
Étiquetage perçu et construction de stratégies d'ostension de soi

en situation de communication : Stratégies de négociation de sens et influence des univers de significations d'usagers en santé mentale

Martine Dutoit, doctorante

SYMPOSIUM IDENTITE

mdutoit@erenis.fr

CRF-CNAM

2 rue Conté

75003 Paris.

RÉSUMÉ. De la même façon que l'action sur le monde physique implique des actes de nomination et de catégorisation, dans le monde des interactions sociales, les sujets procèdent à une identification et à une catégorisation reposant sur leur expérience cognitive préalable. On constate l'existence d'une fonction sociale d'étiquetage, qui peut être définie comme un travail d'attribution à des sujets de caractéristiques préalablement connues des sujets qui étiquettent. L'étiquetage est une mise en représentation et une mise en discours ordonnant le monde social. Il fonctionne comme une grille d'interprétation des rapports entre sujets dans les situations. Les pratiques d'étiquetage sont particulièrement visibles dans ce qu'il est convenu d'appeler les institutions. Cette recherche m'a amené à considérer les processus d'étiquetage comme des composantes de ce qu'on appelle de manière indifférenciée les dynamiques identitaires. Dans les actes de communication, lorsque les enjeux sont relatifs à des négociations de place et de pouvoir d'agir, les locuteurs, individuellement, et en référence à des groupes d'appartenance socialement constitués, se livrent à un exercice d'ostension de soi pour influencer les représentations d'autrui. Nous nous intéressons donc dans l'acte de communication, ici une communication destinée à un public à la perception qu'ils laissent apparaître des images sociales qui leur sont relatives, aux discours et nouvelles définitions et significations qu'ils proposent pour influencer les constructions de sens des destinataires, aux liens qu'entretiennent ces perceptions et discours avec leur expérience, passée et présente, et leur vécu des situations sociales et des situations de soin.

MOTS-CLES: étiquetage et contre-étiquetage/ostension de soi/dynamiques identitaires/stratégies identitaires/sens et significations.

1. Introduction

De la même façon que l'action sur le monde physique implique des actes de nomination et de catégorisation, dans le monde des interactions sociales, les sujets procèdent à une identification et à une catégorisation reposant sur leur expérience cognitive préalable. On constate l'existence d'une fonction sociale d'étiquetage, qui peut être définie comme un travail d'attribution à des sujets de caractéristiques préalablement connues des sujets qui étiquettent. L'étiquetage est une mise en représentation et une mise en discours ordonnant le monde social. Il fonctionne comme une grille d'interprétation des rapports entre sujets dans les situations : l'étiquetage est une fonction de catégorisation d'autrui cohérente avec la place et le rôle que le sujet qui étiquette se donne lui-même et la manière dont il voit sa propre action.

Les pratiques d'étiquetage sont particulièrement visibles dans ce qu'il est convenu d'appeler les institutions. Les institutions ont, en effet, pour caractéristique de constituer les outils par lesquels une société agit sur elle-même, ou sur une partie de ses membres.

On les voit particulièrement en œuvre par exemple dans l'enseignement, l'action sociale, l'action publique en faveur de l'emploi, bref d'une manière générale dans les fonctions sociales de l'état et des collectivités, donnant lieu à autant de métiers d'« interventions sur autrui ». On peut prendre l'exemple de l'élève, du demandeur d'emploi et toutes les formes de catégories de soi-disant « bénéficiaires » de l'action publique.

Cette catégorisation sociale qui accompagne les dispositifs donne lieu à mise en place de figures sociales qui évoluent selon les « cultures d'intervention ».

Ce qui nous intéresse dans ce travail est la manière dont cette figure sociale est reçue, perçue, par les publics concernés eux-mêmes et les stratégies qu'ils peuvent développer à cet égard.

