

L'IDENTITÉ EN ENTREPRISE

PAR

Renaud SAINSAULIEU

*Professeur à l'Institut d'Etudes Politiques de Paris
Directeur du Laboratoire de Sociologie du changement des institutions (LSCI), CNRS*

Le concept d'identité s'articule au carrefour de plusieurs disciplines : la psychologie, l'anthropologie, la sociologie et les sciences politiques, puisqu'il pose le problème de la construction sociale du sujet individuel par les divers processus de reconnaissance qu'il peut recevoir de ses proches, des ses milieux d'appartenance, de forces collectives porteuses d'avenir et des traditions profondément ancrées dans une culture. Une société ne peut en effet survivre si les individus ne trouvent le moyen de s'y repérer par rapport aux autres, afin d'établir des solidarités et des complémentarités indispensables à la vie en collectivité. Mais de leur côté personnel, les individus ne peuvent se définir comme sujet de leur action que s'ils retirent de leurs expériences les supports de cohésion sociale suffisants pour construire une cohérence psychique entre leur passé, leurs actions présentes et leurs projets d'avenir.

On voit ainsi combien l'identité de ses membres est un grave problème pour toute société, je dirais volontiers une dimension profondément constitutive de toute société qui ne peut exister si ses membres ne se sentent pas y appartenir ; pas plus qu'elle ne peut agir si ses représentants officiels ne savent pas sur qui compter pour payer l'impôt, partager les charges de solidarité économique et sociale ou se poster aux frontières en cas de danger. On sait trop l'importance sociale des cartes d'identité, de travail, de séjour, et à présent des cartes bancaires, ou des quittances de loyer pour ceux qui en sont privés, pour ne pas accorder d'importance aux processus sociaux qui conduisent à l'obtention de ces précieux repères qui confèrent des droits, mais aussi des formes de dignité humaines fondamentales.

I - L'IDENTITÉ COMME QUESTION SOCIALE

Mais au delà de ces signes de citoyenneté civile et sociale clairement définis, il se trouve que dans nos sociétés de mouvements collectifs et de différenciation individuelle la question du procès de subjectivation ne cesse de se poser au procès de rationalisation de la modernité dont parle Alain Touraine (*Critique de la modernité*). Il ne suffit pas d'être citoyen formellement reconnu, encore faut-il se reconnaître et se faire admettre comme acteur d'œuvres dans une grande complexité de situations et de ruptures de liens sociaux traditionnels. L'identité au travail (R. Sainsaulieu) n'est pas qu'une question de définition par l'expérience professionnelle, il s'agit aussi d'un processus de différenciation que les individus rencontrent comme un constant travail fondateur de leur cohérence personnelle. Par le travail certes, puisque nous y consacrons tant de temps de la vie vigile, mais aussi "au travail" dans toute situation de relations durables, l'identité constitue l'objet même de la socialisation.

Longtemps perçue comme l'inculcation de valeurs, statuts et normes par les institutions traditionnelles de la socialisation primaire : famille, religion, école, la socialisation a été vue par les sociologues comme le moyen de reproduire les fonctionnements d'une société fermement installée sur la pertinence de ses institutions. L'identité était comprise dans cette perspective culturaliste comme la résultante du bon fonctionnement des institutions de base pour construire la société rurale républicaine et laïque dont parle Henri Mendras.

Mais, depuis que la société industrielle a envahi le paysage et s'est muée en société de consommation et d'organisation, depuis que les heures de travail ont absorbé la majeure partie des moments d'activité des individus, l'identité a dû se colorer des conséquences sociales de la pratique professionnelle, au point que de nos jours perdre son travail, entraîne quasi automatiquement une forte crise identitaire chez les chômeurs, leurs enfants et leurs conjoints.

La question de la socialisation se pose ainsi à frais nouveaux. Il ne suffit pas d'avoir passé le bac, d'être marié et d'avoir un logement, encore faut-il pouvoir trouver une forme quelconque de définition identitaire par et dans le travail sous peine de ne plus savoir ce que l'on vaut et qui l'on est.

La socialisation par le travail devient ainsi une question cruciale de société, au moment même où le nombre et la durée des emplois ne cessent de s'amenuiser au cœur des sociétés occidentales. Le déficit d'identité ne cesse d'augmenter avec les multiples drames de l'exclusion que vivent des catégories de citoyens, chômeurs, menacés de licenciement et de préretraite, affrontés à la précarité, ou tout simplement rejetés de l'insertion par un travail devenu peau de chagrin, pour les jeunes voués à l'ANPE, aux CES et aux petits boulots, ou à la délinquance criminelle.

