

## Les communications d'action et d'utilité publiques

Vincent MEYER \*

Le texte présente un des développements des Communications d'action et d'utilité publiques (CAUP). Ces communications protéiformes deviennent des équipements indispensables des différentes structures ayant mission d'intermédiation dans les formes actuelles de l'action publique. Elles s'inscrivent aujourd'hui dans des dynamiques intermédiaires en tant que processus, stratégie et dispositif technique communicationnels de l'action publique (*e.g.* campagnes de prévention, de sensibilisation, d'éducation, de gestions des risques sanitaires, industriels ou écologiques, opérations de recueil de dons, activités de médiation... ceci au niveau national et international). Après avoir exposé, pour illustrer le propos, les résultats d'une enquête sur les équipements de prévention et de dénonciation de l'enfance maltraitée, on détaillera quelques éléments d'analyse des CAUP. Enfin, on insistera sur la dimension méthodologique car étudier cette forme de communication demande aussi des outils originaux pour la compréhension de ces pratiques dans les organisations.

### 1. LES DEVELOPPEMENTS ACTUELS DES COMMUNICATIONS D'ACTION ET D'UTILITÉ PUBLIQUES

Que peut-on trouver de commun entre la multiplication des « minutes de silence » pour des victimes d'attentats ou celle des médiations interpersonnelles pour ceux qui en ont réchappé, une campagne de prévention de la sécurité routière ou des risques écologiques, une opération de recueil de dons au profit d'une maladie génétique handicapante ou pour la sauvegarde d'espèces animales, une opération de sensibilisation aux allogreffes ou au don du sang, des transmissions mémorielles d'événements guerriers, des services d'assistance ou d'entraide à distance ? D'une part, toutes ces formes et intentions de communication<sup>1</sup> transmettent, à des degrés divers, des souffrances physiques, psychiques et/ou sociales dans l'espace public ; d'autre part, elles relèvent aujourd'hui d'une socialité secondaire et nécessitent – pour se réaliser – le recours à la fois à des communications interpersonnelles codifiées et à des médiations techniques.

Plus largement, à travers ces formes et intentions de communication, on touche un ensemble de questions sociales contemporaines (structuration et modernisation de l'action publique, développement de la solidarité nationale et internationale, sentiment d'insécurité *versus* aspiration à plus de sécurité, prolifération des nouveaux risques, transformation des dispositifs de protection individuelle ou collective, régulation sociale, etc.). *De facto*, elles posent des questions fondamentales aux acteurs de différentes organisations publiques et para-publiques qui, travaillés par l'actualité (*e.g.* l'effet « canicule »), cherchent à optimiser leurs actions. Enfin, elles apparaissent très utiles pour penser, en parallèle, des phénomènes de lutte symbolique (*e.g.* redynamiser le lien social, développer des solidarités) dans lesquelles sont engagés les médias de masse venant suppléer, à des degrés divers, l'État social et/ou Providence. Ce sont ces formes et intentions que l'on a choisi de regrouper, à la suite de

---

\* Centre de recherche sur les médias (ÉA 3476), Université de Metz (France), vmeyer@sha.univ-metz.fr

<sup>1</sup> Les formes représentent les nombreux équipements et supports depuis les objets et procédures techniques, les algorithmiques nécessaires à la manipulation et à l'utilisation des outils, les instrumentalisation progressives ; les intentions renvoient aux stratégies, aux attendus et motivations, aux espoirs voire à l'utopie communicationnelle des différents promoteurs.

plusieurs travaux (Meyer, 1998, 2002, 2004) sous l'appellation « communications d'action et d'utilité publiques ». Celles-ci mettent en œuvre des moyens humains et non humains (Latour, 1989) permettant de « toucher » différents publics et, de construire entre et avec eux une dynamique singulière optimisant simultanément : le développement d'une (re)connaissance et d'une compréhension réciproques de leurs différences, de leurs intérêts et/ou problèmes communs ; une transformation effective de leur réalité sociale au sein de leur groupe primaire et/ou groupe d'appartenance. Elles sont à la fois processus stratégique et construction collective d'un sens et d'une action qui convient.