2. Les configurations des discours sur soi dans les processus d'étiquetage et de contre étiquetage

Nous avons été amenés à constater que dans un certain nombre de cas la perception de cet étiquetage pouvait entraîner une forme de souffrance sociale, exprimée par les intéressés eux-mêmes et que dans un certain nombre de cas, dans les interactions au quotidien comme dans l'action publique, ils pouvaient être amenés à déployer des comportements d'affirmation identitaire individuelle et collective, que dans ces cas, nous pourrions appeler de contre étiquetage.

Le contre-étiquetage est la forme, repérée par la chercheuse, que prend l'affirmation identitaire, visant à modifier une situation d'interaction jugée non satisfaisante, dans l'espoir de rendre possible auprès d'autrui une nouvelle image de

soi, par l'ostension d'une autre définition de soi. Essentiellement discursive, cette ostension de soi intervient lorsque les personnes veulent changer des pratiques sociales (contrôle des activités, comportements, manières de considérer et de « traiter » les personnes, individuellement et collectivement), précisément liées à cet étiquetage et qu'elles jugent insatisfaisantes.

Ma recherche m'a amené à considérer les processus d'étiquetage et de contre-étiquetage comme des composantes de ce qu'on appelle de manière indifférenciée les dynamiques identitaires. C'est dans l'exploration d'un champ de pratiques et d'intervention, la psychiatrie, et dans l'analyse des discours adressés à soi et à autrui par les personnes confrontées à la souffrance psychique et à sa prise en charge institutionnelle, que j'ai délimité une problématique et posé des hypothèses. En effet, l'étiquetage est ici considéré comme une pratique qui constitue le malade comme patient, objet du soin, mais aussi comme une fonction sociale, qui se décrit dans un processus d'assignation à une place sociale, elle-même corrélée avec le stigmate, marquage social négatif, qui est un construit historique d'une représentation du fou, de l'étrangeté et de la différence dans les sociétés, dont rendent compte en sciences sociales, l'approche psycho-sociale et l'anthropologie.

L'étiquetage, tel que nous l'appréhendons dans cette recherche, se réfère aux définitions données par les auteurs de langue anglaise du label et de la labellisation¹

L'étiquetage est en lien avec la question du modèle social : *«avant même que se noue toute relation directe, un modèle social permet d'« appréhender» le malade mental, en régissant le processus cognitif et émotionnel que déclenche le simple fait de sa présence»*². C'est une conduite individuelle socialement réglée. C'est un processus de contrôle par un groupe de ses affects sociaux : l'effacement symbolique de l'élément perturbateur et de son marquage qui peut aller jusqu'à la négation du malade et son isolement. Ce processus est assez proche de ceux mis en œuvre dans la relation à l'étranger et à son intégration, analysés dans les contacts entre les groupes.

1 R.K Merton Social Theory and Social Structure, Free Press, Glencoe (Ill.), 1949 (Éléments de théorie et de méthode sociologique, trad. H. Mendras, Plon, Paris, 1965) et H.S. BECKER, Outsiders. Études de sociologie de la déviance, Métailié, Paris, 1985 (éd. originale 1963)

2 Jodelet D, folies et représentations sociales Puf 2004 398p, p 94, Benton, M sociologie des relations raciales Payot 1971 ; Spires, A Etrangers à la carte GRASSET 2005

3. Négociations, transactions dans les situations de communication.

En référence à une conception exprimée par certains sociologues, notamment dans l'interactionnisme symbolique³, et en référence à l'ethnométhodologie⁴ qui contribue à la formation de mes outils d'analyse, on peut dire que le social est conçu comme construit par les acteurs qui ont chacun une vision du monde et interprètent la situation d'interaction. C'est l'ensemble des significations et interprétations que les individus donnent à une situation et qui leur permet d'agir. Une multitude de groupes sociaux et des acteurs sociaux se confrontent pour l'occupation d'un territoire, l'accès à des ressources et la réalisation de leur projet de vie. Les processus de socialisation sont à la fois biographiques dans la construction d'identités et de projets et relationnelles dans la négociation, le conflit, l'interaction, transactions nécessaires à la reconnaissance de soi avec les autres dans les relations subjectives de la vie quotidienne. Cette recherche s'inscrit dans le champ de l'intersubjectivité, c'est-à-dire s'intéresse aux phénomènes de construction de sens qu'opèrent les sujets autour de leurs activités. La relation entre sujets désigne ici les « *offres mutuelles d'images identitaires qui se donnent à lire à l'occasion d'actes de communication* »⁵.