Les entreprises contemporaines sont ainsi confrontées à de multiples problèmes de peur et de démobilitation des anciens comme des jeunes, tenaillés par l'angoisse du chômage, troublés par le décalage entre la sursélection des

diplômes et l'insuffisance d'autonomie, perdus face aux difficultés d'insertion de jeunes, d'handicapés, de CES ou de travailleurs immigrés en mal d'intégration sociale. Le fardeau de la socialisation ne se pose plus comme au temps du paternalisme communautaire, ou comme dans le contexte des luttes de classes soutenues par la mobilisation syndicale. Le management des entreprises doit faire face aux injonctions contradictoires en provenance, d'une part des dirigeants manœuvrant sur la scène du marché et des stratégies financières, et d'autre part des bases professionnelles ou de qualifiés en quête de reconnaissance de solidarité et de sécurité.

Former de l'identité chez ses membres devient un impératif de socialisation nécessaire au développement, mais comment penser un développement de crise intrinsèquement lié à cette crise de socialisation que découvrent nos sociétés dites avancées au sortir de la croissance industrielle ? Depuis longtemps, M. Crozier a proposé de rechercher le secret du développement des entreprises dans une explicitation de jeux d'acteurs concrets pour y découvrir des ressources libres, des capacités d'engagement de négociation, des modalités d'alliances stratégiques inexploitées. Mais comment mettre en œuvre de tels programmes, si la démotivation, l'angoisse et la peur atrophient jusqu'au désir, jusqu'à l'envie d'agir et de prendre des risques ? Comment motiver si la reconnaissance ne suit pas, si les formes classiques d'organisation continuent de restreindre à quelques grades et secteurs limités d'experts, le champ du droit à la pensée, à l'initiative et à la récompense des risques pris ?

Il devient urgent que les entreprises chargées d'un tel fardeau de la socialisation, quittent les trop simples voies de la conversion collective aux valeurs d'une culture d'entreprise prétendument communautaire, pour s'interroger sur les voies réelles d'accès à l'identité qui dépendent de leur fonctionnement propre certes, mais aussi des divers environnements sociaux et locaux de leurs membres. Sans pouvoir taire l'impératif de socialisation comme aux beaux temps du taylorisme, les entreprises ne peuvent tout de même pas résorber à elles seules le drame contemporain de la socialisation. Les sciences sociales et particulièrement la sociologie dont l'objet est la compréhension des dynamiques de cohésion sociale, peuvent ici aider la vie des entreprises en élucidant les voies concrètes de la production sociale d'identité qui dépendent d'elles, et celles qui renvoient à d'autres sphères sociales de l'activité. C'est en procédant à ce type de diagnostic sur les régulations identitaires qui sont liées au travail, que les entreprises pourront refonder une légitimité aux yeux de leurs personnels et retrouver alors les voies de l'action collective de production.

C'est ainsi que l'identité est récemment devenue une question sociale et non pas seulement un trouble psychique, un problème de politique migratoire ou un attribut culturel. Plus la société gagne en capacité d'individualisation et de différenciation de ses membres, plus les processus sociaux de la reconnaissance des individus se complexifient et questionnent les grandes régulations institutionnelles. Et plus la société libérale s'affronte à la réalité du marché-monde, plus l'entreprise se trouve chargée de la réponse à cette nouvelle ques-

tion sociale : comment fonder la dynamique économique sur une capacité d'implication d'individus en quête des moyens sociaux de leur identité.

II - L'IDENTITÉ COMME QUESTION CONCEPTUELLE

Depuis que la sociologie s'est intéressée aux relations sociales de travail, en France cela remonte à Georges Friedman, enseignant "*les problèmes humains du machinisme industriel*" au début des années 50 et faisant déjà le constat des effets de monotonie pathologique "*du travail en miettes*", la question de l'identité n'a cessé de se poser comme le moteur puissant d'un approfondissement conceptuel. Revenons brièvement sur cette histoire de recherches théoriques car l'entreprise contemporaine doit y puiser une intelligence supplémentaire pour comprendre la question contemporaine de l'identité dans la production.

