



**AIREPME**

Association Internationale de REcherche en PME

**CIFPME 2000**

**5° Congrès International Francophone  
sur la PME**

**25, 26 et 27 octobre 2000 à Lille**

Site web de l'Institut d'Administration des Entreprises de Lille :

<http://www.iae.univ-lille1.fr>

Site web du CLAREE (Centre Lillois d'Analyse et de Recherche sur l'Evolution  
des Entreprises) :

<http://www.univ-lille1.fr/claree>

Site web de l'ADREG (Association de Diffusion et de Recherche en  
Entrepreneuriat et en Gestion) :

<http://www.adreg.net>

Site web de l'AIREPME :

<http://www.airepme.univ-metz.fr/>

# La mémoire en héritage

Éléments d'analyse socio-psychique de la socialisation entrepreneuriale anticipée

par

Philippe PAILLOT

Maître de Conférences

IAE de Lille (USTL) - CLARÉE (UPRESA CNRS 8020) - IFRESI

email : philippe.pailot@iae.univ-lille1.fr

Cet article est une tentative de modélisation de la socialisation entrepreneuriale anticipée qui vise à cerner l'influence de certains éléments de l'histoire de vie des entrepreneurs sur la construction de leur volonté d'entreprendre. Souscrivant pleinement au principe de réductionnisme méthodologique, elle se fonde sur une stratégie de recherche encore trop marginale dans le champ de l'entrepreneuriat (la méthode biographique) qui nous a permis d'appréhender le plus finement possible et de façon empirique les modes d'intériorisation et les modalités d'actualisation de dispositions socio-psychiques acquises dans la socialisation familiale.

Les déclencheurs de l'entrepreneuriat sont *a priori* multiples et renvoient à des niveaux d'analyse hétérogènes. Ils peuvent être psychiques (traits psychologiques, blessure narcissique, troubles névrotiques, etc.), sociologiques (transmission de «dispositions entrepreneuriales», désir d'ascension sociale, etc.), familiaux (appropriation d'un projet parental, identification au modèle parental ou familial, sentiment d'appartenance, etc.), économiques (moyen de survie économique, volonté de s'enrichir, etc.), culturels (héroïsation et valorisation conjoncturelle de l'entrepreneur, rhétorique de la réussite sociale, néo-individualisme, valorisation de la méritocratie, etc.), politiques et idéologiques (notamment dans l'entrepreneuriat social - Granget, 1996), institutionnels (incitations financières, opportunités, conjoncture, etc.), ethniques et religieux (Casson, 1991) ou encore relationnels (influence des réseaux sociaux et personnels, etc.). Pour donner une intelligibilité à cette diversité, la littérature en entrepreneuriat laisse apparaître deux tendances. La première s'efforce d'apporter une compréhension globale du phénomène entrepreneurial en combinant et intégrant ces différents niveaux d'analyse, ainsi que d'autres composantes du processus de création (Reynolds, 1992 ; Kuratko, Hornsby, Naffziger, 1994 ; Brazeal, Herbert, 1999 ; Verstraete, 1999). La seconde souscrit au principe de réductionnisme méthodologique et se centre sur l'étude plus fine de certaines dimensions. L'approche dispositionnelle et l'approche interactionniste s'inscrivent dans cette perspective. La première se focalise sur l'entrepreneur. Elle insiste sur l'importance de dispositions socialement acquises, de traits de caractère, de compétences, de qualités ou encore de caractéristiques démographiques favorisant l'accès à la fonction d'entrepreneur. Elle s'exprime pleinement dans les travaux qui fournissent une description des traits psychologiques supposés caractériser le profil de l'entrepreneur (Brockhaus, Horwitz, 1986 ; Knight, 1987 ; Neider, 1987 ; Gartner, 1988 ; Greenberger, Sexton, 1988 ; Ginsberg, Buchholz, 1989), en basculant parfois dans la caricature du héros thaumaturge. L'approche interactionniste, quant à elle, précise que la réussite entrepreneuriale ne doit pas aux seules qualités individuelles. En reconnaissant l'existence de barrières économiques et sociales à l'entrée dans la fonction d'entrepreneur, elle révèle l'importance de leur capacité tactique à savoir tirer profit des opportunités offertes par leur environnement (Olson, 1986), à utiliser et développer leur capital social (Verstraete, 1997 ; Boutillier, Uzunidis, 1999), à coordonner des ressources multiples en situation d'incertitude (Casson, 1991), ou à s'inscrire dans des réseaux diversifiés dans leur nature et leur logique (Julien, Marchesnay, 1996) : réseaux personnels, sociaux et interorganisationnels (Churchill, 1987 ; Larson, 1992 ; Larson, Starr, 1993), réseaux d'interconnaissances et de solidarité (Caron, 1997), réseaux d'innovation (Gordon, 1989), réseaux d'alliance familiale et matrimoniale<sup>1</sup> (Crouzet, 1995 ; Pouchain, 1998), etc., bref tout un ensemble de réseaux favorisant la circulation des ressources (informations, compétences, capitaux, etc.) nécessaires à la réussite d'un projet entrepreneurial.

En fait, les théories générales et les «théories à moyenne portée» représentent deux angles d'analyse plus complémentaires qu'opposés pour appréhender la complexité du phénomène entrepreneurial. Si les premières en donnent une intelligibilité globale, les secondes autorisent une approche plus précise de la diversité du réel. Notre article s'inscrira dans cette seconde perspective. Il est une tentative de modélisation qui vise à

---

<sup>1</sup> observables notamment dans le capitalisme dynastique du XIX<sup>ème</sup> siècle où les stratégies de mariages, avec une stricte endogamie, ont été pratiquées dans de nombreuses familles.

cerner l'influence de certains éléments de l'histoire de vie des entrepreneurs sur la construction de leur intérêt entrepreneurial (noté I.E. dans la suite du texte)<sup>2</sup>. L'emploi de l'adjectif «certain» ne doit rien au hasard et prend ici toute son importance. Car, on le sait, les études sur la socialisation (Starr, Fondas, 1992), la motivation (Naffziger, Hornsby, Kuratko, 1994) ou sur l'intention entrepreneuriales (Bird, Jelinek, 1988) - qui rejoignent notre thème sur certains aspects - renvoient à des niveaux d'analyse s'inscrivant dans des temporalités et des spatialités irréductibles les unes aux autres. A l'inverse d'une perspective globalisante, notre recherche s'efforce d'appréhender le plus finement possible et de façon empirique certaines dispositions socio-psychiques, de comprendre leurs principes constitutifs et les raisons pour lesquelles elles s'actualisent de manière privilégiée dans la formation de l'I.E. Cette orientation requiert de se doter d'outils conceptuels et méthodologiques sur lesquels nous reviendrons ultérieurement. Elle nécessite également de délimiter une échelle d'observation pour comprendre cette influence biographique. Pour notre recherche, nous nous focaliserons sur l'entrepreneur vu comme «*l'essence ou le cœur de l'entrepreneuriat*» (Julien, Marchesnay, 1996, p. 51). En le considérant comme individu socialisé, nous nous intéresserons aux dispositions nourrissant sa volonté d'entreprendre qu'il a acquis dans un espace de socialisation clairement délimité, à savoir la sphère familiale.

Entendons-nous bien ! Notre article n'est pas un plaidoyer en faveur d'une théorie de la reproduction sociale. Dans la perspective dispositionnelle qui est la nôtre, il s'agit simplement de dépasser la simple évocation rituelle du passé incorporé en prenant pour objet d'étude une forme singulière de constitution socio-psychique et d'actualisation (parmi d'autres possibles) de ce passé. La perspective structurale qui est nôtre ne peut en aucun cas se confondre avec une quelconque forme de déterminisme social ou psychologique.

### **1. La famille : berceau de la vie socio-psychique**

Pourquoi se centrer sur cette instance de socialisation ? En raison de l'influence centrale qu'elle exerce sur la transmission de l'esprit d'entreprise, de la «*vocation entrepreneuriale*» (Pinçon & alii, 1999) ou des qualités et compétences requises pour accéder à la fonction d'entrepreneur. En fait, la famille peut aussi bien «*détruire une entreprise que la construire ou la consolider*» (Caron in Crouzet & alii, 1996, p. 114). Elle peut être porteuse de nouvelles volontés d'entreprendre dans le monde des affaires ou revenir à sa fonction préindustrielle qui est de faire vivre la famille en sclérosant ainsi le moteur de l'entrepreneuriat (l'innovation). Dans sa dimension éducative, son influence socialisatrice est reconnue tant par les gestionnaires (Filion, 1991 ; Léger, 1996 ; Verstraete, 1999), les sociologues (Bauer, 1991 ; Pinçon & alii, 1999), les historiens (Crouzet, 1995 ; Pouchain, 1998) que les entrepreneurs eux-mêmes (Crouzet, 1995/a). Sans réduire l'action à des structures agissantes du passé, l'I.E. se présente alors comme l'expression actualisée de dispositions socio-psychiques inscrites dans le temps

---

<sup>2</sup> En nous appuyant sur la psychologie des intérêts (Dupont & alii, 1979), nous définirons ce dernier comme une tendance ou une disposition stable et durable qui commande une stratégie d'investissement de l'activité entrepreneuriale. Nous parlerons «d'intérêt entrepreneurial» plutôt que «d'intention entrepreneuriale» car cette dernière renvoie à des déterminants à la fois individuel et contextuel (Bird, Jelinek, 1988), alors que notre recherche porte sur l'analyse de l'influence des seuls déterminants individuels. Pour éviter les répétitions dans le texte, nous utiliserons parfois le terme «intention», mais dans un sens nécessairement réducteur.

