



**HAL**  
open science

## Comment les individus évaluent l'engagement pour une cause légitime ?

Clarisse Vermes

### ► To cite this version:

Clarisse Vermes. Comment les individus évaluent l'engagement pour une cause légitime?: Méthode d'enquête pour approcher les jugements sur la légitimité d'une action. Colloque Science & You 2015 - Journées Hubert Curien, Université de Lorraine, Jun 2015, Nancy, France. hal-01337985

**HAL Id: hal-01337985**

**<https://hal.science/hal-01337985>**

Submitted on 27 Jun 2016

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

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

COMMENT LES INDIVIDUS ÉVALUENT L'ENGAGEMENT POUR UNE CAUSE LÉGITIME ? :  
MÉTHODE D'ENQUÊTE POUR APPROCHER LES JUGEMENTS SUR LA LÉGITIMITÉ D'UNE ACTION.

**Clarisse Vermes**

Université Paul Valéry Montpellier III

MRM (Montpellier Recherche en Management), Laboratoire CoRHIS (Communication  
- Ressources Humaines - Intervention Sociale)

[clarisse.vermes@univ-montp3.fr](mailto:clarisse.vermes@univ-montp3.fr),

**Actes des sessions du colloque Science & You 2015 - Journées Hubert Curien, du 2  
au 5 juin Nancy, France.**

Sessions 13 : Définitions et modèles de la communication des sciences. Jeudi 4 juin de  
14h30 à 16h

Résumé :

Cette communication montre comment a été opérationnalisée la théorie des Economies de la grandeur (Boltanski et Thévenot, 1991) pour étudier comment les individus jugent de la légitimité d'une action. Cette approche méthodologique serait, selon nous, adaptée à l'étude quantitative des liens entre jugements de la légitimité d'une situation, et engagements dans l'action.

Enquête, collecte de données, étude quantitative, Economie de la grandeur, méthode des scénarios

HOW INDIVIDUALS EVALUATE THE COMMITMENT TO A JUST CAUSE? : METHODOLOGY FOR  
APPROACHING JUDGMENTS ABOUT THE LEGITIMACY OF AN ACTION.

Abstract :

This communication shows how operationalizing the theory of Economies of Worth (Boltanski and Thevenot, 1991) to study how people judge the legitimacy of an action. This methodological approach would, in our view, be appropriate to the quantitative study of the relationship between judgments of the legitimacy of a situation, and commitments into action.

Keywords :

Survey, data collection, quantitative analysis, Economies of Worth, scenario method

## COMMENT LES INDIVIDUS ÉVALUENT L'ENGAGEMENT POUR UNE CAUSE LÉGITIME ? : MÉTHODE D'ENQUÊTE POUR APPROCHER LES JUGEMENTS SUR LA LÉGITIMITÉ D'UNE ACTION.

### Introduction

La capacité de jugement critique des individus leur sert à différencier les actions légitimes des actions illégitimes, les leurs, et celles des autres. Boltanski et Thevenot (1991) ont conceptualisé cette compétence critique dans leur théorie des « Economies de la grandeur ». Celle-ci a été utilisée dans le cadre d'une approche compréhensive systémique d'ordre sociologique (Barthe et al. 2014). Mais aucun chercheur, à notre connaissance, n'a entrepris de l'utiliser pour réaliser des études quantitatives sur les modalités de jugement de la légitimité d'une action.

Mieux connaître le jugement critique des personnes est important pour développer des connaissances actionnables sur l'engagement de ces personnes confrontées à une action ou à un message qui a pour objectif de les mobiliser. Un jugement positif serait le médiateur de leur engagement ; un jugement négatif pourrait, quant à lui, expliquer les comportements de désengagement observables.

Nous présentons ici une méthodologie utilisée pour étudier des jugements de valeur portés par des personnes sur des situations. Grâce à la méthode des scénarios nous proposons d'opérationnaliser la théorie des Economies de la grandeur afin de rendre possible l'usage de celle-ci sous la forme de questionnaires auto-administrés. Ceci nous a permis de quantifier et qualifier une population d'individus selon leurs jugements critiques de la légitimité d'une action.

Si, cet article s'adresse aux chercheurs travaillant sur les comportements d'engagement ou de désengagement et à ceux intéressés par l'évaluation des décisions éthiques et morales, il intéressera également les praticiens désireux d'influer sur l'engagement des personnes en faveur d'une cause ou d'un projet : professionnels de la médiation scientifique et technique, communicants, politiques, etc.

### Cadre conceptuel

Selon la théorie des **Economies de la grandeur** les personnes jugent des actions, les leurs et celles des autres, en se référant à différents **Mondes** qui sont autant de cadres de référence partagés autour d'un bien commun. Boltanski et Thévenot (1991) ont identifié 6 Mondes en analysant des œuvres classiques de philosophie politique. Leur travail sociologique de théorisation les a conduits à émettre l'hypothèse que ces différents Mondes/cadre sont régis par un ensemble de règles organisé autour d'une même Grammaire générale : le **Modèle des Cités**. Ce modèle permet d'organiser les différents Mondes en désignant ses actants (<êtres> et <objets>), ainsi qu'un certain nombre de processus (<épreuves>, <investissement>, <figure harmonieuse>, etc.) permettant d'affecter aux <êtres> et <objets> un état de grandeur (<grand> ou <petit>). Boltanski et Thevenot ont ensuite montré que chacun des Mondes pouvait être identifié dans la vie courante par des termes univoques associés à une unique **Cité**, construite sur le Modèle des Cités, avec actants, processus et états de grandeurs. Plus tard, un nouveau binôme Monde/Cité a été proposé par Boltanski et Chiapello (1999).