En quarante années de recherches nombreuses sur les domaines du travail, des organisations, des relations professionnelles et de l'entreprise, la sociologie s'est trouvée confrontée à l'exploration de trois filons d'approfondissement conceptuel : l'identité d'action collective, l'identité de stratégie, l'identité clinique. A chacune de ces approches correspondent des figures emblématiques de la réussite sociale par le travail qui continuent d'agir sur les représentations et la culture constitutive de la qualité de société.

A) *L'identité d'action collective*

Au cours des années 60, les sociologues du travail, A. Touraine, D. Mothe, S. Mallet et J.D. Reynaud, observent que la lutte des classes visant à promouvoir deux conceptions rivales de la modernité, celle de l'Ouest et celle de l'Est, a besoin d'acteurs sociaux. Le syndicalisme, plus que le parti, exprime cette lutte au sein de l'entreprise, les militants impulsent le combat et la dignité des individus résulte de leur capacité à s'opposer et à soutenir leur position dans le conflit social : à patron de choc, syndicaliste combatif. A. Touraine théorise alors la formation des identités collectives dans le célèbre schéma IOT : identité, opposition, totalité, qui continuera de lui servir dans l'analyse ultérieure des mouvements sociaux. La question conceptuelle de l'identité porte alors sur une difficile articulation de la force collective avec le sens de l'histoire, le projet global, à produire. L'identité de classe théoriquement définie par la conscience commune d'être exploité au travail, et menant à une vision lointaine de société sans classe, se trouve ainsi argumentée par une lecture plus réaliste de la totalité, du monde réel à transformer par le conflit social, qui résulte largement de la conscience explicite des capacités de mobilisation, de négociation et d'opposition d'un groupe social concret.

Cette identité, définie par une capacité de résistance collective, est plus tard reprise et approfondie par D. Segrestin montrant comment la défense des identités professionnelles révèle, en fin de compte, l'attachement à une totalité

déjà là, celle du métier et de la communauté professionnelle, qui confère sens, valeur et solidarité à l'existence sociale des gens de métier. Au cœur d'un conflit social à dimension professionnelle comme celui des mineurs, des ouvriers du livre, des pilotes de l'air, des infirmiers, etc. s'affirme l'attachement à une identité collective comme dimension fondatrice de reproduction d'une société à laquelle on tient. Au cœur même de l'avenir il y a donc l'identité collective construite et déjà validée par l'histoire. La modernité ne peut se construire qu'en s'appuyant sur les forces et les cultures de la tradition.

B) L'identité de stratégie

La croissance des organisations s'est construite par l'action informelle des stratégies constituant les efforts nécessaires d'acteurs pour améliorer la rationalisation du travail par la négociation sur la reconnaissance de leurs intérêts. Tel est le message sociologique de M. Crozier et de son école de sociologie des organisations qui pose le problème théorique de l'identité de cet acteur stratégique constamment capable de modifier ses investissements en fonction du jeu des forces en présence. Les travaux de recherche que j'ai pu effectuer au sein même de cette école m'ont conduit à découvrir que cette capacité d'action stratégique n'était pas donnée à tout le monde. Au delà des acquis relationnels et culturels liés à l'origine sociale, cette capacité stratégique dépendait en fait de l'expérience même des positions de pouvoir au sein des organisations. Bien que de milieux sociaux et de grades différents, les acteurs stratégiques se trouvaient portés par une expérience de relations interpersonnelles et collectives particulièrement riche que des cadres d'encadrement, mais aussi nombre d'ouvriers professionnels, tiraient de leurs positions d'experts et de pouvoirs liées aux communications et à l'interprétation des règles de travail. Cette identité commune de négociation les rendaient capables d'intervenir fortement dans les orientations de la vie de l'entreprise, alors que d'autres plus contraints, comme les OS et les employés de base, ne pouvaient guère bénéficier que d'identités fusionnelles ou de position de retrait en matière d'implication au travail. Bref, la croissance des organisations a reposé sur une forte différence de capacité relationnelle apprise au sein même des entreprises et conduisant à de fortes inégalités d'accès à l'identité par le travail.

