2.2.2 Le changement structurel :

En 1995, la SONELGAZ a connu une réorganisation qui a touché un certain nombre d'activités périphériques sous forme de filiales, il s'agit notamment :

- Société de transport et de manutention exceptionnels des équipements industriels et électriques.
- Repartitions des transformatrices moyennes tensions et base tension.
- Maintenance et prestation véhicule d'Alger.
- Maintenance e prestation véhicule Ouest

¹ Document interne de l'entreprise.

- Maintenance et prestation véhicule Est
- Maintenance et prestation véhicule Centre
- Société de surveillance et de sécurité.

Pour que la SONELGAZ arrive à s'adapter et a gérer les changements économiques au mieux ainsi que pour concrétiser ses finalités et augmenter son capital. La société par action (Spa) lui a été assignée, et cela par voie de la loi n°02-01 du 05 mai 2002 qui fixe les statuts de la SONELGAZ-SPA.

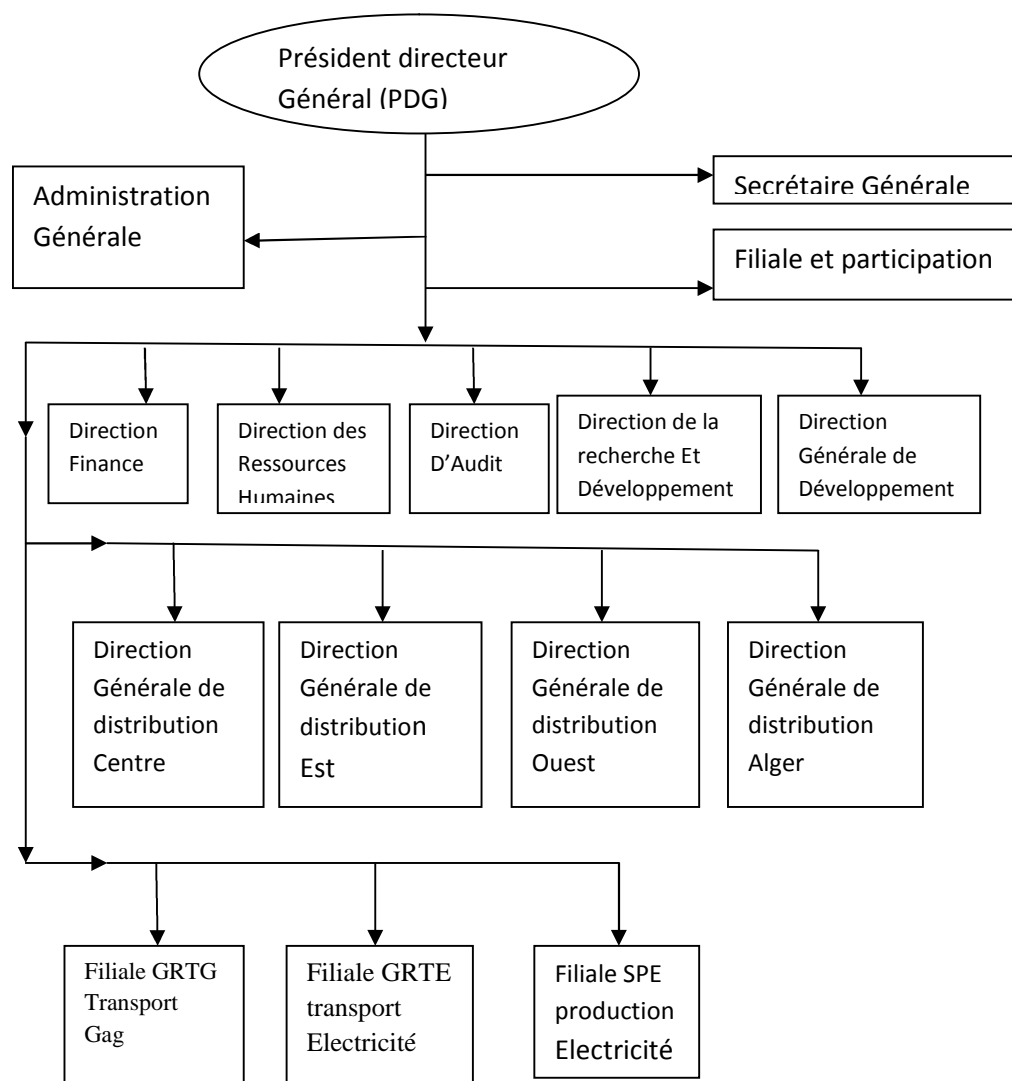


Figure1 : Organisation de la direction Générale.

A) missions :

- la production, le transport, la distribution et commercialisation de l'électricité.
- transport, distribution et commercialisation du gaz.

B) Obligations :

Elle a pour obligations de :

- Satisfaire dans les conditions requises de qualité, de continuité de service et de sécurité, toute demande d'amélioration en électricité et en gaz, là où des réseaux existent.
- Assure la maîtrise d'œuvre des programmes de développement de l'infrastructure électrique et gazière et en particulier des programmes d'électrification et distribution publique de gaz.

2-Présentation de la Direction Régionale distribution Bejaïa :**2-1 –Evolution Historique et organisationnelle :**

En 1970 seules les localités les plus importantes de la vallée de la Soummam bénéficiaient du bien être de l'électricité. La gestion de l'activité était assurée par le district de Bejaïa qui dépendait de la subdivision de Sétif, elle-même dépendait de la direction régionale de Constantine.

A partir de la fin de la décennie 1970, le centre de distribution de Bejaïa a été créé et choisi comme centre pilote, pour prendre en charge toute l'activité à travers le territoire de la wilaya. Il lui a été rattaché, en plus de l'agence de Bejaïa, deux autres agences, celle de Sidi Aiche et Akbou. Puis progressivement et au fur et à mesure de l'importance du développement économique à travers le territoire de la wilaya, les agences d'Amizour, de Kherrata puis dernièrement celle de Seddouk et Aokas, furent créées.

En perspective et dans un souci d'efficacité et d'une meilleure satisfaction de la clientèle, la création de nouvelles Agences est déjà programmée à partir de 2002.

Suite à la nouvelle réorganisation proposée en 2005, le centre de distribution de Bejaïa promu en direction régionale et pour cela, doit se doter de tous les outils et compétences, lui permettant d'être compétitif et faire face aux nouveaux défis liés à l'ouverture du marché

énergétique et de la concurrence entre autres en matière de comptabilité et de gestion financières pour opérer en tant que tel.

L'autonomie renforcée du centre de distribution est une option qui résulte de deux contraintes complémentaires :

-Améliorer les performances techniques et financières de la direction par la réorganisation et le redéploiement des responsabilités décisionnelles.

-La mise en place d'un régime concessionnaire.

a) Mission :

-Assurer dans le cadre budgétaire et dans les conditions de cout de qualité de service et de sécurité la gestion d'une direction régionale d'électricité et gaz et appliquer les politiques commerciales en la matière.

b) Attributions :

-Participé à l'élaboration de la politique de la direction générale (en matière de prestations rendus aux clients, développement des ventes, recouvrement des créances...).

-Etablir les programmes travaux qui se rapportent à ses missions et en assurer la maitrise d'œuvre.

-Assurer la gestion et le développement de la ressource humaine et des moyens matériels nécessaires au fonctionnement de la direction.

-Assurer la sécurité des personnes et des biens en rapport avec les acticité de la distribution.

-Assurer la représentation de S au niveau local.

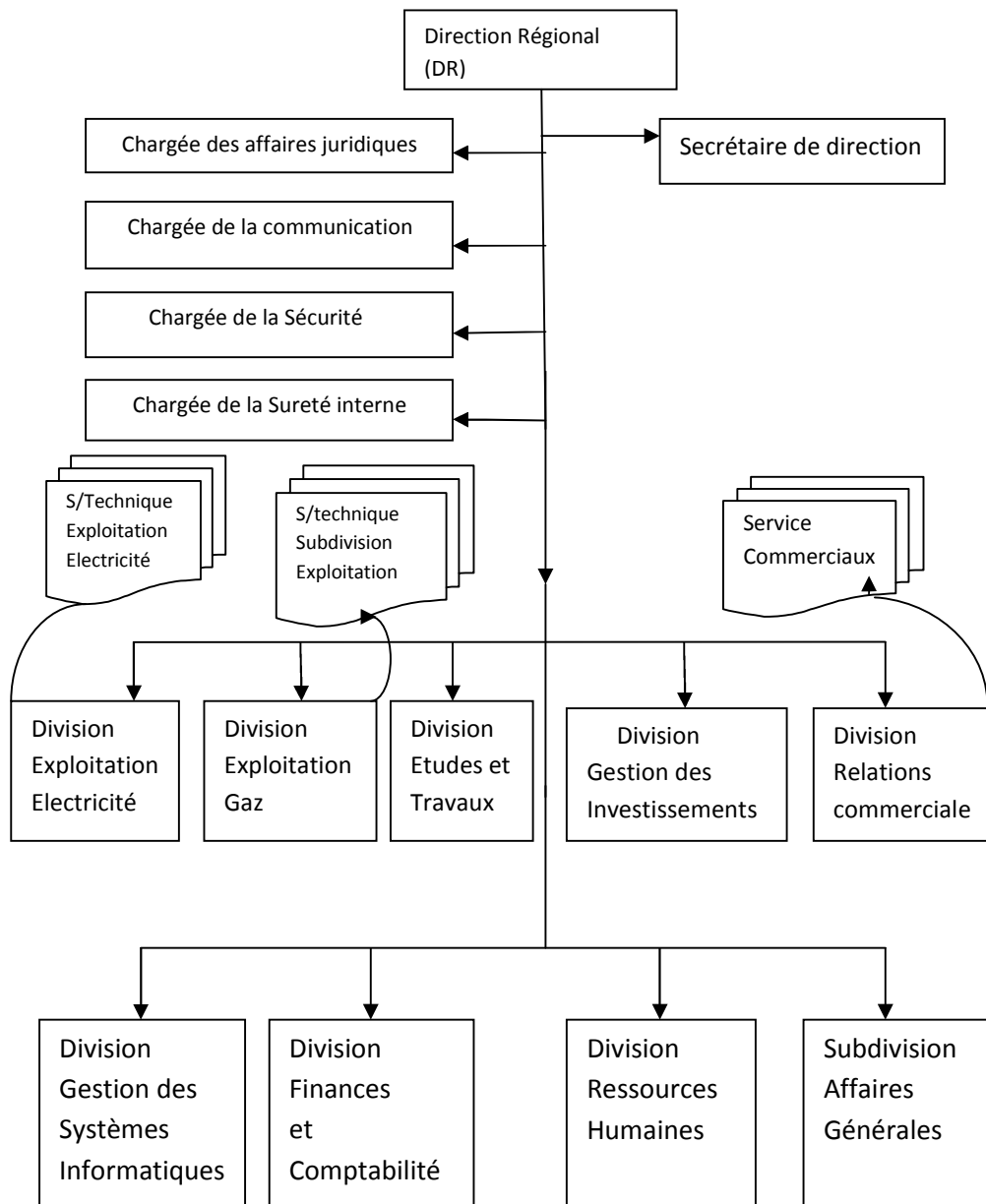


Figure2 : organisation de la direction Régionale.