Les notions de négociations, de transactions, qui ont pour objet la définition des rôles reconnus à chacun ne peuvent se comprendre, sans aborder aussi les rapports d'influence et de pouvoir. Mon ambition est de décrire les diverses configurations identitaires effectivement mises en actes par les sujets pour mener à bien leurs projets d'acteurs, au-delà des modèles d'action revendiqués par ces mêmes sujets pour justifier ou évaluer leurs activités⁶.

Dans le champ des *activités de communication*, nous trouvons des *activités de transformation par les sujets des significations qu'ils offrent à autrui, à partir desquelles leurs destinataires opèrent des constructions de sens*⁷. Les constructions de sens sont, de fait, des négociations de sens, en lien avec les offres de significations existantes, notamment comme figures sociales. La vie sociale est par définition composée de situations d'interactions, aussi bien dans les situations se déroulant dans les institutions, que celles de la vie ordinaires et plus interpersonnelles. Aussi les constructions de sens que les sujets opèrent autour de leurs activités sont intrinsèquement dépendantes des offres de significations faites par autrui dans ces situations d'interaction et des offres de signification qu'en contrepartie les sujets eux-mêmes font dans ces mêmes situations.

3 Goffman, E. Les rites d'interaction, Ed de Minuit, Paris 1974 ; les cadres de l'expérience, Ed de Minuit Paris 1991

4 Garfinkel, H Studies in ethnomethodology, PolityPress Cambridge 1984

5 Barbier, J.M et Galatanu O Signification, sens, formation. Paris, PUF, 2000

6 JM Barbier rapports entre sujets et activités, p211, in JM Barbier, Marc Durand sujets, activités, environnements PUF 2006, 259p

⁷ J. M Barbier et O. Galatanu *Signification, sens, formation*. Paris, PUF, 2000

Les différentes configurations possibles des discours sur soi (de soi à soi et de soi à autrui) que nous avons analysées sont mobiles et dynamiques. Le patient (de la psychiatrie) et l'usager (en santé mentale), deux figures sociales, peuvent selon les moments, tour à tour et/ou de façon concomitante être convoqués dans un rapport d'étiquetage ou de contre-étiquetage. Les catégories de patient et d'usager pouvant être aussi des assignations variables selon les temps de la vie ou les espaces sociaux.

La recherche porte donc sur l'étude de ces différentes configurations de rapports d'étiquetage et de contre-étiquetage observées qui pourraient être mises en lien tant avec les enjeux sociaux et les pratiques institutionnelles, que des enjeux de construction identitaire des sujets et de leur rapport de place.

4. objet, hypothèse et matériau de la recherche

La recherche a donc pour objet la communication publique sur soi de patients engagés dans une action intentionnelle de modifications des représentations d'autrui sur eux mêmes en tant que groupe. Plus précisément, elle s'intéresse à la manière dont ces patients perçoivent la perception que les professionnels et le public ont d'eux, et la variété des comportements individuels et collectifs qu'ils déploient dans cette situation. Dans les actes de communication, lorsque les enjeux sont relatifs à des négociations de place et de pouvoir d'agir, les locuteurs, individuellement, et en référence à des groupes d'appartenance socialement constitués, se livrent à un exercice d'ostension de soi pour influencer les représentations d'autrui.