Certes, les CAUP cohabitent déjà avec d'autres formes de communication plus anciennement implantées et en usage (*e.g.* communication publicitaire, propagande, communication politique). Elles concernent aussi toutes les disciplines des sciences humaines et sociales couramment (r)attachées aux formes d'action publique (sociologie, histoire, économie, sciences politiques, droit, gestion, etc.). Dans ces différents champs, le versant communicationnel en tant que processus, stratégie et dispositif technique de l'action publique ne peut plus être ignoré. En effet, le développement des CAUP accompagne aujourd'hui celui d'une demande sociale croissante pour enrayer des comportements entraînant des conséquences sociales négatives ; cette demande vise à mieux articuler la recherche fondamentale, les politiques éducatives, culturelles et/ou sectorielles et l'innovation technique en matière d'outils de communication. On pense ici : aux actions d'information et de sensibilisation des populations sur les dangers auxquels elles s'exposent du fait de la consommation de tabac, d'alcool, de drogue ou de comportements alimentaires déviants (lutte contre l'obésité *versus* contre l'anorexie) ; aux programmes d'éducation à la santé en général et aux santés mentale et sexuelle (sida, MST) en particulier ; aux actions et programmes de prévention et/ou de sensibilisation à la maltraitance, aux suicides, à la violence (scolaire, urbaine, routière...), à l'usage des substances psycho-actives conduisant à l'incapacité de remplir des obligations majeures (structures de prévention, points d'accueil, cellules d'écoute dans les environnements scolaires, intervention d'urgence, prévention des récidives...).

Pour éclairer leur mise en œuvre, on partira des principaux résultats d'une enquête qualitative réalisée au premier semestre 2003 en Moselle auprès d'une quinzaine d'enseignants et de responsables éducatifs et associatifs. L'objet de l'enquête était de sérier les différents discours sociaux et vulgates sur la maltraitance des enfants ; plus spécifiquement, d'analyser les « traductions » des souffrances dans l'espace public et de mesurer certains impacts des campagnes d'information publique au profit de la lutte contre la maltraitance devenue aujourd'hui une cause d'ampleur internationale. On exposera ensuite quelques éléments d'analyse des CAUP. On expliquera notamment l'association des termes « communication » et « action et utilité publiques » ainsi que les connexions théoriques qui permettent de les faire tenir ensemble.

## **2. COMMUNIQUER POUR PRÉVENIR LA MALTRAITANCE DES ENFANTS**

Ce segment particulier a d'abord été étudié à partir d'une observation participante au moment d'un procès d'assise, suivie d'un recueil de données journalistiques entre 1996-1999 (Lepointe, Meyer, 2002) autour de l'affaire fortement médiatisée du « petit Johnny », un jeune enfant maltraité par toute sa famille dans un village des Vosges. Ce travail nous a permis de mieux comprendre les étapes du processus de mise en scène et de mise en image de sa souffrance, découverte « par hasard » par un artisan ayant effectué des travaux au domicile de l'enfant. Dans ce processus, nous avons, d'une part, la mise au jour puis l'exposition

après d'un public de la souffrance physique quotidienne de l'enfant (privations, violences physiques...) et, de l'autre, un intense traitement médiatique du procès de ses parents et tortionnaires (la « horde du Ménil »). Ce dernier reprenant et détaillant tout particulièrement les équipements par lesquels cette souffrance devait être éprouvée et reconnue de tous. Par ailleurs, on pouvait observer que les médias mettaient en œuvre une expertise participante et se réclamaient d'une forme de participation civique (à utilité publique) interrogeant l'efficacité voire l'utilité des dispositifs préexistants (dans ce cas, les services sociaux) mais aussi les modes de prévention et de dénonciation de ces maltraitances. Sur ce dernier point, notre travail a permis de préciser deux configurations constitutives d'une « bonne prévention » de la maltraitance qui se trouvent également au fondement des CAUP :