long de la famille, actualisation qui rend l'individu sensible à l'attraction de l'activité entrepreneuriale. Sur le plan épistémologique, cette reconnaissance n'est pas neutre. Elle suppose d'approuver (au moins) trois hypothèses de base. La première hypothèse conduit à admettre que le corps des représentations familiales exercent une influence majeure sur le profil de développement d'un sujet en conditionnant directement son évolution. La deuxième amène à accepter que le sujet, une fois adulte, transporte avec lui des formules familiales dans les différents champs sociaux qu'il traverse, formules qui vont fixer les valences «positives» ou «négatives» de certaines activités, conditionner ses intérêts, modeler ses préférences et ses choix professionnels ou encore encadrer durablement ses motivations. La troisième, que nous ne discuterons pas ici, est de nature épistémologique. Elle questionne le postulat implicite ou explicite (généralement admis par les gestionnaires) selon lequel l'exercice de la fonction détermine le comportement beaucoup plus que les caractéristiques de l'individu. En d'autres termes, elle conduit à une remise en cause du principe de localité de l'explication scientifique dans la construction des connaissances savantes. Cette affirmation apparaît en effet indispensable pour autoriser la prise en considération de certains éléments explicatifs dès lors qu'ils sont temporellement et spatialement éloignés du contexte d'action organisationnel (et notamment, pour ce qui nous intéresse ici, la prise en considération de l'influence des déterminations conscientes, non-conscientes et inconscientes biographiquement constituées à l'origine de l'I.E.).

Les deux premières hypothèses sont très largement confirmées par de nombreux travaux dans les sciences humaines et sociales. Ainsi, la psychogénéalogie (Rialland, 1994), les approches psychanalytique, systémique, structurale ou encore stratégique mobilisées pour analyser le groupe familial (Elkaïm, 1995), la psychologie culturelle (Camilleri, Vinsonneau, 1996), la psychologie des intérêts (Dupont & alii, 1979), la sociologie de la famille (Singly, 1991, 1996 ; Segalen, 1996), la sociologie clinique (Gaulejac, 1991, 1999), la sociologie de la mémoire (Muxel, 1996), les théories de socialisation (Dubar, 1991) ou encore la psychologie dynamique et cognitive sont autant de courants et de paradigmes théoriques qui illustrent, dans des perspectives certes très différentes, dans quelle mesure la famille est le lieu privilégié de la transmission de «*l'humanité, à tous les sens du mot*» (Castellan, 1996, p. 51). Nous pouvons, avec Vincent de Gaulejac (1999), regrouper ces transmissions selon trois grands registres qui obéissent «*à des lois propres, porteuses de déterminations puissantes qui peuvent être contradictoires entre elles*» (p. 100) : transmission génétique (hérédité, tempérament, etc.), patrimoniale (valeurs, mémoire, éducation, héritage matériel, mythes familiaux, positions sociales, etc.) et psychique (désirs narcissiques, identifications conscientes et inconscientes, loyautés invisibles, etc.). Par ces processus de liaison, les membres de la famille transmettent durablement à leur descendance leurs façons d'éprouver le monde et de le penser, leur vécu et leur récit de l'histoire familial, un patrimoine implicite d'images et de croyances à partir desquels l'enfant construira son individualité. Pour caractériser cette emprise du cadre familial, les psychanalystes évoquent, à la suite de René Kaës (1976), l'hypothèse d'un «*appareil psychique familial*» commun et partagé par les membres d'une famille, dont la fonction est d'articuler le fonctionnement de «*l'être ensemble familial*» avec les fonctionnements psychiques individuels de chacun de membres de la fratrie (voir notamment Kaës, 1995, 1997). La difficulté à caractériser ces transmissions inter- ou transgénérationnelles tient en partie à la multiplicité des processus et mécanismes qui les fondent : identification consciente et/ou inconsciente, apprentissage comportemental et/ou socio-cognitif, imitation, imprégnation,

inculcation, intériorisation, appropriation, etc., les termes, *a priori*, ne manquent pas et se recourent parfois partiellement. L'influence de ces transmissions est telle qu'elle justifie à elle seule l'intérêt pour la socialisation dans la compréhension de la formation de l'intérêt entrepreneurial.

## **2. La socialisation entrepreneuriale**

D'une manière générale, la socialisation désigne le processus discontinu, jamais totalement réussi ni complètement achevé, par lequel un individu apprend et intériorise les éléments socio-culturels de son milieu et s'adapte par là à l'environnement social dans lequel il doit vivre (Berger, Luckmann, 1986 ; Dubar, 1991). Elle répond à une triple logique d'apprentissage, d'intériorisation et de positionnement (Fischer, 1991) : 1) apprentissage de règles, de modèles, de normes, de conventions, de valeurs, de codes symboliques, de modes d'action individuelle et collective permettant de se construire une représentation du monde 2) intériorisation de ces éléments qui deviennent alors partie intégrante de son appareil psychique, de sa personnalité, de son identité à tel point qu'il n'est plus capable de percevoir qu'il a été l'objet d'une forme d'influence sociale 3) positionnement par rapport à des groupes (d'appartenance et de référence) en apprenant à y jouer son rôle, en construisant son «*identité individualisée*» (Singly, 1996), en reproduisant ou en questionnant la stratification sociale. La distinction classique entre socialisation primaire (période de la petite enfance) et secondaire (traversée des différents espaces de socialisation) nous enseigne que ce processus d'intériorisation et d'appropriation socio-cognitif, culturel et symbolique est ancré dans des espaces et des temporalités irréductibles les uns aux autres (Berger, Luckmann, 1986). S'il est admis par la totalité des psychologues (sociaux, etc.) et des sociologues que l'enfance reste une période privilégiée de socialisation, ils considèrent néanmoins que cette dernière se prolonge tout au long de la vie. Ce constat est un préambule nécessaire pour admettre l'idée (devenue un lieu commun avec l'avènement du management culturaliste) selon laquelle l'entreprise constitue un lieu de structuration sociale producteur d'identités et un champ de socialisation (Sainsaulieu, 1990). L'importance de ce processus-clé pour comprendre le processus de construction sociale de tout individu, justifie à lui seul son intérêt pour l'analyse du phénomène entrepreneurial. Son étude n'en reste pas moins complexe en raison des multiples ramifications que la socialisation entrepreneuriale entretient avec l'histoire de vie du sujet. Pour en faciliter l'analyse, nous la regarderons selon un découpage spatial et temporel.

### **2.1 - La socialisation et l'espace**

Cet angle d'analyse se fonde sur la reconnaissance de l'existence d'espaces de socialisation multiples et hétérogènes aux fonctions et à l'influence contingentes : la famille, l'école, le monde du travail, les cercles relationnels personnels ou sociaux constituent autant de cadres porteurs de mémoire qui façonnent le sujet. Ce constat appelle deux commentaires. Le premier porte sur le degré d'hétérogénéité des expériences socialisatrices qui organisent les conduites (Dubet, 1994 ; Lahire, 1998). Le second reconnaît l'influence variable des codes intériorisés acquis dans ces différents univers sociaux.

Sur le premier point, à l'inverse des sociétés traditionnelles<sup>3</sup>, les sociologues admettent que notre société actuelle (à forte différenciation) offre des modèles et des principes de socialisation hétérogènes (Lahire, 1998). Ce constat n'est pas neutre sur l'étude d'impact des instances socialisatrices. En effet, la cohérence, l'homogénéité et la stabilité des référents intériorisés par l'individu dépendent des caractéristiques des univers sociaux qu'il parcourt à différents moments de sa vie et des principes de socialisation qui les caractérisent. Par exemple, un individu élevé comme l'héritier pressenti d'une dynastie d'entrepreneurs, participant très jeune à des activités liées à l'entreprise, intégré dans une Grande Ecole et dont les cercles relationnels se tissent exclusivement dans la «bourgeoisie entrepreneuriale» a toutes les chances d'incorporer des acquis culturels homogènes et favorables à une disposition entrepreneuriale. En effet, plus la socialisation est précoce, intense, régulière, homogène, plus on a de chances de voir apparaître l'intériorisation d'habitudes, de manières de faire ou de voir vécues comme une «seconde nature» (Lahire, 1999, 1999/a). Malgré ce contexte favorable, l'appropriation de dispositions sociales, culturelles n'en est pas pour autant garantie. L'héritier n'est pas un être passif. Pour construire son identité, il opère un tri dans son héritage et n'en retient qu'une part. Ainsi, des dispositions, même précocement acquises, peuvent parfois être inhibées ou désactivées pour laisser la place à la formation et l'activation de schèmes intériorisés au contact des différentes instances de socialisation traversées par le sujet social (Lahire, 1999, 1999/a)<sup>4</sup>. Le sujet peut ou non s'approprier cet héritage, faire vivre ou non le contenu de la transmission, en arbitrant ainsi entre les conduites d'identification et de différenciation à l'égard de l'exemple parental (Bertaux-Wiame, Muxel, 1996). Même en cas de transmission réussie, il peut le mettre en œuvre par routine, par automatisme, sans passion ni enchantement en marquant une volonté de démarcation et de distinction par rapport à ces ascendants. Mais le poids de l'héritage culturel et social intergénérationnel (famille), relayé ou non par d'autres instances de socialisation, n'en est pas moins établi.