3 propriétés découlent de cette construction conceptuelle.

1 /Les Cités peuvent être évoquées sous la forme de textes permettant de désigner les référentiels mobilisés pour juger de la légitimité ou de l'illégitimité (la grandeur ou la petitesse) d'une action. Dès lors, dans la perspective d'une opérationnalisation sous forme de questionnaire, nous devons élaborer des **propositions univoques** (X est Y), qui devnt pouvoir être hiérarchisées en 3 catégories : plébiscitée (Cité mobilisée pour désigner la situation comme légitime), indifférente (Cité non mobilisée), ou rejetée (Cité rejetée pour désigner la situation comme légitime).

2/ Plusieurs Mondes/Cités peuvent être **mobilisés simultanément** pour juger la légitimité d'une action, soit sous la forme d'un « arrangement » (association ponctuelle), soit sous celle d'un « compromis » (association stable). Ainsi, les personnes interrogées devront pouvoir choisir plusieurs propositions univoques parmi celles qui leur seront proposées.

3/ Le nombre de Cités n'est **pas limité**. Outre les 7 proposées, plusieurs autres Cités ont été envisagées comme la Cité hygiénique, la Cité de la puissance (Boltanski et Thévenot, 1991) ainsi que la « Cité verte » (Lafaye et Thévenot, 1993). Nathalie Heinich (1996) propose elle aussi une « pluralité de registres de valeurs » pour justifier les rejets de l'art contemporain. Ceux-ci semblent convoquer les régimes d'engagement du familial (les justifications intimes) et en plan (les justifications stratégiques), en plus du régime d'engagement public (Thévenot, 2009) qui nous intéresse ici. Pour opérationnaliser les Economies de la grandeur, il nous faudra donc identifier sur le terrain les registres de jugement utilisés, et, parmi ceux-ci, retenir ceux pouvant être qualifiés de « Cités » et appelant une justification publique.

### **Opérationnalisation par la méthode des scénarios**

Pour opérationnaliser les Economies de la grandeur, nous avons associé des propositions univoques, correspondant chacune à une Cité, à des situations *ad hoc*, ancrées dans un terrain. Ainsi nous avons défini des « Jeux de rôle » de type *constant-variable-value vignettes* ou CVVV (Cavanagh et Fritzsche, 1985) pouvant être soumis à des experts de notre terrain d'étude.

### **Elaboration des propositions univoques dans un terrain**

Au vu des résultats de notre pré-étude destinée à identifier les référentiels de jugement présents sur le terrain, nous avons du émettre l'hypothèse de l'existence de 2 nouvelles Cités. Ces hypothèses de Cités ont été dument étayées, elles pourront être néanmoins éventuellement réévaluées, au vu de nouveaux arguments, comme un compromis entre les Cités déjà décrites. En effet, un compromis est un référentiel de jugement stable, assimilable à une Cité pour les personnes interrogées. Dès lors infirmer ces 2 Cités n'aurait pas de conséquence sur notre construction méthodologique et sur les modes d'analyses en découlant.

A partir de l'échantillonnage des 9 Cités retenues, effectué sur le terrain lors notre pré-étude nous avons identifié les termes évoquant chacune des Cités de façon univoque. Les termes ambivalents ou polysémiques, susceptibles d'évoquer des Cités différentes selon les individus interrogés, ont été écartés.

Ces termes identifiés ont été utilisés pour construire les 9 propositions associées à chacune des différentes « situations *ad hoc* ».

### **Elaborations des situations *ad hoc***

Pour situer notre enquête dans le régime d'engagement public nous avons précisé aux répondants qu'ils n'étaient pas sollicités en tant qu'expert, mais en tant que

'Monsieur/Madame tout le monde' pour donner leur avis 'en général' sur les situations présentées.

Les situations à proprement dit ont été constituées à partir d'actions, d'acteurs et de dispositifs identifiés lors d'une pré-enquête de terrain afin d'évoquer un vécu, des normes d'actions, des rhétoriques partagées par des experts sur le terrain. Pour notre part, nous avons retenu comme fil rouge l'élaboration en 8 étapes d'un accord entre organisations, impliquant des acteurs (porteur de projet, dirigeant, salarié, etc.), et des dispositifs (événements, rapports, contrats, etc.).