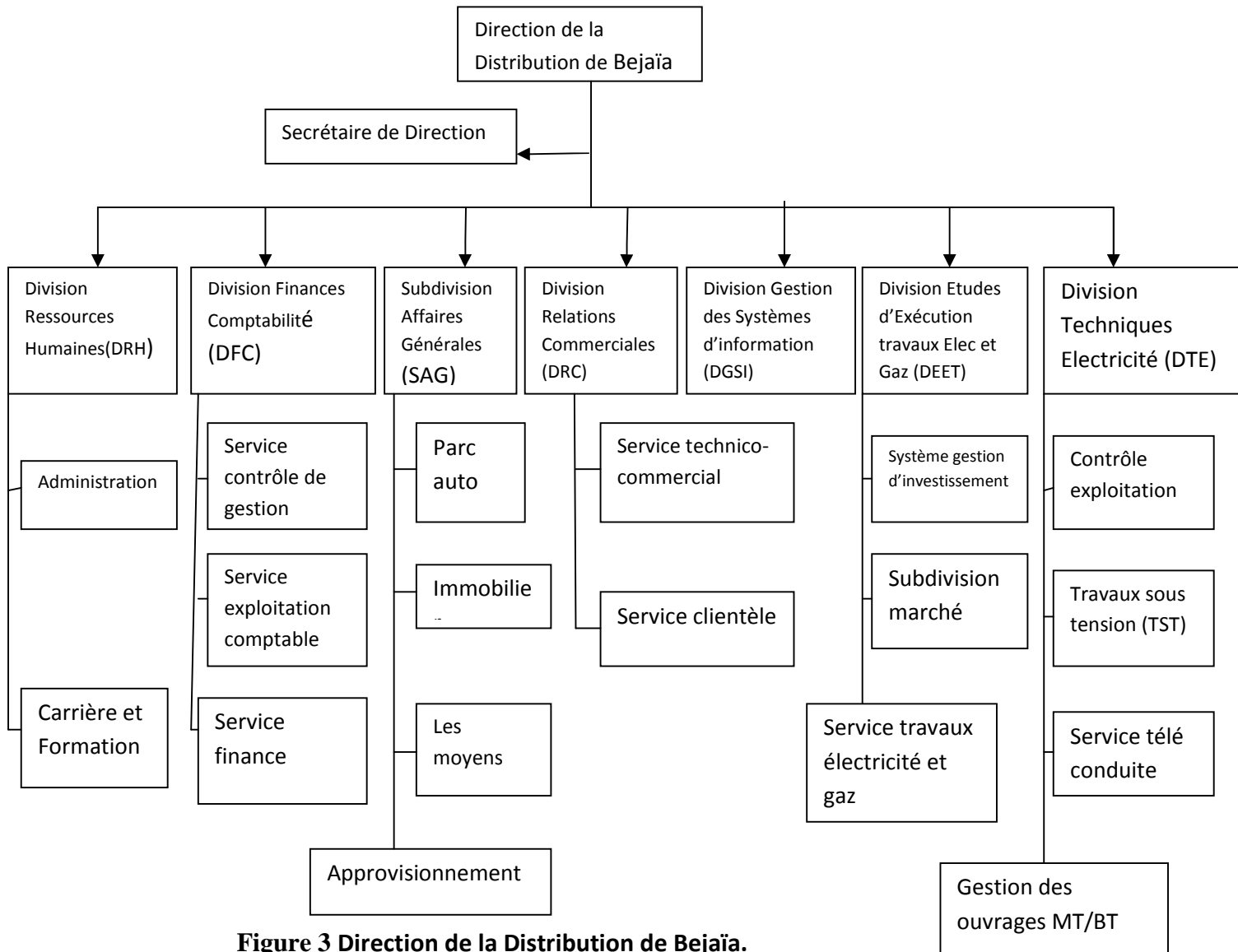


Figure 3 Direction de la Distribution de Bejaïa.

2-Présentation de l'entreprise ALLPLAST² :

L'entreprise **ALLPLAST** est une entreprise qui appartient au secteur chimie pharmacie et plus précisément à la branche la plasturgie. Sa mission principale s'inscrit dans la fabrication et commercialisation feuilles en barquettes en Polystyrène et polypropylène et bouteilles en Polyéthylène.

Pour se faire, la société a réalisé de multiples actions d'investissements.

En optant dès le départ pour cette activité, **ALLPLAST** a fait un choix pertinent compte tenu du fait :

1. des plans de charge importants sur une durée qui s'inscrit dans le long terme en raison de la croissance affichée du secteur dans lequel elle intervient et qui est boosté par les programmes d'investissement privés dans le domaine de l'agroalimentaire (produits laitiers et ses dérivés).
2. Qu'il va lui imposer d'assoir une organisation pertinente en vue de satisfaire à des contraintes et exigences multiformes

Compte tenu de ce choix stratégique, le diagnostic objet de ce document s'inscrit dans la problématique telle que définit dans les termes de références et dont la finalité est d'identifier les dysfonctionnements actuels dans toute leur diversité et qui inhibent le développement de la PME (*par rapport au choix de l'activité fait par l'entreprise*) en vue d'aboutir à la confection d'un plan de mise à niveau dont l'exécution apporterait les correctifs nécessaires.

S'agissant d'un diagnostic stratégique à réaliser pour l'entreprise **ALLPLAST**, les analyses qui en découleraient porteraient fondamentalement sur des aspects structurels.

² Document interne de l'entreprise.

1-FICHE D'IDENTITE DE LA PME

Chiffre d'affaires en DA	Exercice	Montant / DA	Dont exportation
	2010	1 420 236	0.00
	2011	1 725 585	0.00
	2012	1 712 490	0.00
Localisation du marché	National		
Investissements bruts en DA	222 MDA		
Emploi total au 31/12/2012	128		
Evolution de la valeur net des actif en DA	2010	1 175 525	
	2011	1 337 453	
	2012	1 237 966	
Liste des unités de production	Localisation des activités : Akbou <i>Wilaya de Béjaia</i>		
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ L'entreprise ALLPLAST est une entreprise de fabrication feuilles et barquettes en Polystyrène et polypropylène et bouteilles en Polyéthylène avec 01 unité basée à AKbou 		

I. HISTORIQUE ET PRESENTATION SOMMAIRE DE L'ENTREPRISE

1. Les grandes étapes de développement d'All Plast

- ◆ **1998** : Création de l'entreprise
- ◆ . Les produits **ALLPLAST** sont considérés de qualité supérieure, issue de l'utilisation de résines aux caractéristiques propices pour les produit de gamme plus au mois variée qui servent au conditionnement de :
 - Produits laitiers et dérivés (Yogourts et desserts, Beurres et fromages) ;
 - Margarines ;
 - Confiserie et chocolaterie ;
 - Conditionnement d'olives. : .
- ◆ **All Plast** fabrique les familles de produits suivants utilisant une technologie récente :
 - Bandes en Polystyrène pour l'emballage des produits alimentaires (plusieurs laizes, épaisseurs et coloris) :

- Bandes en Polypropylène pour l'emballage des produits alimentaires (plusieurs laizes, épaisseurs et coloris) :

- Boîtes en polypropylène imprimées (Bac et couvercle) pour emballage des produits alimentaires (plusieurs contenances et coloris) :

- Bouteilles en PEHD pour emballage du yaourt à boire produits (coloris) :

- Pots ronds :

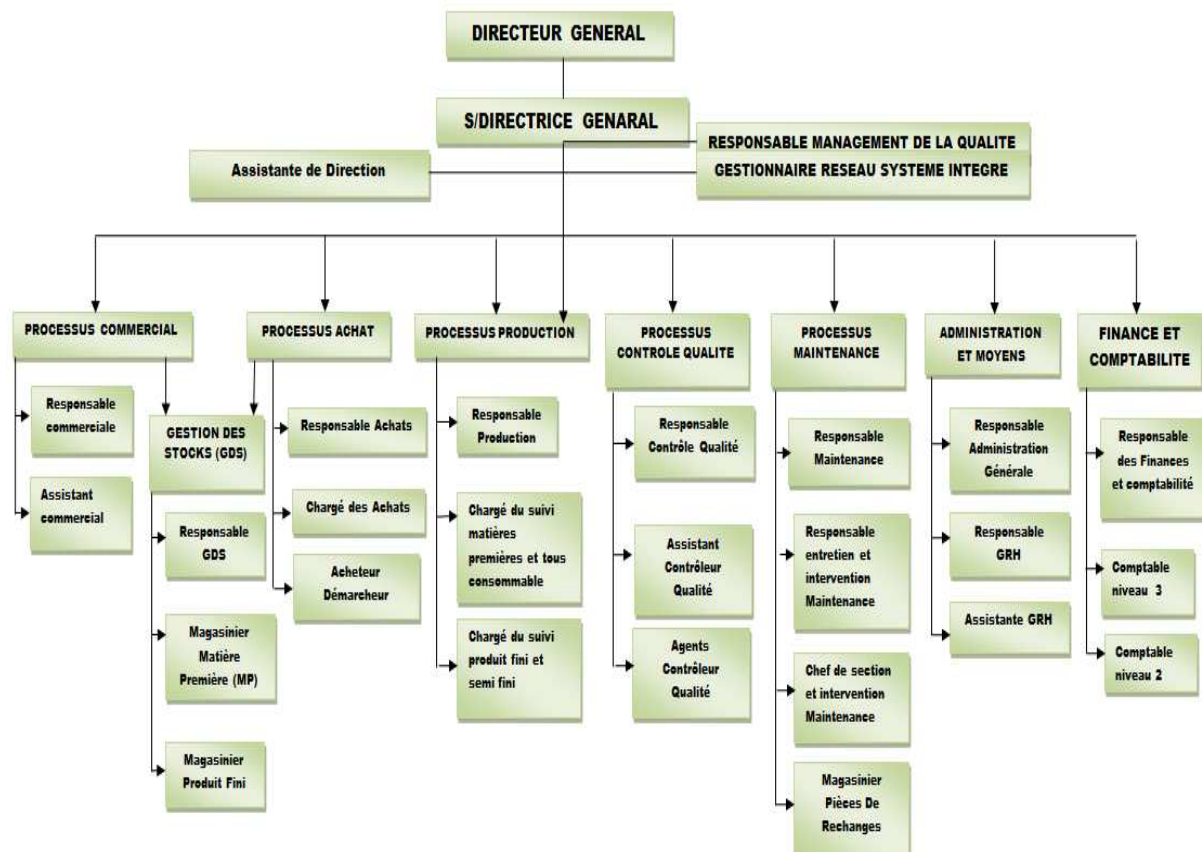
La cadence de production de **ALLPLAST** est de 8 000T / AN et elle compte l'augmenter encore pour répondre aux besoins toujours grandissants de la demande nationale

- ◆ **Constat : Depuis sa création, l'entreprise a connu des développements notables notamment au niveau managérial**

2-Organigramme fonctionnel ALL PLAST

ALL PLAST

ORGANIGRAMME DE LA SARL ALL PLAST



Chapitre V :

la collecte, l'interprétation et

L'analyse des données

Chapitre V : la collecte, l'interprétation et l'analyse des données

Dans ce chapitre on va procéder à la phase finale de la recherche tout en essayant de lire et d'observer les différents tableaux statistiques afin de pouvoir analyser et interpréter les diverses données obtenues tout au long de ce travail de recherche. On souligne qu'on va adopter deux démarches d'analyses des données à savoir : l'analyse unidimensionnelle (sous forme de tableaux simples), et l'analyse bidimensionnelle (sous forme de tableaux croisés).