En fait, l'incertitude qui entoure la «réussite» ou «l'échec» du processus de socialisation illustre dans quelle mesure une statistique descriptive du portrait de l'entrepreneur (origine sociale, sexe, âge moyen, formation initiale, lieu d'habitation, etc.) s'avère insuffisante pour comprendre les formes d'intériorisation et d'extériorisation des schèmes socio-psychiques favorables à la constitution de l'intention entrepreneuriale. En effet, ce genre d'approche ne nous renseigne ni sur les modalités de leur transfert ni sur les effets précis de leur diffusion : personnages à partir desquels s'engage la transmission, contenus à partir desquels elle peut être appréciée, canaux par lesquels elle s'effectue, modes de fonctionnement et conditions d'actualisation. Sur ces questions, il est clair que les méthodologies de recherche mobilisées en entrepreneuriat ne permettent pas toujours aux chercheurs d'apporter un éclairage empirique précis. On tend plutôt alors à inférer l'existence d'une transmission et d'une actualisation de «dispositions entrepreneuriales» issues d'une culture d'origine qu'à en démontrer les modalités concrètes sur le plan empirique. Nous verrons ultérieurement dans quelle mesure l'approche biographique présente des vertus centrales pour répondre à ces enjeux théoriques majeurs pour comprendre la socialisation entrepreneuriale.

---

<sup>3</sup> qui se caractérisent, notamment, par un nombre restreint d'acteurs et par l'interaction fréquentes de ces mêmes acteurs dans tous les domaines de l'existence (Lahire, 1998).

<sup>4</sup> C'est d'ailleurs une des raisons pour lesquelles la transmission sociale de l'I.E. dans les familles d'entrepreneurs n'obéit pas à une loi déterministe pouvant permettre d'en prévoir l'apparition.

Il nous paraît opportun d'aborder le thème de la contingence des mécanismes d'influence sociale exercée par les différents agents et instances de socialisation. On le sait, celle-ci est inséparable de certains facteurs sociaux. En effet, un individu ne présente pas *a priori* le même degré de perméabilité à toutes les sources d'influence sociale (Montmollin, 1977). La littérature en entrepreneuriat intègre cette absence d'équivalence des principes culturels et sociaux qui organisent les conduites. Ainsi, par exemple, J.A. Starr et N. Fondas (1992) reconnaissent la relativité du pouvoir d'influence des différents agents socialisateurs en fonction de plusieurs facteurs (fréquence des contacts, légitimité et expertise perçues, pouvoir de récompense, etc.). Cette reconnaissance descriptive appelle des questions autour de l'étude empirique de la constitution des dispositions socio-psychiques dans le réseau de socialisation du candidat entrepreneur, ou encore leurs formes d'intériorisation et d'extériorisation dans le champ social. La multiplication des stimulateurs intériorisés au cours de la socialisation, la diversité des mécanismes et processus de leur transmission, l'absence de «lois» entourant les conditions d'actualisation de cet héritage mémoriel rendent nécessairement cet effort de clarification toujours inachevé et inséparable d'actes d'interprétation invariablement solidaires d'un langage théorique (voir Passeron, 1996). A ce titre, le télescopage des niveaux d'analyse (sociologique, psychologique), la difficulté d'en proposer une articulation, la multiplication des agents socialisateurs, etc. menacent toujours de transformer la socialisation en une «boîte noire» dont la fermeture ne permet pas de comprendre comment (selon quelles modalités) les expériences socialisatrices s'installent dans le corps et le mental, comment elles interviennent aux moments-clés de la biographie de l'individu, notamment dans la construction de son I.E.. On peut assister alors à un usage routinier du concept de socialisation évoqué sur un mode nominaliste sans même que la notion de «disposition» acquise soit réellement examinée (ce qu'on entend par là, la manière dont ces dispositions agissent, dont on pourrait les reconstruire, les raisons pour lesquelles le sujet aspire à les mettre en œuvre, etc.). Face à ce danger, il est clair qu'une approche dispositionnelle de la socialisation entrepreneuriale ne doit pas céder aux chimères de la rhétorique académique. Elle doit dépasser la simple évocation rituelle du passé incorporé, en prenant pour objet la constitution socio-psychique et les modes d'actualisation de ce passé, en lui donnant corps par la description historiographique et l'analyse théorique. L'objectif de cet article est de réaliser une esquisse répondant à cette exigence.

## **2.2 - La socialisation et le temps**

Une autre façon d'appréhender la socialisation renvoie à l'analyse de sa dimension temporelle. En effet, toute socialisation est inséparable d'une chronologie qui permet, au moins chez les historiens, de penser le temps à travers une opération d'agencement séquentiel, de classement, de mise en ordre, de dénomination et de datation. Elle s'énonce dans une temporalité où s'articulent présent et passé, devenir et mémoire. La distinction classique entre socialisation primaire et secondaire respecte cette inscription temporelle du processus de socialisation. Dans cette veine, J.A. Starr et N. Fondas (1992) distinguent deux niveaux de socialisation : «*Anticipory Socialization*» et «*New Entrepreneur Socialization*». La première caractérise la préparation, l'apprentissage et les expériences prédisposantes qui précèdent la décision de devenir entrepreneur et préparent l'individu à son futur rôle. La seconde désigne la transition qui influence le passage de l'intention entrepreneuriale à la création effective d'une firme. Cette dernière



fait intervenir trois facteurs de socialisation qui s'interpénètrent : les motivations qui conduiront à accepter et s'adapter aux pressions socialisatrices intervenant dans le contexte entrepreneurial, les agents socialisants et la structure contextuelle du cadre entrepreneurial. L'ambiguïté de cette classification tient au regroupement de contenus de socialisation très différents sous un même vocable. En effet, la socialisation anticipée renvoie, au moins partiellement, à des formes d'intériorisation et d'incorporation de dispositions sociales et psychologiques qui ne peuvent prendre forme sans une identification de nature émotionnelle et affective. La socialisation d'un nouvel entrepreneur apparaît plus proche d'un apprentissage de savoirs professionnels, de normes et de conventions construits en référence à un champ spécialisé d'activités (le monde marchand). Elles ne sont pas nécessairement le prolongement l'une de l'autre et peuvent même s'opposer. De plus, elles se rapportent à des situations, des champs et des contextes qui entretiennent entre eux des liaisons temporelles très lâches.

Cette décomposition temporelle de la socialisation présente néanmoins un avantage indéniable. Elle nous conduit à nous interroger sur l'influence respective des différentes expériences socialisatrices vécues par un sujet social au fil du temps. En effet, on peut se demander si toutes nos expériences passées, tous nos apprentissages pèsent le même poids dans la constitution des structures de notre être. Les sociologues accordent généralement une primauté à la socialisation primaire par rapport à la secondaire, ne serait-ce qu'en raison de la dimension affective qui la caractérise (Berger, Luckmann, 1986)<sup>5</sup>. Ce constat corrobore les travaux en psychologie dynamique qui soulignent de manière consensuelle le caractère décisif des expériences socialisatrices précoces sur la formation de la personnalité. Sur le plan théorique, il justifie à lui-seul notre intérêt pour l'étude de l'influence de la socialisation familiale et parentale sur la socialisation entrepreneuriale anticipée. L'orientation à laquelle nous associons notre recherche est inséparable de postulats, d'un choix méthodologique et d'une position épistémologique.

### **3. Postulat et stratégie de recherche**

Sur le premier aspect, nous considérons que la compréhension de la socialisation entrepreneuriale anticipée (selon la perspective structurale qui est le nôtre) requiert de questionner les expériences socialisatrices du passé de l'entrepreneur à partir d'une étude du «socio-psychique individualisé». Ce postulat n'exprime pas une conception de l'acteur réductible à une programmation sociale ou psychique de ses conduites, ni, rappelons-le, à une théorie de la reproduction sociale. En effet, l'individu se réfère nécessairement aux caractéristiques des situations dans lesquelles il est placé et agit (ou prétend agir) à partir d'une connaissance réflexive de celles-ci. En ce sens, l'opposition manichéenne entre un *Homo œconomicus* anhistorique, opportuniste, calculateur et désocialisé et un *Homo sociologicus* sursocialisé et jouet de déterminismes aveugles, apparaît quelque peu stérile. L'homme est pluriel et les ressorts de son action sont multiples (Lahire, 1998). La généralisation *a priori* de postulats sur la conception de la nature de l'homme au principe de toutes les actions possibles (l'homme réflexif versus l'homme déterminé) constitue l'anti-thèse d'une démarche scientifique cartésienne. Certes, elle fournit des gains discursifs et rhétoriques forts. Mais, ses gains de connaissance de la réalité empirique restent, quant à eux, particulièrement faibles. En

---

<sup>5</sup> Dans la même veine, Pierre Bourdieu note que les habitus primaires sont les plus durables et les plus décisifs pour la formation de notre personnalité (voir également Singly, 1996).

donnant à l'acteur une épaisseur temporelle, en admettant qu'il est porteur d'une histoire qu'il n'abandonne pas aux portes de l'entreprise, nous reconnaissons simplement, comme beaucoup de disciplines en sciences humaines, l'influence significative des forces agissantes du passé. Leur questionnement réclame une stratégie de recherche appropriée (l'entretien biographique) et un positionnement épistémologique qui reconnaît les vertus des pratiques interprétatives dans l'élaboration de la connaissance savante et méthodique en sciences sociales (le constructivisme)<sup>6</sup>.