- une configuration primaire fondée sur la communication interpersonnelle, qui elle-même est composée de la communication non verbale (les gestes du dialogue), des pratiques et interactions langagières, de la rumeur. On sait que la maltraitance est longue à détecter en l'absence de stigmates physiques visibles et quand l'enfant ne la verbalise pas. Ainsi, dans ce domaine, le contact direct, les médiations interpersonnelles, l'observation, prévalent encore largement ;
- une configuration secondaire dans laquelle intervient la communication sociomédiatique (Meyer, 2004), qui implique notamment une médiation technique et/ou informatique. L'objectif principal est d'amener les individus à participer aux logiques de prévention/dénonciation par le biais de techniques de communication persuasive proches de celles de la publicité (*e.g.* campagnes d'affichage, clips vidéo, publicisations dans différentes presses, émissions spécialisées, numéros verts).

L'enquête exploratoire menée en 2003 – intitulée « Signes et signalements de la maltraitance des enfants » – a permis d'éclairer davantage ces modes d'action (prévention *versus* dénonciation). S'il s'agissait, dans un premier temps, de sérier quels sont les mots utilisés ou signes perçus par des individus pour formuler et pour traduire la maltraitance d'enfant quand il s'agit de la dénoncer ; l'objectif final de la recherche étant de faire progresser la réflexion sur la conception et la réalisation des campagnes de prévention<sup>2</sup>. Il faut préciser que depuis les années 80, grâce à un travail considérable des pouvoirs publics, des autorités administratives et judiciaires, des professionnels de l'intervention sociale et des associations de défense, la maltraitance des enfants est désormais mieux connue du plus grand nombre. Une fois cette maltraitance identifiée, les dispositifs de protection étant de plus en plus performants, beaucoup d'enfants sont désormais repérés et protégés plus rapidement. Les équipements de cette lutte, hors stratégie communicationnelle, sont très variés : lois, décrets, circulaires, chartes, rapports, déclarations d'intention, etc. Mais dans ce domaine, la prévention reste le maître mot et se conjugue avec une action publique impliquant de plus en plus le recours aux équipements de communication. Il ressort des entretiens semi-directifs, que tout le monde s'accorde « naturellement » sur la nécessité d'informer et de communiquer pour mieux prévenir ; cela posé, pour d'aucuns, il y a déjà une « surenchère » communicationnelle qu'il serait peut-être judicieux de tempérer. Cet apparent paradoxe montre surtout que les personnes interrogées ont autant de mal à s'accorder sur ce que doivent

---

<sup>2</sup> Comme dans toute campagne de prévention, il s'agit d'informer sur l'existence de dispositifs de protection (sociale, sanitaire ou civile), de prévenir des attitudes ou des comportements socialement dangereux et d'informer le contrevenant éventuel des conséquences potentiellement douloureuses de ses actes. Dans la prolifération des nouveaux risques voire dans le climat actuel d'insécurité sociale (Castel, 2003), les campagnes de prévention renforcent aussi la crédibilité d'une menace dans une logique de dissuasion et d'évitement de l'acte ; elles sont incitation à l'attention (voire à la dénonciation comme dans le cas de l'enfance maltraitée) et à la prudence maximale et participent d'une responsabilisation.

être les campagnes de prévention (une séance d'information sur la maltraitance à l'école ; des clips diffusés à la télévision ; des publicités ou des affiches sur les murs ; des formations spécifiques...) que sur leurs contenus. Le paradoxe s'accroît encore dans la mesure où ces campagnes sont certes jugées utiles mais finalement peu pertinentes tant au niveau du discours que des images utilisées. Globalement, elles sont jugées encore trop peu nombreuses et les durées d'exposition aux messages sont ressenties comme trop courtes. Ceci entraînant une carence dans la sensibilisation et l'information (voire de formation) des personnes les plus aptes à repérer les situations et à recueillir les paroles des enfants.