Nous nous intéresserons donc dans l'acte de communication, ici une communication destinée à un public :

- à la perception qu'ils laissent apparaître des images sociales qui leur sont relatives
- au discours et nouvelles définitions et significations qu'ils proposent pour influencer les constructions de sens des destinataires,
- aux liens qu'entretiennent ces perceptions et discours avec leur expérience, passée et présente et leur vécu des situations sociales et des situations de soin.

Les hypothèses se trouvent ainsi formulées :

- Les personnes « étiquetantes » et les personnes étiquetées partagent une culture et des repères communs.
- En situation de communication, les sujets étiquetés montrent les effets de la perception d'un étiquetage dans la construction de stratégies d'affirmation identitaire - ostension et la présentation de soi et de leur groupe d'appartenance - avec l'intention de modifier les représentations d'autrui.

A l'occasion de la situation de communication, des interactions entre pairs montre une activité collective de contrôle d'une figure sociale du malade mental, qui soit compatible à la fois avec l'image de soi de chacun des acteurs et l'image du rôle qu'ils veulent tenir comme représentants de ce groupe d'appartenance.

Le matériau de la recherche est un débat de patients et militants d'une association d'usagers en santé mentale, filmé et enregistré sur un support vidéo de 40', produit dans une intention de communication. Plus précisément, son objectif vise la transformation des représentations d'un public de personnes concernées - les professionnels du champ sanitaire et social – et d'un public plus large – les personnes non directement concernées membres de la société au sens large. C'est dans cette situation de communication que nous avons recherché et analysé les stratégies d'affirmation identitaire (images de soi à soi et de soi à autrui) et les inférences sur les représentations des destinataires, mettant en évidence les perceptions d'un étiquetage.

Dans cette action de communication, en lien avec notre objet de recherche, il y a donc à prendre en compte au moins deux enjeux :

- un enjeu de présentation de soi, les images et les représentations de soi données à autrui, qui sont des offres de signification. Il s'agit pour les acteurs-usagers de leur propre affirmation identitaire, mais aussi d'influencer, voire de changer les représentations identitaires du destinataire.

- un enjeu de représentation d'un collectif, que nous appelons groupe d'appartenance car il est déjà repéré socialement comme tel puisque la dénomination d'usagers (*users* en anglais) est une notion opératoire dans le champ de pratique de la psychiatrie. Le fait de se reconnaître usagers est une auto-désignation qui est encadrée par un discours porté par les associations. Ces déterminants sociaux, pratiques et discours, ont des conséquences sur les représentations identitaires singulières des personnes qui se déclarent usagers. L'utilisateur, comme le soignant, énonce les savoirs et les qualités qui le fondent à représenter le collectif. Ici c'est l'expérience qui a valeur de référence. Pour certains cette expérience est même pensée comme une expertise ayant validité au même titre qu'un savoir scolaire ou professionnel. Il n'est pas à négliger à l'intérieur de ce même collectif les enjeux de place à négocier, à faire reconnaître par ses pairs.

5. Analyse du matériau.

5.1 les indicateurs de la perception/interprétation de l'étiquetage

Nous avons privilégié la recherche d'indices de la perception (et /ou de l'interprétation) d'un étiquetage social dans la construction de stratégies d'affirmation identitaire - tels que mis en scène par des patients en situation de communication à visée d'influence, mettant en tension et en corrélation des dimensions individuelles et collectives.

Les indicateurs retenus sont d'une part, les traces d'une (ré) évaluation de son expérience et de son devenir en rapport à une étiquette perçue.

- perception et interprétation de l'image donnée par autrui

- construction de la représentation de soi notamment à partir de l'image donnée par autrui (renégociation de sens)

et, d'autre part, les indicateurs de la communication à autrui sur soi, en vue de la transformations des images que se fait autrui de soi : traces d'affirmation et d'ostension identitaires visant à influencer les représentations d'un autrui, effets de brouillage du code perçu comme ayant construit une situation jugée non satisfaisante et dont les personnes espèrent la transformation.