Tableau N° 1 : répartition des enquêtes selon le genre :

Sexe	Fréquence	Pourcentage
Masculin	39	68,42 %
Féminin	18	31,57 %
Total	57	100 %

La population ciblée est un groupe des cadres, c'est un groupe hétérogène. Dans ce tableau n° 01 on constate que le total des deux fréquences est 57 cadres (masculin et féminin) ; le pourcentage le plus élevé c'est 68,42 % dont la fréquence de masculin. Par contre le second pourcentage qu'est 31,57 % dont la fréquence de féminin.

La domination du sexe masculin dans les deux entreprises est due à l'importance du niveau d'instruction, et de la compétence du sexe masculin à la base des diplômes acquis et des formations professionnelles afin d'occuper des postes administratifs adéquats à leurs profils professionnels qui va leur permettre une exécution efficace de leurs tâches, l'instruction pour les hommes, joue un rôle très important dans leur intégration professionnelle.

En contre partie, un faible taux du sexe féminin cela s'explique par la nature des tâches qu'ils effectuent du moment qu'ils exigent la force physique.

On finit par dire que les raisons de cet écart est due aux critères de recrutement adoptés par les deux entreprises, notamment la disponibilité et la nature des tâches qu'ils effectuent.

Tableau N° 2 : répartition des enquêtes selon l'âge :

L'âge	Fréquence	Pourcentage
[28-37]	20	35,08 %
[38-47]	20	35,08 %
[48 et plus	17	29,82 %
TOTAL	57	99,98 %

Comme c'est indiqué dans le tableau n°2, nous avons réparti notre corpus en tranches d'âge, allant de 28 à 48 ans et plus. On constate que la majorité de l'effectif de deux entreprises constitue d'âge allant de [28ans -37ans] et [38 ans- 47 ans] avec un même pourcentage de 35,08 %, contrairement à 29,82% pour la catégorie d'âge allant de [48 ans et plus.

A partir de ces résultats, on remarque que les deux entreprises possèdent un personnel jeune, pour les deux premières catégories, cela s'explique par la politique de deux entreprises dans l'intégration de ses candidats dont le but de les former et d'améliorer leur carrières professionnelles avec un programme d'intégration efficace afin de les fidéliser, préserver, et motiver, dont l'objectif de garantir un personnel stable, qui va influencer sur le bon fonctionnement du système organisationnel de l'entreprise.

Suivant la même logique, la majorité des nouvelles recrues ne dépassent pas les quarantaines. Ceci signifie que ces derniers ont la volonté de s'imposer par l'acquisition de nouvelle méthode de travail et de savoir faire, même s'ils avaient de l'expérience de travailler ailleurs, mais ils cherchent toujours à développer leurs capacités psychiques et physiques qui n'ont pas été développés dans les firmes précédentes.

En effet, cela montre que la nouvelle entreprise offre d'avantage les moyens et les outils nécessaires afin de progresser et d'améliorer les qualifications professionnelles des nouvelles recrues.

Enfin, plus la personne est jeune, plus elle aura la capacité d'acquérir du savoir-faire qui peut conduire au développement d'une culture de métier.

Tableau N°3 : répartition des enquêtes selon la situation familiale :

Situation familiale	Fréquence	Pourcentage
Célibataire	10	17,54 %
Marier	46	80,70 %
Divorce	01	1,75 %
total	57	99,99 %

Dans ce tableau n°3. On constate qu'il ya quatre catégorie, le pourcentage le plus élevé est de 80,70% incluse que la majorité représentant la catégorie des marié dans la fréquence 46, le second pourcentage est de 17,54 % qui représentant la catégorie des célibataires dans la fréquence 10, le troisième pourcentage est très faible de 1,75% dans la catégorie divorce leur fréquence est 01, la quatrième catégorie est neutre 0 % que représente a catégorie des veufs.

Cela veut dire que les cadres qui vivent dans un climat de responsabilité familiale qui influence positivement pour le rendement de l'entreprise, ce qui lui permettre de fourni beaucoup d'effort satisfaire les besoins tracé par l'entreprise. Par rapport à la catégorie célibataire ont moins de responsabilité.

On peut expliquer aussi le taux faible des personnes célibataires par le fait que cette catégorie s'investissent pleinement dans l'accomplissement de leurs taches, afin d'améliorer leur conditions de vie et de créer à leurs tour une situation familiale stable et de fonder leurs foyers.

Tableau N° 4 : répartition des enquêtes selon le lieu d'habitat :

Lieu d'habitat	fréquence	Pourcentage
Urbain	41	71,92 %
Rural	16	28,07 %
Total	57	99,99 %

Du tableau n°04. Nous constatons clairement la distribution des cadres de notre corpus selon le milieu, nous avons noté que le milieu urbain vient en premier lieu, par rapport au milieu rural, donc la majorité de nos cadres habitent les régions urbaines. Ce qui constitue

un pourcentage très élevé 71,92 % par contre une minorité présentée dans la zone rurale. Ce qui constitue un pourcentage faible 28,07%.

Et cela s'explique par la région où on a effectué notre recherche qui est la ville de Bejaïa. La ville est le lieu le plus civilisé où les cadres intègrent facilement dans le travail.

Cette région est compréhensible compte tenu de la densité de la population, cela renvoie à de bonnes conditions de vie, qui sont réparties sur de grands secteurs d'activités, ce qui indique une forte concentration au niveau de l'emploi, créent des activités nouvelles et de l'emploi apportent des initiatives et de l'innovation, La décentralisation des entreprises vers le milieu urbain.

Le milieu rural et le milieu agricole dans cette zone sont faiblement peuplés, rencontrent des difficultés, manquent des conditions de vie, certains territoires tels ceux de montagne sont particulièrement confrontés à des problèmes (temps, distance, routes). L'éloignement des services, des lieux d'information, de santé aussi le problème de transports.

Tableau N° 5 : répartition des enquêtes selon la date de recrutement :

Date de recrutement	Fréquence	pourcentage
[1986-1995]	11	19,29 %
[1996-2005]	21	36,84 %
[2006-2013]	24	42,10 %
Non réponse	01	1,75 %
TOTAL	57	100 %

Concernant la date de recrutement, qui est très bien représentée sur le tableau n° 05. Nous avons réparti notre corpus en tranches de date, allant de 1986 jusqu'à 2013.

Nous constatons que le pourcentage le plus élevé est de 42,10 % dans la tranche allant de 2006 jusqu'à 2013. Le second pourcentage est de 36,84 % dans la tranche allant de 1996 jusqu'à 2005. Le troisième pourcentage est de 19,29 % dans la tranche allant de 1986 jusqu'à 1995. Le dernier pourcentage est de 1,75 % dans la tranche non réponse.

D'après les résultats obtenus, on constate que les deux entreprises SONELGAZ de Bejaïa et ALL PLAST d'Akbou ont eu un taux de recrutement très élevé durant ces dernières années, cela s'explique par l'extension de deux entreprises qui demande une politique de recrutement des cadres accélérée afin de combler les nouveaux postes de travail. Dans une

autre lecture, les cadres qui ont plus d'expérience ne favorisent pas la majorité de notre population d'étude, cela peut être expliqué par le fait, que les deux entreprises n'ont pas pu les attirer, motivés et concevoir ce qui a engendré un personnel instable et qui prouve l'inefficacité des moyens émis par les deux entreprises. Ajoutons à cela que les deux entreprises SONELGAZ et ALLPLAST ont connu ces dernières années, de nouveaux recrutements afin de renouveler ces compétences.

Tableau N° 6 : la répartition des enquêtés selon le poste visité :

La visite du poste occupé	Fréquence	pourcentage
Oui	25	43,85 %
Non	32	56,14 %
total	57	100 %

D'après ce tableau, on constate que la plupart des enquêtés avec un pourcentage de 56,14 % n'ont pas visité le poste occupé actuellement, par contre 43,85% confirment d'avoir visité le poste qu'ils occupent actuellement.

A partir de ces résultats, on a constaté que la majorité de nos enquêtés affirment qu'ils n'ont pas visité le poste à occuper, cela revient à la politique de recrutement de deux entreprises (SONELGAZ et ALLPLAST) qui ne permet pas de visiter ou d'avoir une idée sur le poste avant d'être recruté, c'est seulement le jour de l'accueil que les cadres se trouvent en face d'un milieu vierge, sans aucune introduction ni sur le poste à occuper, ni sur les collaborateurs clés de l'organisation (tuteur, responsable RH...etc.), ce qui va produire une démotivation et une confusion du poste dès le premier jour. Mais pour ceux qui ont confirmé d'avoir visité le poste peut être expliqué par le fait que ces derniers ont subi des mutations ou promotions vers des postes à l'intérieur de deux entreprises.

On peut dire que, la plupart des nouveaux collaborateurs n'ont pas eu l'occasion d'avoir des reconnaissances liées à la nature du poste à occuper au sein de l'entreprise, cela explique pourquoi les cadres ont du mal à se mettre au début dans le poste à occuper.

Cela résulte, la perturbation et le sentiment négativement ressenties car il empêche une bonne compréhension de la mission globale dans la quelle s'inscrit le travail demandé.

Tableau N° 7 : La corrélation entre la situation actuelle dans le poste occupé et le développement des relations avec d'autres personnes :

Développement des relations	Oui	Non	Total
La situation Actuelle dans le poste occupé			
Très bien	19 35,18 %	- -	19 100 %
Bien	32 59,25 %	3 100 %	35 100 %
Mauvaise	3 5,55 %	- -	3 100 %
Total	54 99,98 %	3 5,26 %	57 100 %

Ce tableau montre la corrélation entre la situation actuelle dans le poste occuper et le développement des relations avec d'autre personne. On constate que la majorité très élevé des enquêtés avec un taux de 99,98 % qui se sont développée des relations avec autre personne, par contre 5,26 % qui ont échoué dans le processus de développer des relations avec les autre personne dans l'entreprise.