Ces campagnes sont généralement initiées par des institutions émettrices de principes (associations, organismes publics...) pour faire face à des risques connus. Si la conception même de la protection de l'enfance – comme dispositif d'action sociale – a beaucoup évolué depuis le XVIII<sup>e</sup> siècle (ainsi est-on passé des enfants orphelins, abandonnés, vicieux et enclins à la débauche aux enfants sujets de Droit), elle est devenue aujourd'hui un objectif majeur des politiques publiques. Si des événements comme la ratification de la Convention internationale des droits de l'enfant ont pu provoquer des changements rapides dans les mentalités et les lois, les professionnels de l'enfance ont surtout dû apprendre à travailler dans de nouvelles perspectives liées à la fois à la publicisation des situations de maltraitance – *via* les médias – dans l'espace public et aux services qu'offre depuis les années 90 « Allô, Enfance maltraitée » (le service national d'accueil téléphonique pour l'enfance maltraitée : numéro vert 119)<sup>3</sup>. Ce Groupement d'intérêt public a eu un rôle important dans le dépistage des différents cas de maltraitance. Les chiffres communiqués l'indiquent, on apprend que si « l'année 1997 a été marquée par un pic d'appels suscité par la campagne "Grande Cause Nationale consacrée à l'Enfance Maltraitée" [2 594 031], l'évolution du nombre d'appels émis vers le 119 depuis 1998 est relativement stable [...] Pour l'année 2002, le nombre total des appels acheminés s'élève à 1 962 525 ».

### 3. COMMUNIQUER POUR INCITER À L'ACTION

La conception de ces campagnes ne se réduit pas à l'élaboration de simples messages adressés à un public cible. Le problème récurrent reste la description d'une maltraitance ; autrement dit, comment traduire cette attitude, par l'image et le texte, pour le grand public. En effet, elles ne peuvent « s'attarder » à détailler la complexité des dispositions et itinéraires individuels et/ou familiaux qui y concourent. Par ailleurs, il est très difficile de traduire une maltraitance toujours plurielle : physique, psychologique, négligences lourdes ou inceste ? Finalement, on n'est jamais certain que tel contenu déclenche telle action pour prévenir le problème. La difficulté principale réside *in fine* dans la mise en scène (la monstration) des individus en souffrance surtout lorsque celle-ci passe par celle de leurs blessures visibles physiques et/ou mentales. On touche ici un aspect essentiel dans la conception et la réalisation de ces campagnes : « Esthétiser » une souffrance. L'objectif est double : la soustraire durablement aux impératifs de la justification et la valider aux yeux de différents spectateurs ou tiers intéressés par différents équipements rhétoriques et pratiques. Dans tous les cas, cette esthétisation participe d'une éthique spécifique dans le sens où, il n'est plus « gênant » de montrer des personnes en souffrance pour répondre aux situations d'urgence et de détresse et pour qu'on les accepte davantage. Cette esthétisation doit donc produire un effet public autant qu'un effet sur les publics. C'est elle qui doit permettre une nouvelle orientation de l'action et

---

<sup>3</sup> [http://www.allo119.org/adultes/119/present\\_service.html](http://www.allo119.org/adultes/119/present_service.html)

une (re)codification du rapport à autrui souffrant (notamment en ce qui concerne la dénonciation, l'indignation voire la compassion face à cette souffrance). C'est à quoi s'emploient de plus en plus les médias qui consacrent « l'importance de la communication comme valeur centrale autour de laquelle la société est censée s'organiser » (Breton, 1991 : 246). *De facto*, ils participent aujourd'hui d'un processus de redéfinition des solidarités (Meyer, 2004) ou plus spécifiquement proposent une déclinaison à chaque fois singulière d'une solidarité que l'on peut qualifier de médiorganique.