Recherche des effets de déconstruction du sens prescrit par l'étiquetage perçu :

A - Avec « l'autre » social

B - Avec soi même

C - Avec le groupe d'appartenance

5.2 Analyse du contenu du matériau

L'analyse de contenu du discours manifeste, qui concerne ce qui est directement accessible et explicite dans le discours des acteurs, a été menée en se référant, d'une part, aux apports de la sémantique argumentative⁸ et de sémantique interprétative⁹ et, d'autre part, de ceux de Catherine Kerbrat-Orecchioni¹⁰ pour l'étude des échanges dans l'interaction. Ces approches ont été privilégiées pour rendre compte des présentations de soi des acteurs. Pour comprendre ce qu'est une situation de communication et aborder les stratégies déployées par les acteurs au cours de cette situation de communication nous nous sommes référés aux travaux de Dan Sperber et Deirdre Wilson¹¹ : modèle inférentiel de la communication, intentionnalité des locuteurs, environnements cognitifs et hypothèses mutuellement manifestes. L'analyse du contenu manifeste des discours des acteurs et le repérage des problématiques individuelles et collectives ont conduit à rechercher dans l'analyse structurale un outil heuristique plus en adéquation avec l'objet de recherche.

L'analyse structurale se réfère au travail de A. Piret, J. Nizet et E. Bourgeois¹². Elle vise à mettre à jour les manières de penser des locuteurs. Contrairement à l'analyse du contenu manifeste, il s'agit d'une analyse de second degré qui fait

⁸ Développé par Ducrot, Anscombe et leurs collaborateurs cf Olga Galatanu, *Signification, sens et construction discursive* p 25 in J.MBarbier Olga Galatanu *Signification, sens, formation* PUF, 2000

⁹ M.Pescheux et F.Rastier *Doxa et lexique en corpus pour une sémantique des idéologies*, in actes des journées scientifiques en linguistique 2002-03 J.Pouchard, F.Canon, R Cirllep PUReims 2004 N°22

¹⁰ C. Kerbrat-Orecchion *L'énonciation* Paris 1999 Armand Colin

¹¹ *La Pertinence*, Ed de Minuit, 1989

¹² Anne Piret, Jean Nizet, Etienne Bourgeois *L'analyse Structurale* De Boeck Université 1996

apparaître un sens implicite, non accessible sans un travail méthodologique, pour en dégager une structure sémantique qui lie les éléments d'un discours. Le postulat est que les éléments d'un discours ne prennent sens que dans et par les interrelations, les relations qu'ils entretiennent ensemble.

Enfin une partie de l'analyse est apparue comme un constat inattendu de la recherche. En effet, ce sont les éléments précédemment recueillis et analysés sur le discours tenu par les acteurs en situation de communication, qui ont permis de mettre en évidence que les affirmations de soi, les arguments développés par ces acteurs étaient fonction du destinataire à qui ils s'adressaient. Nous avons alors essayé de construire une typologie des discours adressés. Il s'agit de mettre en lien trois types d'adresses qui sont présentes dans le matériau :

- À la caméra

La caméra matérialise « l'autre » social : réponse aux attentes sociales supposées – ce qu'on veut montrer de soi et de la situation – face

- Dans le vague

lorsqu'on parle sans fixer – dans le vague – en l'air – ou un objet (table) on suit l'idée qu'on a dans sa tête – représentation de soi mais qui incorpore les a priori des représentations de « l'autre » - auto-justification – image que j'ai de moi

- En interactions

Travail sur identité collective - partage du sens – relation d'appartenance – recherche de soutien – de validité (reconnaissance des interlocuteurs et de soi même par les interlocuteurs)

6. Mises en évidence des stratégies d'acteurs

Elles sont construites sur l'étiquetage tel qu'il est vécu et compris par la personne étiquetée, sur la relation entretenue avec le groupe d'appartenance des personnes étiquetées et sur la relation consentie avec les représentants de l'institution.