L'apport théorique de cette expérience sociale de la stratégie provient en fait largement des travaux de psycho-sociologues (C. Rogers, E. Enriquez, K. Lewin, J. Maisonneuve...) présentés en France par l'école de l'ARIP, centrés sur la dynamique socio-psychologique des groupes. L'observation attentive de ces phénomènes de relations groupales montrent en effet combien les individus sont vulnérables et confortés par les phénomènes d'échange, de transfert, de conflit qui s'expriment intensément dans ces laboratoires de vie collective. Transposée à l'expérience quotidienne des rapports de pouvoir en organisation, une telle problématique de l'individu psycho-social s'est révélée riche d'enseignement (R. Sainsaulieu) car la distribution inégalitaire des relations de pouvoir a pu fonder l'importance d'une dynamique de façonnement identitaire au travail. Comme acteurs de la rationalisation, les individus jouent plus

que la poursuite de leurs objectifs, ils y gagnent aussi plus ou moins d'opportunités pour faire reconnaître la qualité de leurs interventions et par conséquent la force de leur histoire et de leurs désirs dans les échanges quotidiens.

C) L'identité clinique

Par ce terme on désigne une autre qualité d'expérience sociale fondatrice de l'individu observée tout au long de la croissance des organisations : il s'agit de ce qui se passe pour l'individu porté par les courants de promotion professionnelle et sociale. Avec la croissance, il est possible de suivre un chemin ascendant à la condition de quitter ses pairs et son groupe social d'origine. Il en résulte une capacité personnelle de relation psycho-affective centrée sur le désir de reconnaissance, la quête de supports personnalisés et l'attention portée aux problèmes d'identité personnelle qu'engendrent tous ces mouvements et toutes ces ruptures. Une identité "affinitaire" caractéristique d'un acteur de soi et non plus du monde à venir ou de la défense de son territoire, exprime ainsi les logiques collectives d'ouvriers, employés, techniciens et cadres auto-didactes qui ont dû vivre la double aventure des évolutions du travail et des changements sociaux qui en ont résulté dans leur vie. La figure emblématique de cette expérience sociale de l'identité personnelle est sans doute celle du technicien en quête de montée sociale et déjà en provenance de milieux "inférieurs". Une autre figure de ce type identitaire est celle du stagiaire de formation continue, qui négocie en fait son évolution et sa transformation personnelle dans l'expérience des stages et des moments d'étude qui nécessairement accompagneront sa croissance.

Cette autre lecture de l'identité, perçue par R. Sainsaulieu dans les années 70, a trouvé dans les travaux de C. Dubar une légitimation théorique supplémentaire, en ce sens que l'attention portée par lui aux parcours de mobilité professionnelle et aux expériences de formation a bien montré comment les individus, animés par toutes ces mobilités, devaient constamment redéfinir leurs orientations en fonction d'un double calcul : une transaction de soi avec les autres qui vous reçoivent ou vous rejettent, et une transaction avec sa propre histoire qui confirme ou infirme le chemin parcouru. Les images sociales d'individus, bloqués, hors jeux, indépendants dépendent de ces confrontations identitaires de parcours de mobilité. Plus que le pouvoir, c'est ici l'entreprise comme source de reconnaissance et de mobilité qui est valorisée par la qualité de socialisation intégratrice de parcours variés qu'elle permet de réaliser.

Trois modèles théoriques de la compréhension de l'identité au travail résultent donc de cette histoire sociale déjà longue. En entreprise, les individus peuvent accéder à l'identité par les dynamiques socio-politiques de l'opposition, par celles de la stratégie de pouvoir, et enfin par celles du parcours individualisé.

En quoi ces modèles peuvent-ils aider à comprendre les problèmes contemporains de l'identité en entreprise ?

D) L'identité en entreprise

La persistance du recours à l'entreprise comme source d'emploi, de sociabilité et de reconnaissance sociale paraît bien être le contrepoint évident d'une expansion de la société de marché. Lieu de socialisation envié pour ceux qui en sont exclus, l'entreprise peut-elle répondre à tant d'attentes sociales. Si l'entreprise, en effet, doit se définir comme un système d'action collective tourné vers la production, elle ne peut le faire qu'en trouvant les moyens de faire accéder l'ensemble de ses sujets individuels à une position d'acteurs responsables de ses investissements autant que de leurs conséquences sur le produit commun. A bien y réfléchir, les efforts de gestion des ressources humaines ont été dans ce sens puisqu'ils visaient plus d'information, de motivation, d'orientation, de formation, d'expression et d'appréciation personnalisée pour l'ensemble des salariés, et particulièrement pour ceux de la base. Dans le même mouvement, la GRH prétendait situer l'individu sur toutes sortes de scènes d'actions collectives pour le socialiser à la mobilisation et à l'esprit communautaire. Cercles de qualité, groupes d'expression, cycles de formation, assemblée d'information, projets de service, zones de progrès, etc. ont fourni les cadres divers d'une même réalité sociologique de l'acteur transformé en collectif de ressources individuelles démultipliées par leur confrontation en face à face. En théorie nous sommes ici loin du modèle bureaucratique de fuite du face à face diagnostiqué par M. Crozier dans les années 1960 !