Aujourd'hui les pratiques communicationnelles et les techniques médiatiques concourent donc à une reconnaissance de la souffrance humaine. C'est certainement le développement progressif – dans les années 70 puis plus intensif deux décennies plus tard – de l'action humanitaire et les transformations structurelles du champ de l'intervention sociale (Chopart, dir., 2000) qui ont constitué le point de départ d'une structuration plus intensive des CAUP. Ils sont ainsi devenus des dispositifs à part entière et plus précisément, ce que Jean-Yves Trépos (2003 : 107) nomme « des dispositifs d'incitation qui [notamment] se construisent sur le fonds de la réduction des risques. Ils cherchent, tout à la fois, à affirmer la nécessité de la souffrance présente (une politique du présent), la nécessité de la rapporter aux souffrances du passé (une politique des victimes) et aux souffrances à venir (une politique des risques) ».

L'action et l'utilité publiques concernent de nombreux aspects de la vie des individus au sein de la société. Ce qui les relie d'abord, c'est un principe d'efficacité. En effet, l'État et ses grands établissements publics doivent en permanence réfléchir à de meilleures adaptations et adéquations de leur politique et notamment des dispositifs et moyens juridiques, techniques et humains existants. Ensuite, ce principe d'efficacité contient une certaine idée (voire idéologie) du sens de l'action incluant à la fois mutualisation, prévoyance et production de solidarité dans laquelle le recours aux médias devient essentiel. Ainsi dans une perspective collective d'un vivre ensemble organisé (et amélioré), les CAUP participent de plus en plus souvent – en réponse à l'affaiblissement proclamé des grands modèles normatifs – d'une régulation sociale. Si dans les acceptions contemporaines, action publique et utilité publique sont souvent séparées voire réduites à des dimensions spécifiques en fonction des discours et des enjeux du moment (revendications syndicales, actions juridiques, militantismes et engagements associatifs, modes d'engagement de la société civile, etc.), c'est finalement dans les différentes formes et intentions de communication – des plateaux de télévision aux studios de radio en passant par les mobilisations humaines de grande envergure – qu'on arrive le mieux à les faire tenir ensemble. De proche en proche, elles permettent des coconstructions diverses qui constituent simultanément le fondement d'une expression publique (devant suppléer aux insuffisances des espaces traditionnels du débat sociétal) et d'un mode d'organisation spécifique de l'action publique. On peut même avancer que toute dynamique d'action et d'utilité publiques doit aujourd'hui composer avec les médias de masse et leurs volontés de plus en plus affirmées de participer à diverses productions de solidarité. Ces médias – au premier rang desquels se trouve la télévision que Pierre Bourdieu (1996 : 12) décrivait comme « un instrument qui, théoriquement, donne la possibilité d'atteindre tout le monde » – ont, non seulement, la capacité humaine et technique de fixer les émotions d'une « opinion publique » mais aussi de conditionner les modalités d'affirmation de sa volonté d'agir pour les convertir ponctuellement dans une action collective susceptible de transformer les conditions d'humanisation des relations sociales.

Précisons que les CAUP ne se limitent pas aux campagnes de prévention. La place manque ici pour les développer toutes, mais on doit aussi y inclure :

- les opérations de recueil de dons qui face à une supposée désolidarisation des rapports humains sont un équipement indispensable des nouvelles transactions de la solidarité. En nature et/ou en espèces, elles permettent souvent une mobilisation importante des capacités volitives en spectacularisant des besoins et une relation de dépendance qui doit lier le sollicitant au sollicité<sup>4</sup> ;
- les opérations d'information et de sensibilisation visant à « changer les attitudes » ou à « se faire entendre » même pour des causes qui ont « gagné » le combat social de leur visibilité dans l'espace public. Les exemples ne manquent plus – notamment dans le domaine de la santé – depuis l'hygiène bucco-dentaire aux effets néfastes du tabagisme en passant par les maladies sexuellement transmissibles. Ces opérations sont de plus en plus codifiées et situées dans le temps (la journée nationale de lutte contre, l'année de...) ;
- les « nouvelles » médiations interpersonnelles qui vont des médiations dites culturelles<sup>5</sup> et/ou sociales à celles qui – à l'instar des modes alternatifs de résolution des conflits – ont vocation à régler « à l'amiable » les différends entre le public et l'administration, et ainsi de proposer des améliorations du service public.