La construction d'un contre-étiquetage dépend étroitement de la construction identitaire des personnes et de leur projet de vie¹³. Pourtant construire une stratégie identitaire de contre-étiquetage impose toujours d'établir une distance plus ou moins critique avec l'institution et un doute quant à l'explication de ce qu'on est assigné à être. Elle se construit à partir d'un choix dans les rapports entretenus d'une part avec les représentants de l'institution – ici les soignants -, d'autre part avec le groupe d'appartenance – ici les usagers.

6.1 Influencer les représentations qu'autrui a de soi.

¹³ dans le matériau de la recherche : s'en sortir et vivre sa vie pour caroline, gérer et stabiliser sa maladie pour Marc, sortir des institutions pour sortir de l'exclusion sociale pour Thierry.

Dans notre analyse, nous avons pu montrer que les personnes étiquetées donnaient à voir le contre-étiquetage comme une communication destinée à influencer, pour les transformer, les représentations qu'autrui a de soi.

« La finalité de toute énonciation est soit de confirmer ce qui est donné comme "existant" soit de le remettre en cause, de le « négocier ». Il s'agit tantôt de confirmer des sens déjà construits, de clôturer en des champs de signification attribués à des objets ou à des représentations du monde tantôt de déplacer les frontières de ces champs de signification pour en reconstruire le sens, et dans ce cas bien sûr, pour déstabiliser d'autres conceptions, d'autres représentations du monde »¹⁴.

Le contre – étiquetage est bien constitué d'énoncés de type argumentatif où les personnes étiquetées cherchent à déplacer les frontières des champs de signification et à ouvrir une brèche, semer le doute pour déstabiliser les représentations d'autrui.

Plusieurs opérateurs sont mobilisés pour attirer l'attention du destinataire et bousculer ses défenses. Dans notre matériau : l'humour (pour Marc), l'émotion (pour Caroline), des propos provocateurs pour les trois acteurs. Certains mots sont appuyés dans le ton et les gestes, répétées, des notions sont interrogées : « on est interné, on est hospitalisé », « on est là pour être remis dans les rails, sans pincette, sans faire trop attention, on est poussé violemment », « j'appelle pas ça du soin », dit Caroline. Thierry emploie le terme d'exclu et d'exclusion trois fois dans une même phrase. Quant à Marc, il dit « c'est un gros, gros handicap », « tout ça, c'est médicalisé », « n'importe qui un jour peut péter un plomb et se retrouver hospitalisé en psychiatrie ».

Dans le contre-étiquetage, les personnes étiquetées cherchent à manipuler les contextes de la situation¹⁵ pour créer du sens orienté. C'est principalement le contexte normatif, c'est-à-dire, le contexte culturel en référence aux normes et règles collectivement partagées qui est visé : l'hospitalisation décrite par Caroline n'est pas du soin ; « la maladie mentale, c'est la psychiatrie » pour Thierry ; « il est possible de passer à une psychiatrie dynamique sans psychiatre et sans soignant » selon Marc.

Enfin, nous avons été amenés à dire que le contre-étiquetage structure particulièrement les présentations de soi à autrui et toutes les situations d'ostension de soi. Se présenter marque un rapport au monde, donne à voir les aspirations de la personne et une recherche d'une valorisation de soi. Ainsi, certaines formes de présentation de soi peuvent être référées à des procédures de réparation de l'image qu'on a de soi. Dans notre matériau, si les trois acteurs font le choix de se présenter dans un rapport à la psychiatrie, elle apparaît comme toute leur vie, c'est pour se légitimer, par la longueur et la qualité de leur expérience, comme usagers et plus encore ici comme porte parole du groupe. Seul Marc enrichit sa présentation de lui-

¹⁴ Georges VIGNAUX *Penser & Organiser. Le démon du classement*, Paris, Seuil, 1999.