Nous pouvons déduire que la totalité des cadres avec un taux de 59,25 % ont vécu un développement des relations au sein des autres cadres qui ont des situations bien dans le poste occupé, grâce a la bonne communication avec les collègues de travail, selon Claude Lévi-Strauss « *une société est fait d'individus et de groupe qui communique entre eux. Cependant, la présence ou l'absence de communication ne saurait être définie de manière absolue. La communication ne cesse pas aux frontières de la société* »¹ cela produit le sentiment d'appartenance et qui envisage une bonne socialisation secondaire.

¹ MERCKLE (Pierre). Sociologie des réseaux sociaux, paris, Edition la Découverte et Syros, 2004, P11.

Par contre, 100% des cadres ont priant le temps de se socialiser une nouvelle fois qui ont bien occupé leur poste, pour des raisons des difficultés de s'intégrer au sein des autres cadres qui à des situation bien dans le poste occupé vue les circonstances vécues par ces derniers au sein de l'entreprise, telle que le rejet par les membres de travail, le manque d'information sur le milieu de travail, ou même de leurs états psychique qui refus de noués de nouvelles relations avec les autres cadres, ces cause out produit par conséquences une mauvaise socialisation et relation de firme.

On fini par dire que la connexion entre les cadres est un élément fondamental pour tisser des relations amicales.

Tableau N°8 : la corrélation entre les expériences professionnelles en dehors de l'entreprise de travail actuel et la nature des relations avec les collègues au travail :

Les relations avec les collègues de travail	Bonne	Moyenne	Mauvaise	Total
Expériences Professionnelles en dehors de l'entreprise ou vous travaillez actuellement				
Oui	16 43,24%	17 45,94%	4 10,81%	37 100 %
Non	5 25 %	11 55%	4 20%	20 100 %
Total	21 36,84 %	28 49,12%	8 14,0 %	57 100%

Ce tableau montre la corrélation entre des expériences professionnelle des enquêtées en dehors de l'entreprise sur la nature des relations avec les collègues au travail, on remarque que la majorité 55% des enquêtées interrogées qui ont pas des expériences professionnelle en dehors de l'entreprise, s'estiment avoir des relations moyenne, qui considère le travail comme un élément central dans leur identité. En contre partite on lit 25 % des cadres qui ont pas des expériences estiment que la relation qu'ils entretiennent avec leur collègues de travail est

bonne, par contre les enquêtées a y ont des expériences en dehors de l'entreprise avec un pourcentage de 45,94 % confirment avoir moyenne relation avec les membres de travail.

Suivi par un taux 43,24 % des enquêtées qui ont des expériences professionnelle avec une bonne relation avec les collègues, et 25% qui ont pas des expérience mais avec une bonne relation avec les autres .en suite un taux faible 20% qui non pas des expérience et mauvaise relation , en fin un taux de 10,81% des cadres qui ont des expériences professionnelles en dehors de l'entrepris qui ont une mauvaise relations avec les collègues.

On déduit d'après le constat ci-dessus, l'existence d'un cycle de représentation des relation entre les collègues suivant les expériences professionnelles en dehors de l'entreprise, au début les expériences arrivent dans un environnement de travail moyenne de relation, se partagent entre des représentations favorables et défavorable de relation .pour PERROT , « *la composante individuelle* » peut ce décliner à travers les notions d'*identité sociale (liée à l'appartenance à un groupe)* et d'*identité personnelle (liée au caractéristiques de l'individu)*. Les composantes liées au contenu et aux relations de travail renvoient quant à elles au concept de rôle organisationnel, ensemble d'activités et de comportement attendus, mettant ainsi en évidence la composante « relationnelle », et la composante « technique » (activité).

A la lumière des résultats obtenus, on peut comprendre que les relations au travail sont souvent un sujet très passionnant , un cycle bien mis en évidence dans ce tableau, qui montre que la relation avec les collègues de travail se construit au fur et à mesure qu'elle se solidifie avec le temps et l'expérience, mais ça reste à dire que les enquêtés non pas voulu peut-être exprimé leurs vrai sentiments refoulés (conflits) afin d'éviter l'affrontement.

On fini par dire que l'expérience déjà acquise permet une intégration au travail. Le travail collectif est un motif capital qui participe à la construction de l'identité professionnelle (les besoins d'appartenir à un groupe professionnel).ce que Claude Dubar distingue entre une socialisation « rationnelle » des acteurs en interactions dans un contexte d'action « identité pour autrui » et la socialisation biographique des acteurs engagés dans une trajectoire sociale « les identités pour soi ».²

² Dubar Claude,op.cit.P11.

Tableau N° 9: la corrélation entre les possibilités qui permettent l'évolution et la relation étroite avec le chef hiérarchique :

la relation étroite avec chef hiérarchique	oui	non	TOTAL
les possibilités qui permettent d'évoluer			
Oui	32 72,72%	12 27,27%	44 100 %
Non	7 53,84%	6 46,15%	13 100 %
Total	39 68,42 %	18 31,57 %	57 100 %

Selon le tableau montre la corrélation entre les possibilités des enquêtés qui permettent d'évoluer et la relation étroite avec le chef hiérarchique, on montre que 68,42 % des enquêtés confirment que la relation qu'ils entretiennent avec le chef hiérarchique se voit comme une relation d'amitié, alors que 31,57% de ces derniers, considèrent pas des possibilité d'évoluer, et le chef hiérarchique comme quelqu'un d'autoritaire, donc leurs relations se voient dans le contexte de subalternes à un chef hiérarchique, et le travail leurs représente un élément central dans leur identité,

D'après l'analyse du tableau, en remarque que le pourcentage le plus élevé pour des enquêtées à ont des possibilités de permettre d'évoluer avec 72,72 % confirment que la seul relation avec des cadres, est une relation d'un chef comme un collègue, qui considèrent comme un support du développement personnel suivi par un taux 53,84 % qui en pas des possibilités d'évoluer qui considère leurs profession comme un moyen de satisfaction des besoins économiques.

Ainsi un taux de 46,15 % des enquêtées qui en pas des possibilité d'évoluer et ni de relation avec le chef hiérarchique suivi par un taux 27,27 % qui ont des possibilité d'évoluer et des relations conflictuelles avec le chef hiérarchique .

Les résultats obtenus on remarque que la représentation de travail chez les enquêtées influence sur la nature de relation avec le chef hiérarchique la majorité qui perçoivent leur

travail comme un élément central de leur identité, ou bien support de développement personnel ont des bonnes relations avec le chef hiérarchique et contrairement à celles qui perçoivent leur travail comme un moyen de satisfaire des besoins économiques, ont des relations conflictuelles.

On conclue que la majorité des interrogés sont facilement adopter et socialisé une nouvelle fois parce que leur chef s'intéresse à eux et essaye toujours de partager une vie d'amitié avec ses cadres, et cherche à maintenir ses subalternes pour éviter les départs massifs.

Selon KURT Lewin, le type de leadership démocratique est une personne qui s'appuie sur des méthodes semi directifs visant à encourager les membres du groupe, à faire des suggestions, à participer à une discussion ou encore à faire preuve de créativité ce qui manifestent des relations chaleureuses et amicales. Ce qui produit un bon climat social. Pour suivant cette logique, le supérieur hiérarchique doit accorder une importance nécessaire de comprendre les attentes et les valeurs personnelles des membres de l'équipe, afin d'améliorer leur degré de motivation et d'implication au travail.

On fini par dire que le chef hiérarchique est un agent de socialisation secondaire et une figure de premier plan pour l'adaptation et l'intégration son rôle est primordial pour nouer de bonnes relations au sein du collectif de travail.

Tableau N°10: la répartition des enquêtées selon le changement de statut dans la vie active :

Changement le statut d'un cadre	Fréquence	Pourcentage
Oui	40	70,17%
Non	17	29,82%
Total	57	100 %

Le tableau ci-dessus représente la répartition des enquêtées selon le changement de statut dans la vie active. On remarque un pourcentage de 70,17% des enquêtées ont des

changements de statut dans la vie active. Par contre on trouve un pourcentage de 29,82% des enquêtées qui ont répondu par non.

D'après ces résultats, on constate que les raisons majeures de changements de statut d'un cadre dans la vie active ;gagent une image de soi positif, étant donné qu'ils n'ont pas rencontré de difficultés et des perturbations dans leur mode de vie comme souligne l'un des enquêtés H 3 50 ans : *« l'image que j'avais de moi était positive parce que mon désir d'être un cadre satisfaisait dans ma vie, étant donné que j'étais diplômé et je ne pensais pas aux difficultés de la vie, j'avais pleinement profité de mon temps libre, mais cet état d'esprit a changé quelques années plus tard »*. H6 40ans *« pour ma part, je me doutais de mes compétences, par ce que je voyais que je disposais des compétences nécessaires pour rentrer aux situations de satisfaction, j'avais confiance en moi »*.

Bien qu'ils se trouvaient dans des situations acceptables disposant de compétences, des qualifications et de diplômes, c'est tout le monde qui cherche à subvenir et satisfaire leurs besoins de réussir, une telle situation modifie leur identité professionnelle et sociale.

Par contre une minorité qui ne change pas quelle que chose de leur statut dans la vie active pour des raisons personnelles telle que la difficulté de saisir des informations sur les dimensions culturelles, l'état psychologique de cette minorité est caractérisé par une image de soi négative, mal à l'aise et stressée H21 40 ans *« j'avais une image de soi négative, car cela tape sur le moral, je n'étais pas à l'aise, ce sentiment m'empêchait toujours de mener une vie normale »*.

A force de vivre dans cette situation, les cadres se sentent mal à l'aise, dévalorisés, qui menacent la stabilité et sa cohérence, dans la sphère sociale, une telle situation modifie leur identité professionnelle et sociale.

On peut déduire, que l'identité professionnelle est un élément fondamental dans toutes les sociétés, selon **RENAULD Sainsaulieu** en 1977 dans son ouvrage l'identité au travail. Pour lui, elle se définit comme la façon de se situer dans le système social de l'entreprise ce qui lui donne une place importante dans la vie de l'individu et qui constitue l'aspect dynamique de la vie sociale.

Tableau N° 11 : la répartition des enquêtées selon le représentation de travail de cadre :

Le travail de cadres	Référence	Pourcentage
un travail trop chargé	30	52,63 %
un travail qui demande beaucoup de qualification	22	38,59 %
un travail d'organisation	5	8,77 %
Total	57	100 %

A base de ce tableau on observe un pourcentage de 52,63% des enquêtées qui déclarent le travail d'un cadre, un travail trop chargé, en contre partie 38,59% affirment qu'ils ont rencontrés un travail qui demande beaucoup de qualification, suivi par un taux faible de 8,77 % qui dit un travail d'organisation.

D'après les données recueillies, nous pouvons déduire que les enquêtées qui déclarent le travail trop chargé cela renvoi au double rôle, faire sa tache et d'encadrement qui est une charge de travail supplémentaire, en plus du travail quotidien.

Le travail peut revêtir plusieurs significations pour un individu. Le travail est le trait spécifique de l'espèce humaine. L'homme est un animal social essentiellement occupé par le travail.