Mais la réalité des pratiques sociales observées par de nombreuses enquêtes au LSCI montre que plus ces efforts de GRH et d'organisation plus participative poussent loin leurs avantages, plus la structure sociale et les formes d'organisation classique font barrage. Apparemment l'obstacle est culturel en ce sens que ni les dirigeants, ni les technocrates, ni les syndicalistes, ni les salariés de base ne disposent des capacités de communication intersubjective (selon Habermas) suffisantes pour mettre en œuvre ces nouveaux rapports entre acteurs. Des recherches effectuées, dès la fin des années 70, sur les fonctionnements collectifs d'entreprises autogérées, sous la forme de coopératives, mutuelles et associations, montraient que l'ambition de partager les projets individuels dans un objectif commun de production et de réinvention de la société ne coïncidait pas (R. Sainsaulieu, P.-E. Tixier). Il y manquait la culture d'expression, de compréhension ou de débat suffisante pour surmonter les dysfonctions nées des difficultés à supporter le face à face des personnes, des pouvoirs et des milieux sociaux, qu'engendrait inévitablement ce genre de question fusionnelle et affective.

Des observations plus récentes, effectuées dix années plus tard dans des établissements de grandes et moyennes entreprises (F. Osty, I. Francfort, R. Sainsaulieu, M. Uhalde) démontrent que de profonds bouleversements ont atteint les habitudes et pratiques sociales antérieures sous l'effet des innova-

tions technologiques (N. Alter), des pressions de la contingence, des demandes de nombreux usagers et du contexte de marché et de la clientèle, mais aussi, sans doute, de l'effet d'implication engendré par l'ensemble des pratiques de GRH.

Pour résumer ces observations, nous pouvons dire que la construction sociale des identités ne suit pas les mêmes voies que celle du temps de la croissance taylorienne et fordiste. Les réserves de culture libérées par l'éducation, ainsi que l'ensemble des problèmes d'adaptation aux contingences, aux clients et aux usagers élèvent le degré d'implication et d'expertise spontanée des agents de première ligne, qui sont conduits à de constantes collaborations pour trouver des solutions techniques et réglementaires aux problèmes du travail. L'accroissement des responsabilités techniques dans les industries de proces augmentent la valeur professionnelle des conducteurs autant que leur solidarité de compétence. Bref, les niveaux de professionnalité des bases augmentent et constituent de larges zones de réelle autonomie dans les entreprises.

En revanche, les managers se trouvent affrontés à une difficulté réelle de gestion de projet face à l'autonomie de ces bases. Il ne s'agit plus ni de commander, ni d'écouter seulement, ni d'expérimenter, encore faut-il trouver le moyen d'impulser des activités collectives, une capacité d'élaboration et de créativité, ainsi que la régulation conjointe avec d'autres impératifs provenant du sommet. Bref, selon Thévenot et Boltanski et R. Lauffer il s'agit pour le management de réaliser ce que l'autogestion n'avait pas réussi à faire : à savoir la gestion de compromis et de débats centrés sur la production, et non pas seulement sur la négociation épisodique des conditions de travail.

Or, ce type de gestion, difficile à inventer parce qu'il se heurte aux conceptions traditionnelles de l'organisation et de l'encadrement enseignées dans les écoles d'ingénieurs, ne peut réussir qu'en combinant la prise en compte des projets personnels au sein de projets collectifs, c'est-à-dire en portant une extrême attention aux processus de reconnaissance identitaire des individus au sein des groupes d'action collective.