Cet ancrage sur le terrain ainsi que le cadre conceptuel des Economies de la grandeur nous a permis de limiter les 4 différents biais identifiés par Wason, Polonsky et Hyman, (2002) dans les CVVV utilisés pour les recherches sur les décisions éthiques : biais de « Projections non contrôlées » (*Uncontrolled Respondent Projections*, Randall et Gibson, 1990) ; biais de « Non accès à la profondeur de l'évaluation » de la situation (*Evaluation Process Unmeasured*, Hyman et Steiner, 1996) ; « Biais de complétude » (*Demand Artifacts*, Skipper and Hyman, 1993) et biais de désirabilité sociale (*Social Desirability Bias*, Crowne et Marlowe, 1960)

Pour constituer notre population d'experts à même d'évaluer les situations du terrain, nous avons choisi un générateur de noms boule de neige à partir d'une population initiale d'experts identifiés par nous lors de notre pré-enquête comme étant à même de juger la légitimité des situations proposées (sur notre terrain ; les étapes de l'élaboration d'un accord).

L'analyse du réseau de experts a montré que le recrutement par générateur de noms boule de neige pouvait créer un « Biais de recommandation », identifié par nous comme la tendance à recommander des individus ayant un même jugement de la situation (Vermes, 2014 p. 340-349). Pour notre part, ce biais a été contenu par la constitution d'un échantillon initial important (29 individus) présentant toute la palette des profils de jugements identifiés sur notre terrain.

## **Discussion**

La méthodologie d'enquête, présentée ici, opérationnalisant, sous forme de questionnaire auto-administré la théorie des économies de la grandeur, apporte une contribution originale à la mesure des jugements publics portés sur la légitimité et l'illégitimité, des actions.

Son ancrage dans le terrain et son cadre conceptuel la rendent peu sensible aux biais identifiés chez les CVVV. Sa présentation sous forme de courts jeux de rôle, avec échelle de Likert cliquable, en fait un outil idéal pour des enquêtes auto-administrées classiques, ou proposées sous forme de *gaming*.

Les données issues des jeux de rôle peuvent être analysées par tri à plat pour déterminer la (ou les) Cité(s) plébiscitée(s) par les répondants. Des analyses complémentaires, que nous avons menées, ont, en outre, permis d'identifier, chez les experts de notre terrain d'étude, quelles étaient les Cités en compromis (par Analyse en Composante Principale), d'identifier des catégories de jugement (par Classification Hiérarchique Ascendante) et de décrire différents profils types d'engagement (par Analyse Factorielle des Correspondances).

Le développement d'échelles, validées sur de plus larges populations, permettrait selon nous de standardiser cette méthode de collecte, facilitant ainsi l'exploitation statistique des données.

## Références

Barthe Y., de Blic D., Heurtin J.P., Lagneau E, Lemieux C., Linhardt D., Moreau de Bellaing C., Rémy C., Trom D. (1993) « Sociologie pragmatique : mode d'emploi », *Politix* 3, 103, 175-204.

Boltanski L. et Chiapello E. (1999), *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris : Gallimard.

Boltanski L. et Thévenot L. (1991), *De la justification. Les Economies de la grandeur*, Paris: Gallimard.

Cavanagh S. et Fritzsche D. (1985), « Using Vignettes in Business Ethics Research », in *Research in Corporate Social Performance and Policy : A Research Annual*, Greenwich: Lee E. Preston, 279-293.

Crowne D. et Marlowe D. (1960), « A new scale of social desirability independent of psychopathology », *Journal of Consulting Psychology*, 24, 4, 349-354.

Heinich, N. (1996) « L'art contemporain exposé aux rejets : contribution à une sociologie des valeurs », *Hermès*, 20, 193-204.

Hyman, M. R. et Steiner, S. D. (1996) « The Vignette Method in Business Research: Current Uses, Limitations and Recommendations », in : Stuart, E. W., Ortinau, D. J., Moore, E. M. (Ed.), *Marketing: Moving Toward the 21st Century*. Rock Hill, SC, Winthrop University School of Business Administration, 261-265.

Lafaye C. et Thévenot L. (1993) « Une justification écologique ? Conflits dans l'aménagement de la nature », *Revue Française de Sociologie*, 24 (4), 495-524.

Randall, D. M. et Gibson, A. M. (1990) « Methodology in Business Ethics Research: A Review and Critical Assessment », *Journal of Business Ethics*, 9 (6), 457-471.

Skipper, R. et Hyman, M. R. (1993) « On Measuring Ethical Judgments », *Journal of Business Ethics*, 12 (7), 535-545.

Thévenot L. (2009), « Biens et réalités de la vie en société. Disposition et composition d'engagements au pluriel. », in Breviglieri M. Lafaye C. et Trom D., *Compétences critiques et sens de la justice*, Colloque de Cerisy, Paris : Economica, Coll. Etudes sociologiques, 36-54.

Vermès, C. (2014), *Fundraising : un accord entre deux Mondes - Modélisation de la construction d'un accord entre organisations mécènes et organisations d'intérêt général*, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, sous la direction de J.M. Plane et N. Moureau, Université Paul Valéry – Montpellier III.

Wason, K., Polonsky, M. et Hyman, M. (2002) « Designing Vignette Studies in Marketing », *Australasian Marketing Journal*, 10 (3), 41-58.