#### **4. DES OUTILS METHODOLOGIQUES ORIGINAUX POUR L'ÉTUDE DES PRATIQUES COMMUNICATIONNELLES**

Si la conjoncture actuelle est marquée par une multiplication des CAUP ; celles-ci présentent une série de problèmes méthodologiques pour les chercheurs. Parmi eux, celui de la réception et de la perception d'une construction médiatique d'une souffrance. Ce paysage demande donc aussi à (ré)adapter les techniques d'enquête, la présence et les postures des chercheurs sur les terrains en tenant compte de celles qui leurs sont assignées par les agents. Les CAUP laissent des traces qui permettent de collecter une multitude de données permettant de saisir, dans la durée, leurs développements et leurs dynamiques propres. Au premier rang de mes travaux figure la méthode des scénarios (MDS). Sa particularité est de mettre au jour les manières dont des individus agencent (individuellement, puis collectivement) leur perception des caractéristiques génériques d'un fonctionnement organisationnel mais aussi des événements ou des changements qui font tension ou demandent un accord au sein d'une organisation. Celle-ci ne s'avérait toutefois pas suffisante pour développer des travaux sur un des aspects fondamentaux des CAUP : leur réception. À cette fin, je développe un système expérimental en collaboration avec des chercheurs allemands en sciences de l'information et de la communication.

Les méthodes projectives et participatives comme la MDS ont la particularité de permettre une production de connaissance et de diagnostic, de répondre à une demande d'expertise, de cerner voire de préparer des décisions ou des tentatives d'innovation, des alliances stratégiques dans des contextes professionnels et organisationnels définis ou encore de réaliser une mesure de l'efficacité opérationnelle d'un réseau d'acteurs dans des

---

<sup>4</sup> Cette dimension a notamment été mise au jour dans les travaux du CREM sur le Téléthon (Walter, dir., 1998 ; Meyer, 1998).

<sup>5</sup> Dans ce cadre, les CAUP contribuent à la connaissance des multiples aspects de certains faits sociaux (depuis le fait migratoire au centre de bien des préoccupations politiques jusqu'au processus de transmission mémorielle). Elles se développent donc aussi comme une réponse aux problèmes d'intégration notamment dans leurs aspects d'exposition et de spectacularisation des coutumes, des traditions, des mœurs, d'une mémoire en prônant notamment le maintien voire le développement des particularités culturelles.

organisations. Ce type de méthode est très productif lorsqu'on doit interroger sur les principes qui guident la nécessité de communiquer dans des logiques d'action et d'utilité publiques. On s'aperçoit vite qu'il est de plus en plus indispensable de rendre compte du système de valeurs et de représentations qui entre dans les traductions (et donc la reconstruction) d'une catastrophe naturelle, d'une souffrance, d'un sentiment d'insécurité ou d'un problème social surtout lorsqu'il devient un enjeu pour l'action publique. Pareille méthode peut donc recueillir les situations intermédiaires et « hybrides » des discours et intentions sur ces pratiques communicationnelles. Par ailleurs, l'interrogation projective et participative suscite toujours l'exploration commune (savante et profane) qui permet de mieux décrypter la complexité des conceptions et dispositions en usage dans la conception et la réalisation des CAUP.