Le travail est une chose essentielle et importante dans la vie, H 50 48ans : « le travail est essentiel, c'est une partie essentielle dans la vie des cadres, c'est avec le travail que l'homme vie .il est essentiel car il a une place importante dans la vie et aussi pour la construction l'identité.

Pour une société fondée sur le travail, il est une forme de socialisation, un moyen qui permet aux cadre de s'intégrer facilement dans la société, c'est avec le travail que les cadres acquièrent un apprentissage de la vie en société, le travail renforce la communication avec les autres. F56 40 ans « *le travail est une forme de socialisation* » le travail donne un statut à l'individu F50 54 ans : « *le travail est un statut* ».

Certains le considèrent comme un travail qui demande beaucoup de qualification la compétence, conscience professionnelle aussi la personnalité, respect et amour de la profession. Donner l'exemple surtout dans la relation avec les collègues, pour Adam Smith, *la seule véritable source de richesse des notions, est le travail*. Le travail permet à l'individu d'acquérir des revenus pour vivre, pour satisfaire les différents besoins, il permet surtout de donner un sens au temps, et réaliser son soi et arriver à avoir un statut dans la société.

Suite à Apprendre aux travailleurs les procédures et les protocoles de leur poste dans l'entreprise, La bonne image, à la planification des stages, afin de réaliser leurs objectifs, nombreuses rencontres consacrées à l'examen de la situation et à l'élaboration de la stratégie

C'est par le travail qu'on peut changer nos attitudes et nos représentations de monde ainsi que notre image de soi.

Tableau N° 12 : la répartition des enquêtés selon la nature de la satisfaction de travail :

La nature de satisfaction	Fréquence	pourcentage
Etre active	28	49,12%
Gagne de l'argent	18	31,57%
Avoir un statut dans la société	13	22,80%
Total	57	100%

Le tableau ci-dessus représente la répartition des enquêtées selon la nature de la satisfaction de l'exercice de travail. On remarque un pourcentage de 49,12% des enquêtés qui sont active dans l'exercice de leur travail, suivi par un pourcentage de 31,57% qui ont pour objectif de gagner de l'argent. Aussi un pourcentage faible de 22,80 % des enquêtes que leur nature d'avoir un statut dans la société.

D'après ces résultats, on constate que les raisons de la nature de la satisfaction de l'exercice de travail pour les enquêtés qui ont été actifs, qui représentent un moyen de subvenir à des besoins.

On peut dire que le travail permet à l'individu d'acquérir des revenus pour vivre, pour satisfaire les différents besoins (gagner de l'argent). ont une image positive d'eux-même puisqu'ils ont trouvé des emplois stables et acquis un statut dans la société ce qui permet de satisfaire des besoins sur le plan matériel et moral, H15 44 ans « *quand j'ai commencé à travailler, l'image que j'avais de moi-même était positive* ».

Le travail est une occupation majeure qui favorise la réalisation de ce que l'individu espère, pour certains travailler est un honneur et une fierté, comme le confirme F30 38ans : « *je suis fier de moi, je sens que j'existe* » être actif pour l'individu c'est d'être stable économiquement, socialement et moralement.

On finit par dire que l'individu à travers le travail s'aide lui-même et aide sa famille, il arrive à satisfaire ses besoins ainsi que les besoins de son entreprise à travers la réalisation de ses objectifs. F8, 37ans : « *par le travail j'aide ma famille, et je me prends en charge, le travail me permet de produire et rendre service pour la société* » et comme élément essentiel pour faire face aux problèmes dans le parcours professionnel d'une personne.

Tableau N°13 : la répartition des enquêtées selon la réflexion pour résoudre des problèmes d'ordre professionnel :

Résoudre des problèmes	Référence	pourcentage
Réglementation	15	26,31 %
Communication	9	15,78 %
consulté les collègues de travail	13	22,80 %
analysé et de trouvé des solutions	20	35,08 %
Total	57	100 %

D'après ce tableau qui représente la répartition des enquêtées selon la réflexion pour résoudre des problèmes d'ordre professionnel, nous avons constatés que la majorité des enquêtées résoudre leurs problèmes par l'analyse et de trouver des solutions avec un taux de 35,08% suivi par un taux de 26,31 % des enquêtées résoudre les problèmes avec le réglementation, tandis que 22,80 % des cadres résoudre leurs problèmes professionnel par la consultation les collègues de travail en fin un pourcentage de 15,78 % des enquêtées qui ont résoudre des problèmes professionnel par la communication .

On analysant les résultats, on constate que les cadres résoudre leurs problèmes après une analyse pour trouver des solutions, cela s'explique par l'encadrement qui demande un effort supplémentaire et une actualisation des connaissances, de compétence, et de la conscience professionnelle. Pour être compétent afin d'avoir un rôle propre.

Les enquêtées qui ont consulté leurs collègues du travail en équipe ne va pas de soi. Il nécessite un effort personnel et une compétence qui s'acquiert peu à peu à partir d'une volonté de cohésion et d'organisation. Elle repose sur des règles précises qui doivent dans la réalité

conduire à impulser une dynamique au groupe et de transfère d'information, cependant, lorsqu'on est attentif aux différentes formes concrètes de la communication humaine.

On fini pare dire que pour atteindre cette valeur du travail que l'individu cherche activement dans le but de réaliser son soi et arriver à avoir un statut dans l'entreprise.

Tableau N° 14 : la répartition des enquêtées selon leurs penser sur le travail d'équipe :

travail d'équipe	Fréquence	Pourcentage
Important	43	75,43 %
Peu important	10	17,54 %
Sans importance	4	7,01 %
Total	57	100%

Le tableau ci- dessus représente des enquêtés selon leurs penser sur le travail d'équipe. On constate un pourcentage de 75,43% pensent que le travail d'équipe est important, suivi par un taux de 17,54 % pensent que le travail d'équipe est peu important, en revanche que le pourcentage de 7,01 % pensent que le travail d'équipe est sans importance.

D'après ces résultats, on constate que les raisons majeures de l'importance de travail en équipe, Ceci nous conduit à identifier ce qui influe sur la réussite ou l'échec d'un groupe. Plusieurs conditions doivent être réunies : Une communication facile entre les personnes, sans discrimination et sans a priori, Le respect de la parole et la libre expression des désaccords et des tensions , La non mise en question de la participation affective du groupe , La connaissance des aptitudes et des limites de chacun , La division du travail après élaboration en commun d'objectifs et acceptation d'une structure si la tâche l'exige et en fonction de la tâche. La complémentarité, et même l'émulation entre ses membres sont des facteurs d'efficacité importants qu'il ne faut pas négliger.

Pour ce motif les enquêtés construisent leur identité professionnelle à partir des interactions et des échanges entre les équipes du travail. les interactions entre les cadres au travail reflètent le bon ou le mauvais fonctionnement de l'organisation

C'est-à-dire lorsqu'il y a un bon climat social au sein de l'entreprise, cela pourrait avoir un impact positif sur le rendement.

Par contre lorsque les relations de travail sont tendues et de mauvaises qualités, elle pourrait engendrer un effet inverse c'est-à-dire une influence négative sur la performance et le rendement des cadres, puisque ce genre de climat n'est jamais propice pour l'harmonisation du milieu de travail.

Tableau N° 15 : la répartition des enquêtés selon la vision future de métier :

la vision future de métier.	Fréquence	Pourcentage
Promotion	39	68,42 %
Changement de mode de travail	6	10,52 %
Satisfaction et évolution de poste occupé	12	21,05 %
total	57	100 %

Le tableau ci-dessus représente la répartition des enquêtés selon la vision future de métier dans les deux entreprises SONELGAZ et ALLPLAST. On remarque un pourcentage de 68,42 % des enquêtés ont des visions sur la promotion dans le travail, suivi d'un taux de 21,05 % qui ont des visions sur la satisfaction et l'évolution de poste occupé. et en fin 10,05 % seulement qui ont changé de mode de travail.

D'après ces résultats, on constate que la majorité des visions futures de métier sont basées sur la promotion 68,42 %, qui est un facteur de motivation et de dynamisation du personnel : elle vient récompenser la qualité du travail fourni par un salarié en reconnaissant celle-ci et en donnant au salarié en question la possibilité d'accéder à un niveau supérieur répondant à la fois à son souhait et à un besoin de la structure. On trouve aussi la satisfaction

et l'évolution de poste occupé avec un taux de 21,05 %, avoir le plaisir au travail reflète l'idée que le cadre a pu s'intégrer dans le milieu professionnel. Aussi il trouve la sphère professionnelle dans laquelle il vit conviviale .et un faible taux de 10,52 % sur le changement de mode de travail .sa renvoi à la satisfaction des cadres, H5 50ans « *je trouve du plaisir dans mon travail par ce que je le maîtrise...je me sens bien* » H40 35ans : « *je ne veux pas changer de poste de travail si je suis confirme dans mon poste.*

En fini par dire que les salariés sont le capitale le plus important pour l'entreprise par ce que assurent la réussite et le développement, et le changement au niveau des comportements des individu , se trouve aussi dans les transformations au stade idées et des représentations envers le monde.

Tableau N° 16 : la corrélation entre les objectif personnels derrière le changement de poste et de rester dans ce poste ou développer la carrière ailleurs :

Objectif de changement de poste	Changement de statut	Evolution et amélioration	Total
Resté dans se poste ou développé la carier allier			
Oui	7 24,13%	22 75,86 %	29 99,99%
Non	8 28,57 %	20 71,42 %	28 99,99%
total	15 26,31%	42 73,68 %	57 100%

Selon ce tableau, on constate que la majorité des cadres confirment que les objectif personnel dans le changement de poste sont l'amélioration et évolution avec un taux de 73,68 %, par contre un taux de 26,31 % des enquêtés qui affirment que l'objectif est le changement de statut.

Les données de ce tableau montrent les réponses des cadres selon leur choix : de rester dans ce poste ou développer leurs carriers ailleurs , d'où nous constatons que la majorité des cadres sont douer à rester dans ce poste avec un pourcentage de 75,86%

objectif de l'amélioration et l'évolution, H10 48 ans : *« j'ai travaillé 15ans dans ce poste, donc j'ai des compétences »* le développement et le changement dans le sens de l'identité professionnelle par ce qu'elle connaît des perturbations. Un salarié lorsqu'il devient un cadre connaît des modifications identitaires puisqu'il change sa manière de vivre.

Suivi par un taux 71,42 % qui ont veut pas rester dans se poste ou développé leurs carier allier. Comme le souligne F13 35ans *« je ne suis pas satisfais, je sens que je suis exploité »*.

Et seulement 28,57 % des enquêtés qu'ils veule pas change de poste et développer leur carier ailleurs, comme F10 38ans *:je ne veux pas changer de poste de travail si je suis confirme dans mon poste »* F25 50ans *« non, je n'envisage pas de quitter mon travail car je suis bien ici, on est comme des frère par ce que qu'on a vécu une langue période ensemble et on passe plus de temps, ici qu'avec notre famille »*.d'un coté, comme le souligne H11 42ans : *« mon métier est très important et très essentiel , car c'est un travail guidé par des norme intentionnels et ça marche dans tous type d'entreprise.*

Et seulement 24,13% qui ont veut changer leur poste ou développé la carier Allieur, pour des objectifs de changer de statut, comme souligne F3 33ans *« mon rêve est de changer le travail par autre plus intéressant, je n'implique pas ce que j'ai après par ce que ce n'est pas mon domaine donc, je trouve des difficultés à réaliser ma tache »*.