¹⁵ Mucchielli, A. *L'art d'influencer* Armand Colin 2000

même par une référence à sa fonction de père de famille. La présentation de soi est donc construite dans un objectif d'influencer les représentations d'autrui en affirmant sa légitimité à le faire. D'emblée, la personne se présente dans le lieu de l'autre, l'étiqueteur. Au même titre que cet autre, la personne étiquetée revendique un savoir par expérience, les codes sont partagés. La valorisation de soi va alors se jouer sur la capacité à maîtriser ces codes, tout en se démarquant par une analyse critique des systèmes institués. Plutôt que des procédures de réparation de l'image de soi, nous voyons des mécanismes de défenses se mettre en place¹⁶. Les mécanismes de défense visent à protéger le moi en cas d'affects désagréables ou douloureux, ce sont des processus de régulation visant à restaurer un équilibre psychique.

L'utilisation de l'émotion (par Caroline), l'humour lorsqu'il s'applique à soi même (Marc), le cantonnement de Thierry dans un mode d'interaction interrogatif, le déni de l'événement initial qui l'a conduit en psychiatrie peuvent être vus comme autant de mécanismes de défense. Ces mécanismes de défense donnent aux sujets la possibilité de diminuer leur anxiété, de se distancier de la menace perçue et d'augmenter leur estime de soi. Ces mécanismes de défense renforcent l'interprétation de la chercheuse qui fait du processus étiquetage/contre étiquetage la composante d'une dynamique identitaire vécue comme une crise.

6.2 Stratégies envers le groupe d'appartenance

Les personnes étiquetées doivent se positionner à propos du groupe auquel ils sont assimilés, ici les usagers, tout en contrôlant collectivement l'image qu'ils en donnent. Pour tous, il y a un intérêt personnel à conserver une bonne image de soi et un intérêt social à lutter contre la discrimination dont est victime le groupe auxquels ils appartiennent.

Ainsi, nous avons pu observer plusieurs stratégies développées par ces acteurs :

- se comparer à son groupe d'appartenance, victime de stigmatisation, pour s'en démarquer, totalement ou d'une partie, et ainsi garder une bonne estime de soi. C'est la stratégie de Marc qui contrôle toujours par le regard les réactions de Caroline (son vis-à-vis visuel) lorsqu'il parle des malades collectivement.

- Celle qui consiste pour parler de la stigmatisation de son groupe d'appartenance à adopter un point de vue intergroupe, c'est à dire ici de montrer la responsabilité des soignants et de la société, via l'institution psychiatrique, dans les difficultés des personnes malades. C'est le choix de Caroline qui se montre solidaire du groupe et critique quant aux soignants pour se construire une image de soi comme autonome.

¹⁶ S, Ionescu ; M,M Jacquet, C, Lhote, *Les mécanismes de défense: théorie et clinique.* Nathan 2001

- Celle qui consiste à s'assimiler totalement au groupe d'appartenance et à construire une image de soi revendicatrice face aux soignants. C'est le choix de Thierry. Pourtant, il ne va pas jusqu'à considérer ce groupe comme capable de s'émanciper de la définition sociale données à ces catégories (Handicapés, exclus, usagers, patients) en revendiquant une culture commune¹⁷.

Marc fait le constat d'une autre psychiatrie possible « *plus dynamique* » reposant sur la « *reprise des initiatives, les envies et le plaisir à vivre* ». Il s'interroge sur ce qu'est que la maladie mentale : « *Avant les individus allaient très bien* ». « *A l'origine un choc quelconque, une adolescence difficile* ».

Caroline s'interroge sur ce qu'on définit comme folie, « *les fous ne sont pas ceux qu'on croit* », et ressent l'intervention des soignants comme une mise aux normes morales : « *il y a cette impression d'avoir fait quelque chose, l'impression d'avoir commis une faute* ».

Thierry déclare que « *la psychiatrie rend malade* », et que c'est sa manière d'être qui est sanctionnée « *parce que vous êtes ceci cela vous avez une allocation adulte handicapé* ».