Détaillons la démarche. Dans une première étape, on soumet individuellement à des volontaires en groupe restreint (8 à 10 personnes généralement) des scénarios (récits plus ou moins développés), des items (propositions synthétiques) ou des photographies sur lesquels ils sont invités à réfléchir et à se prononcer d'abord par écrit sur un formulaire réponse dépersonnalisé, transmis par le chercheur, qui récapitule aussi les consignes<sup>6</sup>. Ces scénarios présentent la particularité d'être volontairement caricaturaux et comportent des éléments susceptibles de produire l'étonnement, la réprobation, la contre-argumentation voire la réfutation. Ainsi, ces scénarios exposent-ils en raccourci et de manière impersonnelle des activités de travail ou des dispositions professionnelles singulières qui peuvent poser problème ou se présenter comme des épreuves de professionnalité. Il est préférable qu'ils résultent d'investigations préalables en lien avec l'objet ou réalisées dans une phase exploratoire de la recherche. On gagne souvent à les construire à partir d'observations ethnographiques, d'exploitation de récits personnels ou professionnels, de résultats d'enquêtes quantitatives ou qualitatives, etc. Cela posé, il s'agit toujours de partir de situations possibles et/ou vécues par les participants. Les scénarios doivent ainsi apparaître comme une version ayant subi de (trop) nombreuses interpolations et appelant, de la part des individus qui connaissent « bien » les situations, une nouvelle traduction pour corriger ou confirmer celle du chercheur qui relève (ou révèle) d'un parti pris. Plus précisément, pour Jean Kellerhals (1988 : 169) : « Ces scénarios n'ont pas pour but principal de mimer la réalité, c'est-à-dire de simuler ce qui se passerait si un problème analogue à celui que l'observateur propose se posait aux acteurs. Ils ont pour objectifs de mettre en lumière les référentiels (critères, normes, savoirs, etc.) que les acteurs emploient pour élaborer une solution à un problème ». En l'espèce, il s'agit aussi dans une réflexion individuelle de polariser l'attention sur une reconstitution d'un savoir expert ou ordinaire. Après les contacts terrain d'usage, ces scénarios sont envoyés par courrier ou distribués lors d'une éventuelle réunion de présentation de la méthode. Pour répondre aux consignes, on laisse aux participants entre huit et quinze jours pour « entrer » dans les scénarios. Dans ce délai de réponse, ils ont ainsi la possibilité de (re)corriger leurs propositions. On attend donc d'eux des réponses avec lesquelles ils sont le plus satisfaits par rapport aux situations caricaturales proposées. Dès la réception des formulaires, débute une première analyse de contenu ; le chercheur veillera tout particulièrement à reprendre les traductions d'approbation ou de réprobation. Cette analyse vise à identifier les accords et désaccords dans les prises de position individuelles. Ces dernières peuvent aussi, si l'objet l'exige, être croisées avec les déterminants sociaux classiques (sexe, âge, fonction, statut, etc.). Ce recueil des données par formulaire et son traitement représentent autant de points d'appui pour l'argumentation et servent à préparer la

---

<sup>6</sup> Elles varient selon les chercheurs et les objets : on peut demander de classer les scénarios par ordre de vraisemblance, d'y souligner ou d'en extraire les assertions avec lesquelles les participants sont d'accord, pas d'accord, demander qu'ils produisent leur propre scénario en s'inspirant de leur expérience mais aussi des propositions émises par le chercheur, ce qui s'apparente aux traditionnelles « questions ouvertes ».

seconde étape dite phase de négociation incluant la restitution, par le chercheur, des analyses et l'organisation d'un débat avec (en principe) les mêmes participants. Dans cette phase, il s'agit de relier les scénarios comme « réponses individuelles », comme prise de position personnelle et anonyme à une discussion sous forme de table ronde qui ouvre sur une négociation suite à l'exposé de l'analyse des résultats par le chercheur et en sa présence. Cette phase de mise en commun permet d'abord de saisir ce qui n'est pas sorti dans les réponses individuelles mais elle vise surtout à mettre au jour les différentes rhétoriques de légitimation, à introduire des relations de causalité entre différentes situations, à faire apparaître des jugements de valeur, à mettre au jour des pratiques et le sens qui leur est attribué par les individus (Meyer et Trépos, 2004 ; Meyer et Walter, 2002, 2003).