Ainsi, notre recherche s'appuie sur la méthode biographique (voir notamment Legrand, 1993 ; Bertaux, 1997 ; Lainé, 1998). Une biographie peut se définir comme une reconstruction narrative, suscitée par un interviewer, du parcours de vie d'un narrateur qui, comme l'Histoire, s'écrit au présent, i.e. selon un principe interprétatif actuel. Son utilisation dans le cadre d'une démarche scientifique contient l'idée que toute activité humaine est enchâssée dans l'histoire globale du sujet qui l'accomplit. Elle ne se réalise ni de manière tout à fait fortuite, ni pour des motifs obéissant à une rationalité calculatrice. Le sujet tout entier, avec son histoire jusque dans ce qu'elle a de plus intime, s'y trouve engagé. Nous considérons que ce postulat se vérifie tout particulièrement dans l'élaboration de l'I.E.. Les potentialités théoriques de la méthode biographique dans l'analyse de la socialisation entrepreneuriale sont multiples (Gaulejac, 1984) : 1) Elle constitue un moyen d'articuler le fonctionnement social et psychique en vue de dépasser les clivages entre les disciplines pour mieux déceler les facteurs structurants, et leur dynamique interne, qui influent sur la construction de l'I.E. 2) Elle autorise à cerner "*les circularités dialectiques entre l'universel et le singulier, entre l'objectif et le subjectif, entre le général et le particulier*" (Gaulejac, 1984, p. 36) à travers une appréciation plausible à la fois du poids des déterminations qui influent les trajectoires individuelles et du rapport que les acteurs entretiennent avec ces déterminations 3) Elle permet de saisir ce qui échappe aux normes statistiques, aux régularités objectives dominantes en rendant accessible le particulier, les interstices, les équivoques qui forment le ferment de la réalité sociale 4) Elle permet d'appréhender les effets de la temporalité et de la causalité socio-psychiques (Dayan, 1985 ; Poulichet, 1994 ; Green, 1995) qui interviennent dans la formation de l'I.E. en renonçant au postulat méthodologique de la séparation entre l'homme organisationnel, l'homme social et la personne.

Pour construire notre modèle, nous nous sommes appuyés sur la biographie d'un entrepreneur (Fernand) et sur la réalisation d'entretiens biographiques auprès de deux autres. L'établissement de cette distinction nous permet de différencier les niveaux de profondeurs des entretiens réalisés. Les entretiens biographiques sont moins longs, moins approfondis, moins impliquants que la biographie. Cette différence explique pourquoi notre analyse s'articulera essentiellement autour de la biographie de Fernand. Dans notre type de recherche, l'intérêt de la méthode des récits de vie est d'autoriser la prise en considération des «*effets de dispositions*» (Boudon, 1986) d'un acteur pour comprendre les contours de la socialisation entrepreneuriale anticipée. Cette notion «d'explication dispositionnelle» ne doit pas être assimilée à la possibilité de prévoir l'apparition de comportements sociaux comme on prédit la chute des corps à partir des lois de la gravité. Ici, les dispositions doivent plutôt être vues comme un héritage du

---

<sup>6</sup> sur ce thème, voir les travaux de Jean-Claude PASSERON (1991, 1996).

processus historique de socialisation qui encadre de façon plus ou moins stricte l'élaboration de l'I.E.

Quel a été notre dispositif de collecte et d'analyse du matériel recueilli ? Pour la biographie, nous avons mené personnellement, en garantissant l'anonymat de nos locuteurs, plus de 20 entretiens de trois à quatre heures chacun avec Fernand et les membres de sa famille sur une période d'un an. Nous avons conduit deux entretiens d'une durée de trois heures avec chacun des deux autres entrepreneurs. Cette différence de protocole de recherche est liée essentiellement à des questions d'opportunités. Tous les entrepreneurs n'avaient pas envie d'entrer aussi intensément dans les détails leur vie. Les entretiens ont été enregistrés avant de faire l'objet d'une retranscription littérale et d'une analyse de contenu à la fois qualitative et quantitative. En résonance avec l'épistémologie constructiviste des sciences sociales (Passeron, 1991, 1996), l'analyse d'une biographie reste inséparable d'une pratique interprétative pour laquelle il n'existe pas *a priori* de cadre de référence théorique prédéfini (Legrand, 1993). Nous nous sommes efforcés d'en délimiter le contenu en fonction notamment de la spécificité de notre problématique théorique de recherche. Cette méthode n'en répond pas moins aux exigences des critères de validation scientifique des recherches qualitatives, à savoir l'acceptation interne, la complétude, la saturation, la cohérence interne et la confirmation externe, critères sur lesquels il ne nous est pas possible de nous étendre dans le cadre de cet article.

#### **4. Modélisation socio-psychique de la socialisation entrepreneuriale anticipée**

L'acquisition des dispositions entrepreneuriales dans la socialisation familiale procèdent de mécanismes sociologiques (transmission d'habitus, de capital, etc.) et psychologiques (identification au modèle parental, etc.). L'étude de la biographie de Fernand nous a permis de distinguer trois types de marqueurs<sup>7</sup> ayant structuré la construction de son I.E. : les marqueurs sociologiques (l'incorporation d'habitus), les marqueurs symboliques (appropriation d'un projet parental) et les marqueurs affectifs (fracture narcissique laissée en suspens). Ces marqueurs représentent, pour nous, des points nodaux autour desquels s'articulent des sphères de déterminations irréductibles les unes aux autres intervenant dans l'élaboration de la volonté d'entreprendre. Leur identification repose sur une interprétation théorique du matériel biographique tel qu'il nous a été livré par nos interlocuteurs.

##### **4.1 - Les marqueurs sociologiques**

Le processus de socialisation peut s'analyser selon des regards théoriques multiples (Dubar, 1991). Nous retiendrons, pour des raisons que nous verrons ultérieurement, l'approche de Pierre Bourdieu qui l'analyse comme une incorporation d'habitus, définis comme des systèmes de dispositions profondément intériorisées et socialement situées conduisant le sujet social à agir, penser, percevoir d'une façon déterminée (Bourdieu, 1980, 1992). Dans le constructivisme structuraliste bourdieusien, l'éducation est supposée imprimer en nous un certain nombre de dispositions qui vont ensuite fonctionner comme des principes inconscients d'action, de perception, de réflexion nous préparant à remplir certaines fonctions, à assumer certains rôles ou occuper certaines

---

<sup>7</sup> nous empruntons cette notion à I. Bertaux-Wiame et A. Muxel (1996).

positions dans l'espace social. Véritable inscription de notre histoire au plus profond de nous-mêmes, les habitus consacrent la présence active des expériences passées dans le présent en donnant aux logiques d'action une indépendance relative par rapport aux éléments contextuels ancrés dans le présent. Eloignés de la simple reproduction déterministe et linéaire des conditionnements initiaux, ils tendent à reproduire les structures dont ils sont le produit<sup>8</sup> et constituent des marqueurs sociologiques qui définissent l'identité sociale proprement dite (origine sociale, trajectoire socioprofessionnelle, etc.).

Pour comprendre les mécanismes de transmission d'habitus et du modèle professionnel que Fernand s'est approprié, il convient de revenir sur son histoire. Adolescent, il intègre la société familiale en 1950 à l'âge de 14 ans sur injonction paternelle. Il y apprend le métier de typographe minerviste au contact exclusif de son père, à travers une formation «sur le tas». Il se définit lui-même comme un «*apprenti*» ayant appris son métier auprès du «*Maître imprimeur*». Dans cet espace de socialisation au carrefour des sphères professionnelle et privée, le processus de transmission du métier n'est pas qu'un transfert d'informations, de savoirs et de compétences. Il «*est tout à la fois une mise en forme du corps et de l'esprit qui s'opère par identification*» (Zarca, 1988, p. 250). L'apprenti intériorise simultanément une identité et une culture de métier. Elles se traduisent par un idéal culturel de maîtrise professionnelle orientant les conduites en fonction de préceptes et de règles de vie plus ou moins formalisées (Gresle, 1987). La participation précoce de Fernand aux activités liées à l'entreprise l'a conduit non seulement à créer un lien d'appartenance à une famille d'entrepreneur, mais aussi à s'approprier un système d'habitus se reflétant dans son système de valeurs (satisfaction à fabriquer des produits de qualité, fidélité aux clients, etc.), ses intérêts (pour la technique, les activités de production), son identité professionnelle et sociale (entrepreneur innovateur), ses aspirations professionnelles (volonté de reprendre l'entreprise familiale, d'assurer la continuité) et d'autres dispositions plus générales (goût de l'indépendance, locus of control, etc.). Elle constituait la matrice dans laquelle il s'est familiarisé insensiblement et précocement à la culture entrepreneuriale, culture qui est devenue progressivement la sienne.