On fini de dire que le passage des enquêtés de niveaux a l'autre entraine des changements identitaires, ainsi de changements au niveau de la vie d'un cadres : son utilité, sa nouvelle identité et aussi au niveau de ses comportements.

Tableau N°17 : la répartition des enquêtés selon la sollicité de prise de décision :

Sollicité de la prise de décision	Fréquence	pourcentage
Souvent	30	52,63 %
Par fois	20	35,08%
Jamais	07	12,28 %
Total	57	100 %

Le tableau ci-dessus représente la répartition des enquêtés selon la sollicité de prise de décision. En premier lieu on trouve un taux très élevé de 52,63% des enquêtés qui ont souvent sollicité de prise de décision. Suivi par un taux de 35% des enquêtés qui ont par fois sollicité, en fin un taux de 12,28 % des cadres qui ont jamais sollicité de la prise de décision.

La prise de décision est l'acte le plus important qu'un individu puisse prendre, dans le temps et dans l'espace, quelle que soit la position sociale ou hiérarchique qu'il occupe dans la société.

La prise de décision revêt une dimension encore plus importante puisqu'elle se repose essentiellement sur les informations détenues par des cadres qui leur permettent de prendre des décisions en adéquation avec les objectifs escomptés. Chaque jour, le chef d'entreprise très occupé, doit analyser de nombreuses situations et prendre plusieurs décisions plus ou moins importantes.

On finit par dire que la décision prise est inéluctablement une répercussion positive ou bien négative sur sa vie privée et/ ou professionnelle, comme elle a aussi un impact direct ou indirect sur son identité professionnelle et son environnement.

Tableau N° 18 : la répartition des enquêtés selon la communication au sein de l'entreprise :

la communication au sein de l'entreprise	fréquence	pourcentage
Bonne	21	36,84 %
Moyenne	28	49,12 %
Mauvaise	8	14,03 %
Total	57	100 %

D'après les résultats du tableau ci-dessus, on remarque que la majorité des enquêtés expriment qu'ils ont trouvé la communication au sein de l'entreprise est moyenne avec un taux de 49,12 %, suivi par un taux de 36,84 % des enquêtés qui ont dit que la communication au sein de l'entreprise est bonne .et seulement 14,03 % qui ont dite mauvaise.

En effet, la communication interne d'entreprise n'est pas une simple description censée rendre fidèlement ce que pense le personnel de son entreprise. C'est une notion complexe, constituée à l'instar de la communication globale d'entreprise, de multiples facettes en interaction les unes avec les autre, la motivation du personnel.

Tous les cadres ayant une communication négative de leurs entreprises mobiliseront peu d'énergie pour œuvrer à la mission de la collectivité. Pour identifier les individus qui trouveront dans l'entreprise un minimum de convergence entre leurs attentes et celles de l'organisation. La communication en entreprise renvoie aux relations interpersonnelles entre employés, aux canaux de communication (journal interne, téléphone, courrier), a la transmission d'instructions de travail, etc. Ce problème de définition se concrétise davantage lorsqu'on demande aux cadres d'une usine ce qu'ils entendent par *manque de communication*, par *mauvaise communication* ou par *problème de communication*. La signification que chacun donne au concept de *communication* diverge selon le groupe d'appartenance

Poursuivant cette logique, la communication que nous donnons doit être confirmée par autrui. Le fait que le rôle, le statut et la place des cadres soient bien identifiés permet aux autres de se reconnaître dans une position sociale, d'éviter les malentendus, les conflits, et d'assurer la crédibilité. L'identité situationnelle du cadre est repérable dans l'énonciation.

TABLEAU 19 : la corrélation entre les réflexes pour résoudre des problèmes d'ordre professionnels et la communication au sein de l'entreprise :

la communication au sein de l'entreprise les réflexes pour résoudre des problèmes d'ordre professionnels	bonne	Moyenne	mauvaise	Total
Réglementation	3 20 %	9 60%	3 20%	15 100%
Communication	5 55,55%	3 33,33%	1 11,11%	9 100 %
Consulté les collègues de travail	3 37,5%	5 62,5%	0 0 %	8 100 %
Hierarchie	1 20%	2 40%	2 40%	5 100%
Analyse et trouver des solutions	9 45 %	9 45%	2 10%	20 100 %
Total	21 36,84 %	28 49,12 %	8 14,03 %	57 100 %

Selon le tableau ci-dessus, on constate que 49,12% des enquêtés confirment que la communication au sein de l'entreprise est moyenne se voit comme une relation d'amitié,

alors que 36,84 de ces derniers, considèrent la communication est bonne, et seulement 14,03% affirment l'inexistence totale de la communication au sein de l'entreprise.

D'après l'analyse du tableau en remarque que le pourcentage le plus élevé pour les cadres qui ont répandus par la consultation les collègue de travail pour résoudre les problèmes d'ordre professionnels avec un taux de 62,5 % ,par contre on trouve un taux de 60% sur la réglementation pour résoudre les problèmes, suite par un pourcentage de 55,55% sur la communication pour résoudre le problème .et 45% pour l'analyse et trouver des solutions sur des problème d'ordre professionnels.

On conclue que la majorité des interrogés sont facilement adapter et socialisé avec les collègues de travail pour résoudre les problèmes d'ordre professionnels, et essayent toujours de partager une vie d'amitié avec des cadres.

Et ont une confiance dont leurs compétences qui leurs permet de réagir à n'importe quelle situation et d'aider les subalternes dans l'exécution des taches. Sans oublier la solidarité et les liens de l'empathie qui réunit la plupart de nos enquêté, dont les relations interpersonnelle jouent un rôle majeur pour pouvoir assurer la survie au sein de l'entreprise.

Vu qu'elles ont modifié leurs identités afin de les rendre compatibles et adéquates aux changements subis. Cela s'est traduit par leurs mobilités au sein de l'entreprise et une autonomie de collègue, ce qui influence positivement sur le devenir de la firme.

Dans le monde du travail, la communication est devenue un enjeu important. En effet, elle intéresse de plus en plus les dirigeants et les gestionnaires des organisations qui voient en elle un moyen de consolider l'esprit d'entreprise nécessaire a la productivité qui renvoie aux relations interpersonnelles entre les cadres.

Conclusion de la partie pratique :

Interprétation des résultats et la vérification des hypothèses :

Après une enquêtes de terrain réalisée auprès des cadres de l'entreprise SONELGAZ de Bejaia et l'entreprise ALLPLAST D'AKBOU, en s'appuyant sur l'analyse de 57 questionnaires il résulte que :

Première hypothèse :

La représentation identitaire des cadres, concerne les domaines suivants : l'image de soi, le rapport au métier, le rapport aux collègues (Relations collaborateurs, positionnement par rapport à eux), le rapport à l'organisation (sentiment d'appartenance).

D'après ces résultats de tableau N°10, un pourcentage de 70,17% des enquêtées ont changés des statuts dans leurs vie active. On constate que les raisons majeures de ces changements sont ; gagner une image de soi positif, étant donné qu'ils n'ont pas rencontrés des difficultés et des perturbations dans leur mode de vie comme souligne l'un des enquêtées

H 3, 50 ans : *« l'image que j'avais de moi était positive parce que mon désir d'être un cadre satisfaisons dans ma vie, étant donné que j'étais diplômé et je ne pensais pas aux difficultés de la vie, j'avais pleinement profité de mon temps libre, mais cet état d'esprit à changé quelques années plus tard »*. H6 40ans *« pour ma part, je me doutais de mes compétences, par ce que je voyais que je disposais des compétences nécessaires pour rentrer aux situations de satisfaction, j'avais confiance en moi »*. On peut déduire, que l'identité professionnelle est un élément fondamental dans toutes les sociétés.

Pour une société fondée sur le travail, il est une forme de socialisation, un moyen qui permet aux cadre de s'intégrer facilement dans la société, c'est avec le travail que les cadres acquièrent un apprentissage de la vie en société, le travail renforce la communication avec les autres. F56 40 ans *« le travail est une forme de socialisation »* le travail donne un statut à l'individu F50 54 ans : *« le travail est un statut »*.

C'est par le travail qu'on peut changer nos attitudes et nos représentations de monde ainsi que notre image de soi.

On déduit d'après le constat dans le tableau N°8, l'existence d'un cycle de représentation des relations entre les collègues suivant les expériences professionnelles en dehors de l'entreprise, au début les expériences arrivent dans un environnement de travail moyenne de relation, se partagent entre des représentations favorables et défavorable de relation. Pour PERROT, « *la composante individuelle* » peut se décliner à travers les notions d'identité sociale (liée à l'appartenance à un groupe) et d'identité personnelle (liée aux caractéristiques de l'individu). Les composantes liées au contenu et aux relations de travail renvoient quant à elles au concept de rôle organisationnel, ensemble d'activités et de comportements attendus, mettant ainsi en évidence la composante « relationnelle », et la composante « technique » (activité).

Dans le tableau N°9 qui nous montre que 68,42 % des enquêtés confirment que la relation qu'ils entretiennent avec le chef hiérarchique se voit comme une relation d'amitié

Les résultats obtenus dans le tableau N°9 et 16, montrent que la représentation de travail chez les enquêtées influencent sur la nature de relation avec le chef hiérarchique la majorité qui perçoivent leur travail comme un élément central de leur identité, ou bien un support de développement personnel ont des bonnes relations avec le chef hiérarchique et contrairement à celles qui perçoivent leur travail comme un moyen de satisfaire des besoins économiques, ont des relations conflictuelles.

On conclue, que la majorité des interrogés sont facilement adopter et socialisé une nouvelle fois parce que leur chef s'intéresse à eux et essaye toujours de partager une vie d'amitié avec ses cadres, et cherche à maintenir ses subalternes pour éviter les départs massifs

Selon KURT Lewin, le type de leadership démocratique est une personne qui s'appuie sur des méthodes semi directifs visant à encourager les membres du groupe, à faire des suggestions, à participer à une discussion ou encore à faire preuve de créativité ce qui manifestent des relations chaleureuses et amicales. Ce qui produit un bon climat social. Poursuivant cette logique, le supérieur hiérarchique doit accorder une importance nécessaire de comprendre les attentes et les valeurs personnelles des membres de l'équipe, afin d'améliorer leur degré de motivation et d'implication au travail.

D'après les résultats obtenus on peut déduire que notre première hypothèse est confirmée.

La deuxième hypothèse :

L'identité professionnelle des cadres de deux l'entreprises SONELGAZ et ALL PLAST se construit suite à l'attachement à leur organisme (corps) et le groupe de référence choisi.