Sur ce point, d'autres recherches, également récentes, montrent que la dynamique sociale des projets est encore difficilement comprise et gérée. D'une façon plus générale les projets ascensionnels de promotion sociale perdent de leur crédibilité dans un monde de récession des grandes entreprises et de menaces sur l'emploi. Les projets individuels ne peuvent non plus se définir par les seuls hobbies du loisir, si bien que le problème collectif est bien celui de projets industriels ou d'entreprises qui puissent coïncider avec les risques supportables par chaque individu. Parler d'une identité d'entreprise signifie probablement que dans un contexte de production affronté à la pression du marché, chacun peut développer "ses entreprises", ses énergies centrées sur la production et la prise de risque et que l'ensemble de ces actions, seul ou à plusieurs, constitue à un moment donné une entreprise de réelle implication collective résultant des participations individuelles clairement reconnues.

Il s'agit là d'un bouleversement culturel considérable intéressant autant les entreprises publiques et privées que les administrations affrontées à l'adaptation de leurs services aux usagers. Une société libérale de marché a besoin d'acteurs pour prendre les risques de la créativité et de la production, sans revenir aux modèles régressifs du paternalisme ou de la social-démocratie comme seul mode d'existence sociale, à côté de l'imperium de la technocratie des experts de haut niveau.

Sur le plan théorique, la question de l'identité se trouve posée autrement, en terme de sujet individuel considéré comme acteur d'un projet collectif. La régulation sociale du travail doit donc intégrer la mise en œuvre de structures d'organisation ouverte en appelant à l'effective participation d'un grand nombre d'acteurs en vue d'obtenir l'investissement des intelligences dans la créativité et la prise de risque. A cette dimension de l'acteur doit s'ajouter une prise en compte de processus de socialisation interne et externe au travail, de telle façon que les individus trouvent dans une communauté plus ouverte sur ses divers environnements locaux, familiaux, associatifs, les moyens d'une multiplicité de zones de reconnaissance et de soutiens affectifs.

Parallèlement, la régulation sociale doit permettre la confrontation des objectifs et des logiques individuelles et collectives dans une série de lieux de débats et d'initiatives où les axes du développement d'entreprises puissent intégrer la variété des projets et capacités d'investissement de la plupart. Mais les institutions pertinentes de ce type de débat de régulation conjointe sont encore à trouver au sein de mutations difficiles des logiques de représentations professionnelles.

En fin de compte, la théorie de l'identité sociale par l'entreprise ne peut plus se satisfaire d'une socialisation par l'acteur, par le parcours ou par l'investissement extérieur. L'entreprise a besoin d'approfondir les voies de construction collective du sens de ses objectifs. Produire du sens en commun devient un impératif et une gageure identitaire de l'époque. Il faut y voir le principal défi culturel de l'entreprise à venir.

BIBLIOGRAPHIE

- ALTER (N.), *La gestion du désordre*, L'Harmattan, 1990.
 CROZIER (M.), *Le phénomène bureaucratique*, Le Seuil, 1963.
 CROZIER (M.), *L'entreprise à l'écoute*, Interédition, 1986.
 DUBAR (C.), *La socialisation*, A. Colin U., 1991.
 ENRIQUEZ (E.), *L'organisation en analyse*, PUF, 1989.
 GAULEJAC (V. de) et AUBERT (N.), *Le coût de l'excellence*, Interédition, 1989.
 LAUFER (R.), *L'entreprise face aux risques majeurs*, L'Harmattan, 1992.
 REYNAUD (J.-D.), *La règle du jeu*, A. Colin U., 1988.
 SAINSAULIEU (R.), *L'identité au travail*, FNSP, 1985.
 SAINSAULIEU (R.), *Sociologie de l'organisation et de l'entreprise*, Dalloz, Presses de la FNSP, 1988.
 SAINSAULIEU (R.) et TIXIER (P.-E.), *La démocratie en organisation*, Klincksieck, 1983.
 SAINSAULIEU et alii, *L'entreprise, une affaire de société*, Presses de la FNSP, 1989.
 SEGRESTIN (D.), *Sociologie de l'entreprise*, A. Colin U., 1991.
 TOURAINE (A.), *Critique de la modernité*, Fayard, 1992.
 THÉVENOT (L.), BOLTANSKI (L.), *La justification*, Gallimard NRF, 1991.

Travaux sociologiques du LSCI-CNRS

- FENEYROL (N.), *Apprendre l'entreprise comme société*, n° 24.
 OSTY (F.) et UHALDE (M.), *La régulation sociale en centrale nucléaire*, n° 26.
 UHALDE (M.), *La Préfecture vingt ans après*, n° 28.
 WELLER (J.-M.), *Le machiniste et le voyageur*, n° 35.