Chez Fernand, l'enracinement de cette incorporation est d'autant plus profond que son contexte de socialisation (dans sa composante matérielle et culturelle) est resté homogène, unifié, cohérent et stable une grande partie de sa jeunesse (intégration précoce dans l'entreprise, peu ou pas de contact avec d'autres agents socialisateurs autres que son père, quadrillage serré des expériences et principes de socialisation, trajectoire sociale faiblement distendue entre les générations, etc.). En effet, son parcours de vie ne lui a pas permis de traverser des contextes sociaux hétérogènes ou contradictoires dans leurs principes de socialisation. A ce titre, l'exemple paternel est devenu d'autant plus structurant et fondateur qu'il offrait un modèle d'identification presque exclusif. Cette particularité a naturellement favorisé chez lui l'intériorisation de modèles socio-culturels formant son esprit entrepreneurial et travaillant à assurer la reproduction sociale, et l'affirmation d'une volonté de prolonger la «construction dynastique». Elle justifie en soi l'application de la théorie de l'habitus à sa biographie. En toute rigueur, cette théorie ne saurait s'appliquer à toutes les histoires de vie et il

---

<sup>8</sup> dès lors qu'il existe une homologie entre les structures dans lesquelles ils fonctionnent (conditions actuelles d'existence) et les conditions objectives de leur formation.

convient d'être prudent sur sa généralisation<sup>9</sup>. Pour conclure sur ce point, notons que la dimension sexuelle de cette transmission sociale ne peut être négligée. En effet, la sociologie de la famille nous montre l'existence d'effets de socialisation spécifiques par le parent du même sexe, d'axes privilégiées (mère-fille et père-fils) de transmission intergénérationnelle des dispositions sociales et culturelles (voir Segalen, 1996). A ce titre, le sentiment d'admiration et d'idéalisation de son père - tout à fait explicite dans l'analyse de la représentation qu'il avait de ce dernier - ne pouvait que renforcer chez Fernand la symbolique structurante de la fonction paternelle et l'incorporation d'habitus socialement situés dont son père était porteur.

#### 4.2 - Les marqueurs symboliques

L'histoire de tout individu est prise dans les mailles d'une généalogie familiale qui marque son empreinte en orientant, de façon consciente et inconsciente, ses façons d'être, son destin social ou en le conduisant à répéter la saga familiale (par scénario ou contre-scénario) dans les grands thèmes de sa vie (profession, etc.) (Gaulejac, 1999). Dans l'appropriation de cet héritage, les parents considèrent l'enfant comme le porteur de leurs rêves et de leurs projections à travers un contrat narcissique qui l'enjoint d'assurer la continuité d'une mémoire générationnelle dont il se sent peu ou prou l'héritier. Comme le note Max Pagès (1993), il ne s'agit pas toujours d'une demande exprimée, et donc négociable ou opposable, mais d'une forme de contrat inconscient au niveau de l'être, et non du faire. Celui-ci lie l'enfant à l'une des figures parentales qui exerce alors une forme d'emprise sur ses projets sociaux. Nous pouvons analyser ces influences intergénérationnelles comme des marqueurs symboliques qui lèguent au sujet la mission de symboliser les événements vécus par ses ascendants et de signifier son degré d'attachement à l'espace identitaire familial. Elles apparaissent significatives dans l'histoire de vie de Fernand, et ont participé à la construction de son identité personnelle et sociale. Elles s'expriment notamment dans son sentiment de responsabilité vis-à-vis du destin de sa famille sur laquelle pesait, à ses yeux, un risque de régression sociale.

*«Je gérais une famille complète avec son patrimoine (...) J'avais le truc de la famille sur le dos qu'il fallait impérativement sortir du trou (...) Il fallait sauver ma famille»*

Renforcé dans sa détermination par le désir paternel de le voir prendre la succession, il s'est pleinement approprié un projet parental<sup>10</sup> socialement inscrit et, par là, s'est conformé aux attentes de son père, à l'image, réelle ou imaginaire, qu'il renvoyait de cet homme idéalisé (*«Je mettais mon père sur un piédestal, c'est-à-dire que c'était le père et le professeur. C'était tout pour moi»*).

*«C'est le papa qui m'a balancé cette idée là. Parce que moi je ne voulais pas faire ce métier là. Il me disait toujours : «Tu vas reprendre l'atelier ...»*

---

<sup>9</sup> Son pouvoir théorique nécessite certainement d'être relativisé dès lors que les individus traversent des univers sociaux variés et hétérogènes, et sont confrontés à de multiples instances de socialisation qui viennent fortement concurrencer la famille dans son rôle de transmission du capital culturel (voir Lahire, 1998, 1999, 1999/a).

<sup>10</sup> Pour Vincent de GAULEJAC (1991, p. 53), le projet parental désigne *«l'ensemble des représentations que les parents se font de l'avenir de leurs enfants»*.

Michel et Monique Pinçon (1999) notent que cette «attitude dynastique», qui n'est pas sans rappeler la logique patrimoniale aristocratique, est d'autant plus marquée dans les familles «où les parents, voire les grands-parents, sont déjà des entrepreneurs, même très modestes». La transmission d'une mémoire référentielle (Muxel, 1996) organise alors une volonté de continuité. En donnant au(x) fondateur(s) l'illusion d'accéder à l'immortalité symbolique, elle s'enracine dans le sentiment d'une suite à donner tout en participant à la reproduction des appartenances socio-culturelles. Le sentiment de confiance que son père lui témoignait ne fera que renforcer son intention, d'une part, de s'approprier et de réaliser le destin familial incarné dans le projet entrepreneurial et, d'autre part, de s'inscrire dans l'histoire collective de son groupe familial.

*«Ça nous a été dit que mon père avait confiance en moi et ma femme, Jacky, et ça nous avait confortés dans notre truc de dire «On va s'occuper de la famille»»*

S'identifiant aux projections de son entourage, Fernand était prisonnier du désir de son père, inséré dans un ordre préétabli, attaché à un héritage matériel, mémoriel et symbolique qui le reliait à une généalogie familiale et faisait de lui le continuateur d'une histoire qu'il reproduisait à son tour. Ses idéaux narcissiques étaient en quelque sorte le résidu d'un projet parental proposé par son père ; projet qu'il se sentait obligé de mettre en œuvre pour se construire dans la didactique de passation de rôles et de positions de l'histoire de sa famille. Dans une forme de contrat narcissique, son histoire se nourrissait ainsi d'identifications aliénantes, de messages, de discours l'empêchant, d'une part, de se dégager du pouvoir contraignant d'un projet parental marquant un mode de ralliement à sa famille et, d'autre part, de se réapproprier son histoire personnelle. En ce sens, son destin était scellé : il devait prendre en charge la destinée de l'entreprise familiale, assurer la continuité générationnelle, s'inscrire dans la filiation des désirs de son père. En canalisant l'intensité de son désir, l'acte entrepreneurial constituait pour lui un prolongement de ses racines, un moyen de poursuivre la réalisation de son père (qui avait créé l'entreprise en 1929) et de sacrifier les sacrifices qu'il avait consenti.

*«Mon père a sauvé sa famille (...) Mon père, installant son entreprise en 1929, a sauvé sa famille des dettes (...) Il a resauvé cette famille en 1945 en rentrant de captivité en rachetant une maisonnette à mes grands-parents pour qu'ils puissent mourir en paix. Je reprends la famille à la suite de mon père, je resauve la famille et si c'était mon frère, lui, il la condamnait la famille. Il reperdait tout ce que mon père avait acquis, on balayait tous les sacrifices qu'il avait fait (...) car pour en arriver là où on en est, il y a fallu le sacrifice de deux générations, mon père et la mienne»*

Il a fallu à Fernand une détermination d'autant plus forte dans la réalisation de ce projet entrepreneurial qu'il s'opposait à certains membres de sa famille, principalement sa mère et son frère. Sa mère était statutairement gérante de la société depuis la mort de son père en 1972 (qui était devenue alors une SARL) et ce, jusqu'en 1984 (même si Fernand assumait seul la direction de l'entreprise dans les faits). Au cours de cette période, son frère cadet possédait 50 % des parts sociales de l'entreprise et disposait d'une possibilité de blocage de toutes les décisions stratégiques, et notamment d'investissement.

*«J'avais un environnement familial qui mettait sur moi un couvercle, qui m'empêchait de me réaliser et qui empêchait la famille de se réaliser. C'était quelque chose d'épouvantable qui m'arrivait, Je combattais contre ça (...) Il y avait un blocage de toute ma famille (...) un environnement qui m'a toujours été très défavorable (...) On a bagarré 28 ans. 28 ans de bagarre !»*

Malgré ces obstacles familiaux, l'œuvre de reproduction dans la transmission patrimoniale et mémorielle était telle qu'il n'envisageait ni de quitter l'entreprise familiale pour créer une autre société, ni de saisir des opportunités qui se sont présentées à deux reprises dans sa carrière (sans qu'il ne les sollicite lui-même) :

*«Je n'ai jamais cherché à quitter ma famille. C'était ma famille et mon entreprise d'abord (...) J'étais capable de partir ailleurs. Mais Non ! Je voulais impérativement faire voir à ma famille que j'étais capable ... »*

### 4.3 - Les marqueurs affectifs

Durant son enfance, Fernand a vécu dans un contexte familial perturbant caractérisé par une absence de confirmation affective positive et une violence maternelle physique, morale et psychologique omniprésente. Cette violence fut particulièrement vivace lors de la période 1939-1945 pendant laquelle son père était prisonnier de guerre. Fernand vivait alors avec sa mère et son jeune frère, dans des conditions matérielles très précaires qui conduiront au décès de ce dernier en 1942.

