

Identité

Le concept d'**identité** est difficile à définir. Il est à la fois central dans la plupart des sciences humaines et sociales et fait l'objet de différentes définitions, dont certaines sont assez floues. *Le Vocabulaire technique et critique de la philosophie* d'A. Lalande (1997) répertorie quatre sens, dont on retiendra celui qui correspond à ce que traditionnellement on appelle l'« identité personnelle », défini comme « caractère d'un individu [...] dont on dit qu'il est "le même" aux différents moments de son existence : "L'identité du moi" ».

En analyse du discours, pour pouvoir utiliser la notion d'identité, il convient de lui adjoindre deux autres notions qui circulent également dans les domaines philosophiques et psychologiques, celles de *sujet** et d'*altérité*. La première de ces notions permet de poser l'existence de l'être pensant comme disant « je ». P. Ricœur nous rappelle ce « primat de la médiation réflexive sur la position immédiate du sujet, telle qu'elle s'exprime à la première personne du singulier : "je pense", "je suis" » (1990 : 11). La deuxième notion permet de poser qu'il n'y a pas de conscience de soi sans conscience de l'existence de l'autre, que c'est à la mesure de la différence entre « soi » et « l'autre » que se constitue le sujet.

Si l'on rapporte cette notion à celle de *sujet** parlant, on pourra dire que celui-ci se caractérise par un certain nombre de traits qui lui confèrent une certaine identité en tant qu'il produit un acte de langage. Il faut cependant reconnaître que cette notion n'a pas été très développée en analyse du discours. Elle a davantage été exploitée par

les psychosociologues du langage qui parlent d'« identité sociale », d'« identité collective » ou d'« enjeu identitaire » (Chabrol 1994 : 204).

On peut considérer que l'identité du sujet du discours se construit de deux façons différentes, dans deux domaines qui sont à la fois distincts et complémentaires, les deux se construisant en articulation avec l'acte d'énonciation : une identité dite « personnelle », une identité dite de « positionnement ».

L'identité personnelle n'est pas seulement psychologique ou sociologique, elle est double. P. Charaudeau, par exemple, propose de distinguer : une *identité psychosociale* dite « externe », celle du sujet* communiquant, qui consiste en un ensemble de traits qui le définissent selon son âge, son sexe, son statut, sa place hiérarchique, sa légitimité de parole, ses qualités affectives, tout cela « dans une relation de pertinence à l'acte de langage » (1991 a : 13) ; une *identité discursive*, dite « interne », celle du sujet énonciateur*, qui peut être décrite à l'aide de catégories *locutives**, de *modes de prise de parole*, de *rôles* énonciatifs* et de *modes d'intervention* (1993 a et 1999 : 18). De l'articulation et du jeu entre traits d'identité externes et internes résultent les stratégies* discursives.

*L'identité de positionnement** caractérise la position que le sujet occupe dans un champ discursif en rapport avec les systèmes de valeur qui y circulent, non pas de façon absolue, mais du fait des discours que lui-même produit. Ce type d'identité s'inscrit alors dans une *formation* discursive*.

Dans un cas comme dans l'autre, l'identité résulte, à la fois, des conditions de production qui contraignent le sujet, conditions qui sont inscrites dans la situation de communication et/ou dans le préconstruit discursif, et des stratégies que celui-ci met en œuvre de façon plus ou moins consciente.

► Formation discursive, Individuation, Positionnement, Rôle

P. C.

Idéologie

EN PHILOSOPHIE POLITIQUE ET EN SCIENCES SOCIALES

L'idéologie a fait l'objet de très nombreuses définitions, de la part d'auteurs aussi divers que K. Marx et F. Engels, R. Aron, L. Althusser, H. Arendt, R. Boudon, E. Balibar, etc. Malgré des différences notables,