Conclusion.

L'Etiquetage est pour celui qui étiquette comme pour le sujet étiqueté¹⁸ à la fois, une règle de compréhension de l'autre ou de soi, un processus d'affiliation conditionnant la possibilité de prendre part de façon adéquate aux échanges et une expérience pratique qui conditionne un pouvoir agir (savoir pratique).

L'étiquetage renvoie à un marquage social (règle d'assignation dans un rapport social), à une assignation de l'individu à une catégorie : réduction de soi à un groupe. Le Contre – étiquetage consiste à proposer une interprétation de la situation permettant de développer des stratégies identitaires - essentiellement des offres de sens pour soi (la présentation que l'on fait de soi – ostention –) et dans les offres de significations de soi proposées à autrui dans la communication.

Cette dynamique identitaire en tension pourrait être caractéristique de ce qui est vécu par les acteurs comme une crise identitaire, une rupture dans l'impression d'unicité et de continuité des images de soi dans ce qui est appelé identité personnelle et sociale. L'étiquetage et le contre étiquetage sont construits dans un même registre culturel de significations, aussi la confrontation inégale entre les représentations de soi avec les représentations d'autrui, instituées et socialement reconnues à travers des discours savants, ne permet qu'un schéma d'opposition

17 Les personnes sourdes développent cette idée d'un peuple sourd avec une langue et une culture commune. Voir Armand Pelletier in A. Pelletier ; Y. Delaporte Moi, Armand, sourd et muet, Paris, Terre Humaine PLON 2002

18 voir E.Goffman in stigmaté, Edition de minuit, Paris 1989 : le stigmatisé connaît les 2 rôles.

binaire, inscrivant cette confrontation dans une lutte pour la reconnaissance. La sortie de la crise identitaire nécessite la sortie de ce référentiel commun. En optant pour un référentiel autre, en somme une *épistémé* différente, pour légitimer une nouvelle définition de soi, les personnes étiquetées peuvent échapper à la confrontation. Par exemple sortir du modèle médical, positiviste, de la maladie pour une approche psycho-sociale de la santé met en doute la définition des diagnostics et des savoirs sur autrui produit par l'institution. La mise en doute de ce référentiel est, de façon plus ou moins marquée, un point commun repérable dans le discours et les attitudes des usagers analysés dans notre matériau.

La fonction de l'étiquetage est donc bien une règle d'organisation des rapports sociaux. Peut-on échapper à l'étiquetage ? Sans doute pas, ce qui renvoie chacun à ses propres stratégies, voire à la nécessité de construire son identité comme un contre-étiquetage et valide notre recherche de mieux comprendre ces dynamiques identitaires pour les accompagner et/ou les soutenir, notamment dans le champ de pratiques de l'intervention auprès des personnes (éducation, formation, santé et social). Reste la question du stigmatisme qui, à notre sens, relève d'une autre fonction sociale et qui doit se lire dans les rapports de force entre groupes sociaux et les enjeux des rapports de place.

Bibliographie indicative

- Barbier, J.M. ; Galatanu, O. (2000) Signification, sens, formation. Paris : PUF
- Barbier, J.M. ; Durand, M. (dir), (2006) Sujets/activités/environnements-Approches transverses. Paris : PUF
- Becker, H S. (1985), Outsiders. Études de sociologie de la déviance. Paris : Métailié
- Sperber, D. et Wilson, D. (1989) La Pertinenc. Paris : Ed de Minuit
- Goffman, E. (1989) Stigmatisme, les usages sociaux des handicaps Paris : Ed de Minuit.
- Goffman, E. (1974) Les rites d'interaction. Paris : Ed de Minuit.
- Goffman, E. (1991) les cadres de l'expérience Paris : Ed de Minuit.
- Merton Social R.K (1965) Éléments de théorie et de méthode sociologique.Paris : Plon