*«C'était très violent (...) ma mère me pourchassait pour me frapper violemment (...) Ce sont des souvenirs profonds car à l'époque j'avais même des marques»*

Une des conséquences de cette carence affective fut l'impression, qu'il conserve encore aujourd'hui, de ne pas être aimé et apprécié par les siens, impression qui se conjuguait chez lui avec un sentiment diffus d'infériorité.

*«Je ne me suis jamais senti aimé (...) tout ce que je faisais était négatif . Je travaillais 80 h par semaine minimum et j'étais un fainéant (...) C'est encore dur à mon âge de savoir que vous n'êtes rien pour votre mère, cela fait très mal !»*

Chez Fernand, cette blessure narcissique ne prend pas racine dans un événement précis, repérable en tant que tel. Elle est née de l'accumulation répétée et insidieuse de violences psychologiques et morales, d'humiliations qui le plaçaient en situation d'impuissance et marquaient sa mémoire, altéraient son sentiment de soi. Ces atteintes constantes avaient d'autant plus de force et d'effets durables qu'elles étaient précoces, qu'elles se sont répétées pendant un temps où son psychisme était en voie de développement et qu'elles mettaient en scène une figure d'attachement centrale et traditionnellement associée une fonction réconfortante et sécurisante (cf. les théories de l'attachement), en l'occurrence sa mère. Cette lésion psychique a nécessairement laissée dans la mémoire de Fernand des traces non conscientes. Elle a constitué un marqueur affectif qui a organisé l'histoire sentimentale et émotionnelle de la famille de Fernand, la trame des affects à partir desquels se sont établis les liens intrafamiliaux, et la façon dont il se positionnait dans la constellation familiale. Dans cette situation, l'acte entrepreneurial, dans sa symbolique, avait un poids d'autant plus important aux yeux de Fernand qu'il lui permettait de «prendre sa revanche», selon ses propres termes, et de prouver sa valeur aux yeux de sa mère et de sa famille (pour mériter (enfin) l'amour et la reconnaissance de cette mère à la fois aimée et haïe). Le cas de Fernand n'est pas unique. Les blessures affectives ou les traumatismes sociologiques<sup>11</sup> constituent

---

<sup>11</sup> pouvant expliquer le besoin de prouver sa valeur et les efforts de dépassement à l'origine d'une volonté d'ascension sociale.

fréquemment le fondement intime d'une vocation d'entrepreneur (Pinçon & alii, 1999). A ce titre, les deux autres entrepreneurs nous ont confiés que leur motivation entrepreneuriale était inséparable d'une disqualification sociale et narcissique (vécue en dehors de la sphère familiale et associée à des événements précis) les ayant profondément affectés et donnés envie de prouver leur valeur. Cette volonté de faire ses preuves renvoyait chez Fernand à un mode de défense contre l'angoisse de ne pas exister, à une demande de preuve d'amour toujours déçue et toujours à renouveler. La détermination entrepreneuriale était d'autant plus forte que la blessure narcissique qu'il éprouvait (sentiment d'infériorité, etc.) était profonde et qu'elle se conjuguait avec une filiation paternelle difficile à assumer (ombre d'un père charismatique autour duquel s'organisait une ritualisation du souvenir).

*«L'ombre de mon père a toujours été une entrave (...) On me fait comprendre encore aujourd'hui que mon père faisait mieux que moi (...) J'avais décidé de faire le métier de mon père pour faire voir à ma mère de quoi j'étais capable»*

Fernand admet aujourd'hui que cette blessure a constitué simultanément un principe organisateur fondamental de son existence que son parcours professionnel a tenté d'apaiser, de réparer et une mémoire encombrante dans laquelle son passé devenait un carcan. Elle a rétréci ses possibilités d'agir, d'imaginer son devenir. Elle s'est exprimée chez lui dans une disposition à relever un défi (plus imaginaire que réel) qui a donné un sens à son histoire (une signification et une direction) et explique partiellement la place centrale, presque exclusive, de «son» entreprise dans sa vie.

*«Je crois que ça représentait toute ma vie. Il ne se passait pas une nuit sans que je rêvais de mon entreprise. Je la rêvais toujours meilleure. Il n'y a que peu d'années que je ne rêve plus de mon entreprise (...) C'était devenu le seul objectif de ma vie»*

Dans cette filiation affective aux ramifications multiples, l'acte entrepreneurial était donc devenu pour Fernand un élément vital afin de maintenir son équilibre narcissique menacé et précaire et construire son statut de sujet. Il représentait pour lui un moyen privilégié de renégocier son histoire dans la sphère sociale (Dejours, 1987), un passage obligé pour réaliser un désir (prouver sa valeur) le conduisant à relayer sur la scène socio-organisationnelle une souffrance psychique venue du passé.

## **5. Éléments d'analyse dialectique de l'intérêt entrepreneurial**

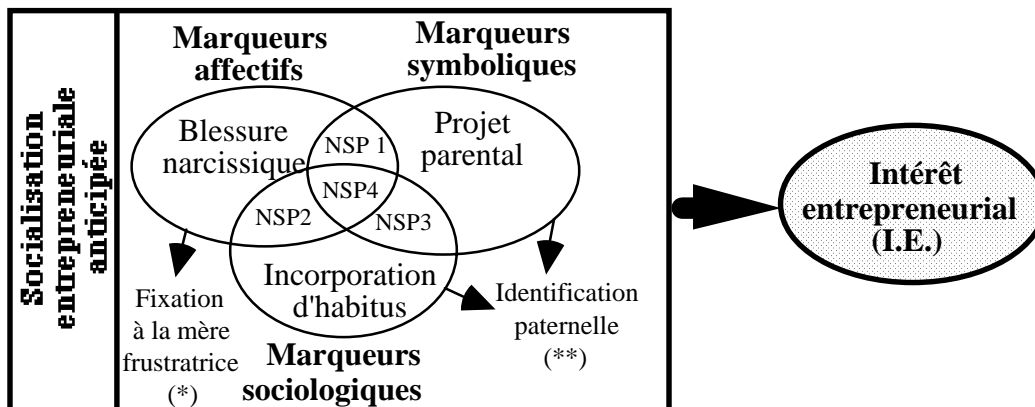
Notre recherche montre qu'il faut se garder de référer l'I.E. à un seul facteur explicatif (origine sociale, traits psychologiques, etc.). Le terreau dans lequel il peut prendre racine s'inscrit dans un mouvement dialectique existentiel. C'est dans ce mouvement que s'imbriquent et s'interpénètrent de multiples déterminations sociales, familiales, psychiques. Dans le cas de Fernand, c'est leur conjonction qui dessine à la fois ses choix et son destin individuel. L'analyse dialectique, au sens donné à ce terme par Max Pagès (1986, 1990, 1993)<sup>12</sup>, offre un cadre d'analyse permettant d'appréhender l'I.E. à travers

---

<sup>12</sup> Pour Max Pagès (1993, p. 307), l'analyse dialectique est une «orientation épistémologique visant à la recherche des articulations entre processus d'ordres différents, pour l'étude d'un objet scientifique conçu comme objet complexe. Elle utilise de façon dynamique les oppositions et les complémentarités



l'articulation de processus multipolaires mettant en scène deux agents socialisateurs centraux (père et mère).



(\*) Les blessures narcissiques peuvent, comme nous l'avons montré, prendre leur origine dans des sphères autres que la sphère familiale.

(\*\*) Les deux parents pouvant, par un jeu de scénario/contre-scénario, jouer un rôle dans l'appropriation du projet parental.

La notion de récursivité, telle que la définit Edgar Morin (1986), prend ici tout son sens pour décrire l'imbrication des sphères de déterminations<sup>13</sup>. Le système socio-mental à l'origine de l'I.E. peut se comprendre comme un processus récursif qui se produit et se reproduit dans une logique de clôture opérationnelle (Varela, 1989) en mettant en jeu conjointement les dispositions socio-psychiques acquises et les opportunités offertes par l'environnement. Dans cette perspective, la combinaison de ces sphères de détermination<sup>14</sup> ne peut que renforcer l'I.E. au point de rendre l'expression de celui-ci impérative. En d'autres termes, l'IE aura d'autant plus de force et sera d'autant plus nécessaire à l'équilibre psychique d'un «apprenti entrepreneur» que les nœuds socio-psychiques seront étroitement serrés, i.e. qu'aux déterminismes sociaux viendront s'ajouter des processus psychiques. A l'inverse, il sera d'autant plus lâche que le nombre de sphères de détermination sera limité, que certaines d'entre elles se trouveront inhibées par d'autres expériences socialisatrices, ou que leur actualisation se verra déplacée dans d'autres sphères du champ social.