D'après les résultats de tableau N°12, On remarque un pourcentage de 49,12% des enquêtés qui sont active dans l'exercice de leur travail, on constate que les raisons de la nature de la satisfaction de l'exercice de travail pour les enquêtes qui ont être active, qui représente un moyen de subvenir à des besoins.

On fini pour dire que l'individu à travers le travail s'aide lui-même et aide sa famille, il arrive à satisfaire ses besoins ainsi que les besoins de son entreprise à travers la réalisation des ses objectifs. F8, 37ans : « *par le travail j'aide ma famille, et je me prends en charge, le travail me permet de produire et rendre service pour la société* »et comme éléments essentiel pour faire face aux problèmes dans le parcours professionnel d'une personne.

Pour atteindre cette valeur du travail que l'individu cherche activement dans le but de réaliser son soi et arriver à avoir un statut dans l'entreprise. Ce qui est montré dans le tableau N°13.

D'après le tableau N°15, les résultats constaté se que la majorité des visions future de métier sont basées sur la promotion 68,42 %, qui est un facteur de motivation et de dynamisation du personnel

Les salariés, sont le capitale le plus important, pour l'entreprise par ce qu'ils assurent la réussite et le développement, et le changement au niveau des comportements des individus, se trouve aussi dans les transformations au stade idées et des représentations envers le monde.

Dans le tableau N°19, le pourcentage le plus élevé pour les cadres qui ont répandus par la consultation des collègues de travail pour résoudre les problèmes d'ordre professionnels avec un taux de 62,5 %

On conclue que la majorité des interrogés sont facilement adaptes et socialisé avec les collègues de travail pour résoudre les problèmes d'ordre professionnels, et essayent toujours de partager une vie d'amitié avec des cadres.

Dans le monde du travail, la communication est devenue un enjeu important. En effet, elle intéresse de plus en plus les dirigeants et les gestionnaires des organisations qui voient en elle un moyen de consolider l'esprit d'entreprise nécessaire à la productivité qui renvoie aux relations interpersonnelles entre les cadres.

Vu qu'elles ont modifié leurs identités afin de les rendre compatibles et adéquates aux changements subis. Cela s'est traduit par leurs mobilités au sein de l'entreprise et une autonomie de collègue, ce qui influence positivement sur le devenir de la firme.

La connexion entre les cadres est un élément fondamental pour tisser des relations amicales.

Un pourcentage de 75,43% dans le tableau N°14 pensent que le travail d'équipe est important.

Pour ce motif les enquêtés construisent leur identité professionnelle à partir des interactions et des échanges entre les équipes du travail. Les interactions entre les cadres au travail reflètent le bon ou le mauvais fonctionnement de l'organisation

C'est-à-dire lorsqu'il y a un bon climat social au sein de l'entreprise, cela pourrait avoir un impact positif sur le rendement.

Dans le tableau N°17, On trouve un taux très élevé de 52,63% des enquêtés ont souvent été sollicités à la prise de décision. La décision prise est inéluctablement une répercussion positive ou bien négative sur sa vie privée et/ ou professionnelle, comme elle a aussi un impact direct ou indirect sur leur identité professionnelle et son environnement.

On déduit d'après ces résultats, que notre deuxième hypothèse est confirmée.

Les principaux résultats de la recherche

Les principaux résultats de la recherche

Les principaux résultats de la recherche :

Les entretiens exploratoire et les questionnaires qu'on a effectués nous ont éclairé sur un ensemble de réponses par rapport à notre problématique et spécialement aux hypothèses qu'on a formulés au début de notre travail.

Comme nous l'avons souligné au départ, notre appréhension du thème a été axée sur deux points élémentaires à savoir le double construction, individuelle et collective, de l'identité au travail.

Pour simplifier la présentation de nos résultats les plus importants, nous les avons scindés en deux points rendant compte de nos hypothèses :

- L'identité comme construction individuelle :

Ce premier point renseigne donc sur la façon avec laquelle chaque cadre interrogé conçoit son travail, de part la construction de sa propre identité, cette perception, suivant notre cadre d'analyse passe par un triple processus : le vécu au travail de chaque cadre, le type de trajectoire socioprofessionnelle envisagée et finalement le rapport qu'il entretient avec son métier.

Suivant le vécu au travail, les cadres enquêtés conçoivent leur quotidien dans une optique progressive, ils tendent à accepter le fait de travailler au sein de l'entreprise SONELGAZ de Bejaia et l'entreprise ALL PLAST D'AKBOU. Non pas uniquement pour des raisons strictement financières, mais parce qu'aussi, leur travail est source d'affirmation de leur compétences et savoir être respectifs. La majorité des cadres arguent dans ce sens en voyant dans le poste qu'il occupe le moyen d'avancer dans leur vie à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise. Nous pouvons dire à cet effet que l'image qu'ils ont de leur travail revêt une double signification : c'est par elle qu'ils tentent de percer dans leur vie active, mais aussi, c'est à travers cette dernière qu'ils se font une image plus claire de leur vie en tant qu'individu immergé dans la société.

L'axe de la trajectoire professionnelle envisagée est révélateur de beaucoup de discordances et de nuances. En effet, il nous a été difficile d'avoir un consensus sur cette question, les cadres faisant partie de notre échantillon ne sont pas unanimes par rapport à la place qu'occupe l'entreprise SONELGAZ de Bejaia et l'entreprise All PLAST D'AKBOU, dans leur vie professionnelle prenant forme à présent ; si quelque uns d'entre eux voient dans L'entreprise SONELGAZ et l'entreprise All PLAST.,

Les principaux résultats de la recherche

un moyen de transiter vers une carrière professionnelle plus riche et plus responsable, d'autres estiment que le statut qu'ils occupent actuellement légitime leur fidélisation et leur intention d'évoluer dans leur carrière interne, c'est dans leur majorité une catégorie de cadres dans le premier poste de travail a été celui de l'entreprise SONELGAZ de BEJAIA et l'entreprise All PLAST D'AKBOU.

Le dernier point, qui concerne le rapport qu'ont les cadres avec leur métier se conçoit comme une suite logique par rapport au second axe, les cadres dans leur majorité ont eu à répondre sur cette question en reprenant l'idée des conditions de travail, plus explicitement, le rapport au travail est, suivant les cadres, tributaire de la situation vécu et à vivre dans le future de l'entreprise, du rôle qu'il doivent assumer postérieurement et des défis qu'ils auront à relever. Encore faut-il dire que certains d'eux se sont exprimés en ayant à l'esprit que le poste qu'il occupe n'est pas figé et dans le cas des promotions interne leur image du métier peut, à n'importe quel moment, subir des modifications conséquentes.

- L'identité comme construction collective :

Dans ce second axe, correspondant principalement à notre seconde hypothèse, nous voulons mettre l'accent sur les processus globaux qui sous tendent la construction de l'identité des cadres. Dans cette optique, c'est la question de l'intégration collective, intégration au groupe de travail constitué par les collègues, les supérieurs hiérarchiques et l'ensemble des collaborateurs, qui est au fondement de l'identité des cadres. Nous avons pour l'occasion divisé ce point de notre travail en trois éléments relevant d'une vision de rapport (aux valeurs, à la hiérarchie et aux collègues), et un autre élément qui est celui relatif au degré de sociabilité.

S'agissant du triptyque valeurs, hiérarchie et collègue, nous l'avons nommé ainsi car les enquêtés ont affirmés que leur rapport aux valeurs véhiculées par l'entreprise constitue un facteur de motivation au travail et d'endoctrinement certain par rapport aux manières d'accomplir leur travail. Deuxièmement, le rapport à la hiérarchie semble être un élément crucial dans le procès du travail de nos enquêtés, c'est grâce à ce rapport qu'ils évaluent leur façon de travailler, et c'est grâce à lui qu'ils se forment une image réelle des lacunes et obstacles qu'ils doivent surmonter pour consolider leur rôle au sein de l'entreprise. Le rapport aux collègues quant' à lui trouve son enracinement dans le procès quotidien du travail, c'est par ce rapport que les cadres conçoivent une manière de travailler, reconnue et légitimée par tous.

Les principaux résultats de la recherche

Les cadres sont unanime à accorder une importance primordiale à cet élément à tel point qu'ils le considèrent comme étant vital à la pérennité de l'entreprise. Au final, nous pouvons dire que ces trois points avancés ne peuvent être compris sans les associés à un facteur intrinsèque qui concerne chaque cadre et qui est celui relatif à leur degré de sociabilité.

Le degré de sociabilité des cadres renseigne sur la manière avec laquelle ces derniers évoluent à l'intérieur de leur groupe de travail, évolution qui est conditionnée par l'instauration d'un code de travail commun à tous les cadres des différentes directions, les cadres sont marqués par ce point précisément parce qu'il leur sert de motif pour un climat organisationnel consistant.

Conclusion

Conclusion :

Au terme de notre présente enquête, nous estimons nécessaire de mettre le point sur la question de l'identité professionnelle, des employés de l'entreprise SONELGAZ et l'entreprise ALL PLAST. En ayant recours à l'explicitation de quelques points, qui nous ont guidés tout au long de ce travail.

Premièrement, nous pouvons dire que les employés de deux entreprises, constituent un groupe professionnel, qui se cristallise autour des principes de l'organisation, ces derniers constituent un groupe social à part entière, régie par une culture organisationnelle, un rôle qui les définit et un statut qui leur confère une place dans l'organisation. Notre enquête nous a permis de repérer un élément central, jouant le rôle d'un dénominateur commun que constitue le procès du travail.

Deuxièmement, notre travail nous a permis aussi d'isoler un facteur important qui compose la représentation qu'ont les employés dans leur travail, cette dernière peut être décrite comme une relation entre un état actuel, la place qu'occupe le travailleur dans l'organisation, et un état future, qui est reflété par ses chances d'accès à des positions plus prononcées dans l'entreprise, de part la promotion, la formation ou le suivi de sa trajectoire professionnelle.

Bien, qu'un certain manque à été ressentie dans l'aspect théorique, du fait du manque d'une bibliographie conséquente, traitant ce thème, nos références théoriques, ont pris appui principalement sur la littérature relative à la sociologie des professions et sur les travaux de nombreux sociologues (Dubar, Sainsaulieu). Nous avons eu à effectuer notre pré-enquête avec des employés qui ont répondu à nos questions et nous ont permis ainsi de lever le voile sur certaines questions épineuses.

Les résultats que nous avons obtenus, ont été soumis à un traitement technique, basé sur l'analyser de questionnaire, qui se trouve être la plus adéquate pour ce genre de procédure. Les principaux renseignements qui nous avons tirés de notre enquête, bien qu'ils soient limités, ont mis l'accent sur le double processus que constitue la construction identitaire. Nous tenons à ajouter à cet effet, que malgré le manque d'exploitation de certain concepts : socialisation, socialisation professionnelle et formation, nous avons pu quand bien même soumettre quelques variable classiques à l'analyse.

A la fin, nous espérons bien sure étendre notre recherche vers un autre travail plus conséquent qui rendra compte des objectifs et visées de notre recherche d'une manière plus détaillée.