Ces déterminations sont simultanément structurantes et aliénantes. Leur caractère structurant est trop évident pour qu'on s'y attarde. Quant à leur caractère aliénant, on peut dire qu'il tient à la fois à leur mode de transmission et à leur rôle central dans l'économie psychique du sujet. Sur le premier point, la transmission de ces déterminations socio-psychiques est essentiellement implicite, par une socialisation diffuse qui combine des mécanismes d'apprentissage socio-cognitifs, des processus d'identification consciente et inconsciente et des phénomènes d'intériorisation<sup>15</sup>. Ainsi,

---

*de disciplines et d'écoles de pensée différentes, au niveau de la théorie et de la pratique, telles que la psychanalyse, l'éthologie, les nouvelles thérapies, la phénoménologie, la sociologie ...».*

<sup>13</sup> E. Morin (1986, p. 101) définit une boucle récursive «comme un processus où les effets ou produits sont en même temps causateurs et producteurs dans le processus lui-même, et où les états finaux sont nécessaires à la génération des états initiaux».

<sup>14</sup> nœuds socio-psychiques notés NSP 1, 2, 3 et 4 dans le schéma.

<sup>15</sup> qui n'exclue pas la dimension explicite et intentionnelle de la transmission s'exprimant dans le projet volontaire et conscient de la socialisation de Fernand (intégration précice dans l'entreprise familiale, etc.).

la sociologie de Bourdieu insiste sur la dimension non-consciente des modes de transmission et d'activation des habitus, dans la mesure où les conditions sociales de leur production sont occultées, niées, oubliées. L'essentiel du capital culturel se transmet de façon discrète et indirecte, en l'absence de toute action manifeste. De même, la notion de projet parental est inséparable d'un processus de transmission inconscient qui se nourrit des projections imaginaires dans lesquelles il prend naissance (Gaulejac, 1991, 1999). Enfin, une blessure narcissique a quelque chose d'atemporel. Elle est souvent laissée en suspens dans un temps qui ne passe pas, mais ne cesse d'orienter le devenir (Poulichet, 1994). La particularité de ces modes de transmission explique les difficultés que peuvent rencontrer les sujets à se dégager de l'inertie de cet héritage mémoriel. Le sujet peut être possédé par son histoire plus qu'il ne la construit. Sur le second point, certaines déterminations peuvent avoir un pouvoir structurant tel qu'il requiert une mise en acte impérative, presque «compulsive». Nous pensons particulièrement aux blessures narcissiques. Avec Nicolas Duruz (1985, p. 135), le narcissisme (terme polysémique et galvaudé s'il en est) peut se définir «*comme ce qui rend possible à l'individu l'expérience de sa propre unité et de son estime de soi grâce à des représentations de soi idéalisées*». La psychologie dynamique s'accorde à reconnaître qu'il joue un rôle central dans la vie psychique d'un individu, constitue le ciment de sa personnalité et délimite son sentiment d'identité (Green, 1983 ; Eiguer, 1999). Il conditionne ainsi la dynamique des représentations psychiques qui sous-tend l'orientation des investissements observables et le choix d'activités (le monde extérieur ou sa propre personne). En ce sens, si elle peut conduire à la dépression, la blessure narcissique (présente ou passée, refoulée ou non) laisse une impression souvent durable, d'autant plus forte qu'elle se révèle apte à raviver d'anciennes cicatrices, à confirmer des inquiétudes sourdement ressenties à la suite d'expériences douloureuses. Elle appelle souvent une réparation (ou tout au moins une tentative de réparation) ou une compensation, notamment chez les entrepreneurs (Kets de Vries, 1989). En fait, sa force d'impression, son influence structurante, voire aliénante, se diffusent dans l'histoire du sujet qui la porte et en porte la marque. Comme pôle inconscient de l'organisation de l'expérience, elles le conduisent à rechercher des liens, des situations, des activités préférentiellement structurés qui lui permettront de combler une béance dans son enveloppe psychique, de redonner vie à ce qui fait manque en lui : «*S'il est assurément trop simple d'imputer à une élaboration différée du trauma des actes glorieux, des conquêtes ou des œuvres de génie, on ne peut nier qu'une réassomption identificatoire parvenant à conjurer le retour d'une trouée traumatique infantile donne à la vie un mouvement et une force de changer - sinon de créer - qu'on ne trouve chez les individus les mieux protégés*» (Dayan, 1995, p. 36 ; voir également Cyrulnik, 1999).

## **6. Conclusion**

Notre modélisation de la socialisation entrepreneuriale ne vise pas, rappelons-le, à proposer une vision exhaustive de ce processus complexe ou à y intégrer tous les «héritages» socio-psychiques (désir d'ascension sociale, etc.). Son ambition est plus limitée. Elle vise simplement à montrer empiriquement et à analyser théoriquement comment peuvent se former les dispositions entrepreneuriales d'un sujet. Nous n'avons pas traité la question qui entoure la rencontre de l'opportunité entrepreneuriale et de l'histoire personnelle et sociale du candidat entrepreneur, rencontre qui donne les

moyens à ces dispositions socio-psychiques de se révéler, ou qui les forcent à s'exprimer. Dans les cas où l'I.E. se précise dans l'espace laissé vacant consécutivement à une transmission d'entreprise (comme ce fut le cas pour Fernand), la réponse à cette question paraît évidente car la possibilité d'actualiser l'opportunité apparaît dans sa «matérialité». Les conditions de cette actualisation renvoient à des considérations organisationnelles (agencements structurels, orientations stratégiques, investissements technologiques, mode d'instrumentation gestionnaire, etc.) et managériales (compétences techniques, méthodologiques, stratégiques, relationnelles, etc.) nécessaires à la déclinaison de l'intention entrepreneuriale dans des projets eux-mêmes entrepreneuriaux. Dans les autres cas, l'analyse du phénomène entrepreneurial requiert l'intégration de niveaux d'analyse complémentaires qui insistent sur l'importance des compétences sociales (connaissance des conventions et représentations sociales établissant les règles du jeu économique, inscription dans des réseaux sociaux, etc.) indispensables pour favoriser l'encastrement de l'organisation entrepreneuriale dans le monde industriel et/ou marchand<sup>16</sup> (Verstraete, 1999).

Notre modélisation n'échappe pas à certaines critiques. On pourrait lui reprocher la faible représentativité du cas évoqué. Mais, comme le note Bernard Lahire (1999, p. 50), «*«singulier» ne signifie pas «non répétable» ou «unique»*». La singularité «*peut mettre au jour des situations bien plus fréquentes statistiquement qu'on ne le croit*». Au-delà des critiques adressées à l'étude d'un cas unique (difficulté de généralisation, confusion lorsque le cas est déviant, aspects descriptifs privilégiés sur les aspects théoriques, etc.), B. Gauthier (1992) et R. Yin (1989) considèrent que le recours au cas unique est justifié, dès lors qu'il permet d'observer et d'analyser un phénomène qui, jusqu'alors, était inaccessible à l'investigation scientifique. L'étude de cas présentée ici nous paraît répondre à ce critère. Certes, tous les dirigeants n'ont pas le même vécu social et psychique, la même histoire que Fernand. Si nos résultats ne sont pas généralisables (mais quels sont les résultats qui le sont vraiment ?), ils n'en permettent pas moins de donner une intelligibilité scientifique à certains aspects de la socialisation entrepreneuriale et de donner une consistance empirique et théorique aux vertus des approches dispositionnelles (Davis-Blake, Pfeffer, 1989).

## **Bibliographie**

Bauer M. (1991), «De l'homo economicus au pater familias : Le patron d'entreprise entre le travail, la famille et le marché» in Segalen M. (coordonné par), *Jeux de familles*, Presses du CNRS, Paris.

Berger P., Luckmann T. (1986), *La construction sociale de la réalité*, Meridiens Klincksieck, Paris.

Bertaux D. (1997), *Les récits de vie*, éditions Nathan, Paris.

Bertaux-Wiame I., Muxel A. (1996), «Transmissions familiales : territoires imaginaires, échanges symboliques et inscription sociale» in collectif, *La famille en questions : État de la recherche*, Syros, Paris.

Boltanski L., Thévenot L. (1992), *De la justification : l'économie des grandeurs*, Gallimard, essais, Paris.

Boudon R. (1986), *L'idéologie ou l'origine des idées reçues*, Paris, Editions du Seuil.

Bourdieu P. (1980), *Le sens pratique*, Les Editions de Minuit.

---

<sup>16</sup> au sens donné à ces termes par L. Boltanski et L. Thévenot (1992).

- Bourdieu P. (avec Loïc J. D. Wacquant) (1992), *Réponses*, Editions du Seuil, 1992.
- Boutillier S., Uzunidis D. (1999), *La légende de l'entrepreneur : le capital social ou comment vient l'esprit d'entreprise*, Syros, Alternatives Economiques.
- Brazeal D.V., Herbert T.T. (1999), The Genesis of Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol. 25, N° 3, Spring.
- Brockhaus R.H., Horwitz P.S. (1986), «The psychology of the entrepreneur» in Sexton D.L., Smilor R.W. (eds), *The art and science of entrepreneurship*, Cambridge, M.A. Ballinger, pp. 273-332.
- Camilleri C., Vinsonneau G. (1996), *Psychologie et culture : concepts et méthodes*, Armand Colin, Paris.
- Castellan Y. (1996), *La famille*, P.U.F., collection "Que sais-je ?", N° 1995, Paris.
- Caron F. (1997), *Les deux révolutions industrielles du XX<sup>e</sup> siècle*, Albin Michel.
- Casson M. (1991), *L'entrepreneur*, Economica, collection Gestion, Paris.
- Churchill N.C. (1987), Entrepreneurs - Mentors, Networks, and Successful New Venture Development : An Exploratory Study, *American Journal Small Business*, vol. 12, N° 2, Fall.
- Crouzet F. (1995), Les dynasties d'entrepreneurs en France et en Grande-Bretagne, *Entreprises et Histoire*, N° 9, pp. 25-42.
- Crouzet F. (propos recueillis par) (1995/a), Comment les dynasties d'entrepreneurs se voient-elles ?, *Entreprises et Histoire*, N° 9, pp. 107-125.
- Crouzet F., Puydt O. (propos recueillis par) (1996), La question dynastique, *Entreprises et Histoire*, N° 12, pp. 113-122.
- Cyrulnik B. (1999), *Un merveilleux malheur*, Editions Odile Jacob, Paris.
- Davis-Blake A., Pfeffer J. (1989), Just A Mirage : The Search for Dispositional Effects in Organizational Research, *Academy of Management Review*, vol. 14, N° 3, p. 385-400.
- Dayan M. (1985), *Inconscient et réalité*, P.U.F., Bibliothèque de psychanalyse.
- Dayan M. (1995), «Economie traumatique» in Dayan (sous la direction de), *Trauma et devenir psychique*, P.U.F., Paris.
- Dejours C. (sous la direction de) (1987), *Plaisir et souffrance dans le travail*, Tome I et II, publié avec le concours du C.N.R.S.
- Dubar C. (1992), *La socialisation : construction des identités sociales et professionnelles*, Armand Colin.
- Dubet F. (1994), *Sociologie de l'expérience*, Editions du Seuil, Paris.
- Dupont J.B., Gendre F., Berthoud S., Descombes J.-P., *La psychologie des intérêts*, P.U.F., 1979.
- Duruz N. (1985), *Narcisse en quête de soi*, Pierre Mardaga éditeur, Bruxelles.
- Eiguer A. (1999), *Du bon usage du narcissisme*, Bayard Editions.
- Elkaïm M. (sous la direction de) (1995), *Panorama des thérapies familiales*, éditions du Seuil, Paris.
- Filion L.J. (1991), *Visions et relations, clés du succès de l'entrepreneur*, Les éditions de l'entrepreneur, Montréal.

- Gartner W. B. (1988), "Who is entrepreneur ?" Is a Wrong Question, *American Journal of Small Business*, Vol. 12, N° 4, Spring.
- Gaulejac V. de (1984), Approche socio-psychologique des histoires de vie, *Education Permanente*, N° 72-73.
- Gaulejac V. de (1991), *La névrose de classe*, Paris, Hommes & Groupes éditeurs, Paris.
- Gaulejac V. de (1999), *L'histoire en héritage : Roman familial et trajectoire sociale*, Desclée de Brouwer, Paris.
- Gauthier B. (1992), «La structure de preuve» in Gauthier (sous la direction de), *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données*, Montréal, Presses de l'Université du Québec.
- Ginsberg A., Buchholtz A. (1989), Are entrepreneurs a breed apart ? A look evidence, *Journal of General Management*, vol. 15, N° 2, winter.
- Gordon R. (1989), Les entrepreneurs, l'entreprise et les fondements sociaux de l'innovation, *Sociologie du Travail*, 1-89, pp 107-124.
- Granget N. (1996), «Faire société» en entreprise d'insertion ?, Thèse de doctorat de l'Université en Sociologie, Université de Juissieu (Paris VII), juillet.
- Green A. (1983), Narcissisme de vie, narcissisme de mort, Les Editions de Minuit, Paris.
- Green A. (1995), *La causalité psychique entre nature et culture*, Editions Odile Jacob, Paris.
- Gresle F. (1987), Le travail artisanal in Levy-Leboyer C., Sperandio J.-C., *Traité de psychologie du travail*, P.U.F.
- Julien P.-A., Marchesnay M. (1996), *L'entrepreneuriat*, Economica, Gestion poche.
- Kaës R. (1976), *L'appareil psychique groupal. Constructions du groupe*, Dunod, Paris.
- Kaës R. et coll. (1993), *Transmission de la vie psychique entre générations*, Dunod, Paris.
- Kaës R. et coll. (1997), *Le générationnel : Approche en thérapie familiale psychanalytique*, Dunod, Paris.
- Kets de Vries M. (1989), *Prisoners of Leadership*, John Wiley & Sons, Inc.
- Knight R.M. (1987), «Can business schools produce entrepreneurs ?» in Churchill, Hornaday, Kirchhoff, Krasner and Vesper (Eds), *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, M.A. Babson College, pp. 603-604.
- Kuratko D.F., Hornsby J.S., Naffziger D.W., A proposed research model of entrepreneurial motivation, *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol. 18, N° 3, Spring.
- Lahire B. (1998), *L'homme pluriel : les ressort de l'action*, Nathan, Essais & Recherches, Paris.
- Lahire B. (1999), Esquisse du programme scientifique d'une sociologie psychologique, *Cahiers Internationaux de Sociologie*, vol. CVI, pp. 29-55.
- Lahire B. (1999/a) «De la théorie de l'habitus à une sociologie psychologique» in Lahire B. (sous la direction de), *Le travail sociologique de Pierre Bourdieu : dettes et critiques*, éditions de la Découverte.
- Lainé A. (1998), *Faire de sa vie une histoire : Théories et pratiques de l'histoire de vie en formation*, Desclée de Brouwer, collection sociologie clinique, Paris.

- Larson A. (1992), Network Dyads in Entrepreneurial Settings : S Study of the Gouvernance of Exchange Relationship, *Administrative Science Quaterly*, 37, pp. 76-104.
- Larson A., Starr J.A. (1993), A Network Model of Organization Formation, *Entrepreneurship Theory & Practice*, winter.
- Léger C. (1996), Dynasties d'entreprise et dynasties d'entreprendre, *Entreprises et Histoire*, N° 12, pp. 89-100.
- Legrand M. (1993), *L'approche biographique : théorie, clinique*, Hommes et Perspectives, Paris.
- Mitton D.G. (1989), The Compleat Entrepreneur, *Entrepreneurship Theory & Practice*, Spring, pp. 9-19.
- Montmouli G. de (1977), *L'influence sociale : phénomènes, facteurs et théories*, P.U.F., Paris.
- Morin E. (1986), *La méthode Tome III. La connaissance de la connaissance*, Editions du Seuil, Paris.
- Muxel A. (1996), *Individu et mémoire familiale*, Nathan, Essais & Recherches, Paris.
- Neider L. (1987), A Preliminary Investigation of Female Entrepreneurs in Florida, *Journal of Small Business Management*, vol. 25, N° 3, July.
- Olson P. D. (1986), Entrepreneurs : Opportunistic Decision Makers, *Journal of Small Business Management*, July, pp. 29-35.
- Pagès M. (1986), *Trace ou sens : le système émotionnel*, Hommes & Groupes Éditeurs.
- Pagès M. (1990), L'analyse dialectique : propositions, *Psychologie Clinique*, N° 3.
- Pagès M. (1993), *Psychothérapie et complexité*, Hommes et Perspectives, EPI, Paris.
- Passeron J.-C. (1991), *Le raisonnement sociologique : l'espace non-poppérien du raisonnement naturel*, Nathan, Paris.
- Passeron J.-C. (1996), La constitution des sciences sociales : Unité, fédération, confédération, *Le Débat*, Gallimard, N° 90, mai-août.
- Pinçon M., Pinçon-Charlot M. (1999), *Nouveaux patrons, nouvelles dynasties*, Calmann-Lévy, Paris.
- Pouchain P. (1998), *Les Maîtres du Nord du XIX siècle à nos jours*, Perrin, Paris.
- Poulichet S. le (1994), *L'œuvre du temps en psychanalyse*, Editions Payot & Rivages, Paris.
- Reynolds P. (1992), Predicting new firms births : interactions of organizational and human populations in Sexton, Kasarda (Eds), *The state of the art of entrepreneurship*, Boston : PWS-Kent Publishing, pp. 268-297.
- Rialland C. (1994), *Cette famille qui vit en nous*, Editions Robert Laffont, Réponses, Paris.
- Sainsaulieu R. (sous la direction de) (1990), *L'entreprise : une affaire de société*, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, Paris.
- Segalen M. (1996), *Sociologie de la famille*, Armand Colin, Paris.
- Singly F. de (sous la direction de) (1991), *La famille, l'état des savoirs*, Editions la découverte, Paris.
- Singly F. de (1996), *Le soi, le couple et la famille*, Nathan, Essais & Recherches, Paris.
- Varela F. (1989), *Autonomie et connaissance : essai sur le vivant*, Editions du Seuil, Paris.

Verstraete T. (1997), *Modélisation de l'organisation initiée par un créateur s'inscrivant dans une logique d'entrepreneuriat persistant : Les dimensions cognitive, praxéologique et structurale de l'organisation entrepreneuriale*, Thèse de doctorat de l'Université en Sciences de Gestion, Université des Sciences et Technologies de Lille (Lille I), I.A.E. de Lille, juillet.

Verstraete T. (1999), *Entrepreneuriat : Connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, L'harmattan.

Yin R. (1989), *Case study research : Design and Methods*, Applied Social Research Methods Series, vol. 5, Newbury Park, California, Sage Publications Inc., revisited edition.

Zarca B. (1988), Identité de métier et identité artisanale, *Revue Française de Sociologie*, Tome XXIX, pp. 247-273.