Liste bibliographique

Les ouvrages méthodologiques :

- * ANGERS Maurice, initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, édition Cecine, Québec, 1986.
- * ANGERS Maurice, initiation pratique à la méthode de sciences sociales, éd, casbah Alger.
- * CLAUD J, l'enquête par questionnaire, 15^{ème} édition, les organisations, paris.
- * GRAWITZ MADELEINE, LEXIQUE DES SCIENCES SOCIALES, 7^{ème} édition, dalloz, paris, 1994.
- * GRAWITZ Madeline, lexique des sciences sociales, 7^{ème} édition, Edition Dalloz, France, 2000.
- * GUIDERE Mathian, méthodologie de la recherche, guides de jeune chercheur en lettre, langues humaines et sociale, maîtrise, DEA, MASTER, doctorat nouvelle, éd ellipses.
- * QUIVY Raymond et Kampenhout V, Manuel de recherche en science sociales, 2^{ème} éd, Paris.
- * VAILLANT Jean, Initiation à la théorie de l'échantillonnage, Octobre 2005.

Les ouvrages thématiques :

- * ABRI Jean-Claude, Pratiques sociales et représentations, PUF, Paris, 1994.
- * BANGET Lucy, l'identité sociale, édition Dunod, paris, 1998.
- * BARUS M et autre, vocabulaire de psychologie, Edition DUNOD, Paris, 2002.
- * BONARDI. C et autres, psychologie social appliqué: emploi, travail et ressources humaines, Ed in presse, 2004.

- * BONARDI Christian et Nicolas Roussiau, les représentations sociales, Edition, Dunod, paris, 1999.
- * CLAUDE Dubar, la socialisation : construction des identités sociales et professionnelles, édition Armand Colin, Paris, 1996.
- * CLENET J, Représentations, formation et alternances/développements, L'harmattan, Paris, 1998.
- * DECOSTER Michel, pichault François, traité de la sociologie du travail, 2^{ème} édition, Boeck université, Paris, 1998.
- * GEORGE. A Legault, Crise d'identité professionnelle et professionnalisme, PUF, 2003.
- * GUIMELLI. Cité par Véronique.Castelotti et Daniël Moore in « Représentations sociales des langues et enseignements ». Conseil de l'Europe, Strasbourg 2002.
- * GUSTAVE N F, les concepts fondamentaux de la psychologie sociale, 3^{ème}éd, dunod, paris, 1996.
- * GUY Minguet et Thuderoz Christian, travail, entreprise, société, PUF, paris, 2005.
- * HERZLICH Claudine. Sante et maladie, analyse d'une représentation sociale, Paris, Ecole des hautes études en sciences sociales, 1996 (1e Ed 1969).
- * JODELET Denise, représentation sociale : phénomènes, concept et théorie, in psychologie sociale, sous la direction de S. Moscovici, paris, PUF, le psychologue, 1997.
- * JODELET D, Les processus de formation des représentations rendent compte de leur structuration » 1994. Cité in : Représentation sociales : Quelques aspects théoriques et méthodologiques.
- * LOUCHE Claude, psychologie sociale des organisations, 2^{ème}édition, Armand, Colin, Paris, 2007.
- * MANONI P, les représentations sociales, PUF,paris, 1998.
- * MARCH. J et SIMON H.A, (1958), les organisations, 2^{ème} edition, Dunod, Paris, 1969.
- * MONTOUSSE.M et RENOARD. G' 100 fiches de lectures pour comprendre la sociologie, Bréal, Paris, 2006.

- * MOSCOVICI Serge, in : FISCHER Gustave-Nicolas, Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale, Paris, Dunod, 1996.
- * MOSCOVICI S, « Représentations sociales : Quelques aspects théoriques et méthodologiques ».
- * M.Denis, image et cognition, P.U.F Paris 1989.
- * PIOTEL et SANSAULIEU, méthode pour une sociologie de l'entreprise, Edition presse de la fondation nationale, Paris, 1994.
- * PIRIOU JeanPaul, DENIS Clerc, lexique sciences économique, 8^{ème} édition, paris 2007.
- * ROUQUETTE Michel Louis et Patrick Rateau, in. Introduction a l'étude des représentations sociales. Presses universitaires de Grenoble, 1998.
- * SAINSAULIEU Renauld, Sociologie de l'entreprise, organisation, culture et développement, édition dalloz, Paris, 1997.
- * SECA Jean-Marie, Les représentations sociales, Edition, Armand Colin, paris, 2002.
- * YVES Alpe, LAMBERT Jean Renauld, et autres, Lexique de la sociologie, éd Dalloz, Paris, 2010.

THESES :

- * EL HOYEK S. représentations identitaires et rapport à la formation continue. Thèse de doctorat en science de l'éducation. U .F.R. université Charles de Gaule, Lille 3, septembre 2004.
- * HADEF Ahmed, l'enseignement universitaire ; son projet ; son identité et son rapport a la formation, thèse de Doctorat d'état en Science de l'éducation, Université monteur Constantine, 2006-2007.PDF.
- * IDRIS Souhila, pratiques et identités professionnelles des enseignants universitaires algériens, cas des enseignants de lettres et sciences humaines de l'université de Bejaia ,mémoire préparé en vue d'obtention du diplôme de magistère ,option , sociologie des organisations et du travail,2010-2011 .

REVUS :

- * J.C Ruano-Borbalan, « Une notion clef des sciences humaines », in sciences humaines n° 27 Avril 1993.

- * GINETTE Herman et Van Y persel David, identité sociale des chômeurs, les cahiers du Cerises N°10, juin 2004.

DICTIONNAIRES :

- * DION Gérard, dictionnaire canadien des relations du travail, 2^{ème} édition, Edition LAVAL Québec, 1986.
- * Gille Ferreol, Dictionnaire de sociologie, Armand Colin.
- * GOUILLES Ferréol, et les autres, dictionnaire de sociologie, 3^{ème} édition, Armand colin, 1998.

Article électronique :

- * <http://remmm.revue.org>/Merani Hacem, Les cadres des entreprises publiques en Algérie. Des privilèges au déclassement, Revue des mondes musulmans et de la méditerranée (en ligne), 105-106 /janvier 2005, mis en ligne le 07 décembre 2011, URL : 2729.
- * www.ftu-namur.org/fichiers/AISLF-Bres VENDRAMIN Patricia et Cultiaux John, « les générations face aux mutations du rapport du travail ».
- * http://www.insee.fr/Fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/pcs_2003/n3-37.htm
- * <http://cgsst.fsa.ulaval.ca>. Voir JEAN-Pierre Brun, « la reconnaissance au travail : des pratiques à visage humain ».
- * http://www.serpsy.org/formation_debat/mariodile_5.html. MUGNY et GARUGATI, cité, in « Concept de représentation sociale ».
- * SAINSAULIEU.R et SEGRESTIN.D, vers une théorie sociologique de l'entreprise, sociologie du travail, n°3,1986, P231-235.

Annexes



Université A/MIRA-Bejaia

Faculté des Sciences Humaines et Sociales

Département Sociologie

Questionnaire :

« L'identité professionnelle des cadres. »

Préparé par :

-SAOU Houssef

-TALAOUANOU Daouia.

Encadré par :

GOUNZAR Naima

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire pour l'obtention d'un diplôme de MASTER option Sociologie de Travail et Gestion des Ressources Humaines, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire, avec précision afin de nous permettre d'analyser l'identité professionnelle des cadres.

Nous tenons à vous rassurer, que les informations que nous vous fournirons, ne seront utilisées qu'à des fins scientifiques.

Merci pour votre collaboration.

I-Questionnaire

A- données personnelles :

1-Sexe :

a- Masculin

b- Féminin

2-âge :.....

3-situation familiale :

a- Célibataire

b- Marié

c- Divorcé

d- Veuf

4-le lieu d'habitat :

a- urbain

b- rural

5-poste occupé.....

6-la date de recrutement :

L'identité professionnelle :

1- Comment voyez-vous votre situation actuelle dans le poste que vous occupez ?

a- Très bien

b- Bien

c- Mauvaise

2) Votre statut de cadre a-t-il changé quelque chose dans votre vie active?

a- OUI

b- NON

3) Avez-vous remarqué qu'il y a des possibilités qui vous permettent d'évoluer ?

a-oui

b-non

Si oui les quelles ?.....

Si non pourquoi ?.....

4) Avez-vous visité ce poste que vous occupez actuellement bien avant ?

a-oui

b-non

5) Voulez-vous rester dans ce poste ou vous pensez développer votre carrière professionnelle ailleurs?

a-oui

b-non

Si oui pourquoi ?.....

6) avez-vous changé de poste ?

a-oui

b-non

Si oui

Quelles ?.....

7) Quels sont vos objectifs personnels derrière le changement de poste ?

a-changement de statut

b-évolution et l'amélioration

8) avez-vous des expériences professionnelles en dehors de l'entreprise ou vous travaillez actuellement ?

a-oui

b-non

11) Quels sont vos réflexes pour résoudre des problèmes d'ordre professionnels ?

a- réglementation

b- communication

c- consulté les collègues

d- analyse et de trouvé des solutions

D'autre.....

B- les relations socioprofessionnelles :

1-votre travail permet il de développer vos relation avec d'autre cadres ?

a- oui

Comment ?.....

b- Non

Pourquoi ?.....

2-déterminez-vous une relation étroite avec le chef hiérarchique ?

a- oui

Pourquoi ?.....

b-non

Pourquoi ?.....

3-comment jugez-vous cette relation ?

- a- importante
- b- peu importante
- c- sans importance

4-êtes-vous sollicités à la prise de décision ?

- a- souvent
- b- par fois
- c- jamais

5-dans votre travail vous avez le droit de communiquer directement avec le directeur général de l'entreprise ?

- a- Oui
- b- Non

Si oui avec quels moyens ?

.....

6-comment jugez-vous votre relation avec votre groupe de travail ?

- a- Bonnes
- b- Moyennes
- c- Mauvaises

7-que pensez-vous de travail d'équipe ?

- a- Important
- b- Peu important
- c- Sous importance

8-comment jugez-vous la communication au sein de l'entreprise ?

- a- Bonne
- b- Moyenne
- c- mauvaise

C-Représentation social :

1) Quelle est la nature de la satisfaction que vous tirez de l'exercice de votre travail ?

A- Etre actif

B- Gagner de l'argent

C- Avoir un statut dans la société

2) Comment présentez-vous le travail d'un cadre ?

a- Un travail trop chargé

b- Un travail d'organisation et de coordination

c- Un travail qui demande beaucoup de qualification

D'autre

3) Quelle est votre vision future de votre métier ?

a- la promotion

b- changement de mode de travail

c- satisfaction et évolution de poste occupé

4) Si vous avez quelque chose à dire à propos de votre métier, à propos de votre travail, ... nous vous invitons à nous en faire part, en vous exprimant librement dans cette page que nous vous réservons à cet effet

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