L'interrogation méthodologique (mais aussi épistémologique) récurrente sur la possibilité de mesurer les effets des communications en dehors de celles que produisent leurs justifications *ex ante* ou *ex post* a toujours été une préoccupation centrale dans mes recherches. Par ailleurs, certains organismes sont de plus en plus demandeurs, dans le développement des recherches, de « certitudes factuelles ». La mise en place d'outils d'observation permanente dans ces dernières n'est généralement pas de la compétence des chercheurs et, souvent, il s'agit moins de mesurer les stratégies d'usage que leurs effets et leurs réceptions. Ainsi pour mieux prendre en compte les questions de production et de la réception des CAUP dans les communications organisationnelles, j'expérimente actuellement un système d'analyse de la réception médiatique *EARS (Electronic Audience Response System)*. Il s'agit d'un outil de mesure fondé sur une technologie très performante de collecte d'informations. Sous ce sigle se trouve, en fait, un dispositif de mesure des réponses multiples en temps réel (*Systeme Realtime response*). *EARS* permet de saisir instantanément (toutes les 2 secondes) la formation et l'expression des sentiments et des opinions comme les mécanismes d'appropriation de messages en fonction des images (fixes et animées) et du texte visualisé. Des participants sont invités à réagir à l'aide du boîtier infra rouge (comportant 7 positions) pendant une projection d'extraits d'images. Ces réactions ont été instantanément enregistrées et traitées pour l'ensemble des participants. Ainsi peut-on suivre en direct, à l'image et/ou au mot près, la construction d'une opinion d'un groupe de 75 personnes (nombre de boîtiers disponibles). Ce système peut constituer une veille méthodologique ponctuelle ou événementielle permettant de mesurer l'usage et l'utilité des formes et intentions des CAUP ; il peut être une aide précise au diagnostic mais aussi à la prévention voire au traitement des campagnes de prévention, des opérations d'information et de sensibilisation et de diverses médiations. La mise en œuvre du système *EARS* a un avantage sur les modes plus classiques d'analyse de la réception : il permet de prendre en compte la formation et l'expression des sentiments et des opinions comme les mécanismes d'appropriation des messages médiatiques (identification, réflexivité) qui participent de la construction des images stéréotypées et des représentations. Dès lors, la situation expérimentale proposée permet de réaliser des tests projectifs auprès de plusieurs groupes cibles pour saisir ce qu'évoquent pour eux différents messages médiatiques (Meyer, 2005, à paraître).

## 5. CONCLUSION

Sans prétention d'exhaustivité, on peut aujourd'hui retrouver des CAUP : en situation de crise dans les entreprises ou plus globalement dans les politiques et stratégies de communication entrepreneuriale interne et externe ; dans le domaine de la santé et de l'intervention sociale pour des actions de sensibilisation, de médiation, d'accompagnement,

d'éducation auprès de différentes populations ; dans la politique en matière de prévention et de gestion des risques (e.g. dans les questions de sécurité intérieure et/ou civile, d'environnement, d'écologie, de santé, de consommation, d'animation d'un débat social sur un sujet d'actualité) ; dans la religion où elle sert l'action pastorale ; dans le travail et le devoir de mémoire où elle constitue une forme de la communication ritualisée, voire intergénérationnelle, permettant à la fois la construction d'un certain modèle de transmission des événements passés et la promotion des équipements culturels de la mémoire. Si leur multiplication montre que les mondes de l'information et de la communication développent des formes et intentions de plus en plus protéiformes ; elle montre, en même temps, leur nécessité dans la construction des rapports sociaux et plus précisément d'un lien social.

Si la conception, la réalisation et la réception de ces communications dans ces différents segments sont soumises à des contraintes assez variées, en définitive, elles peuvent concerner, à un moment donné, l'État et les collectivités territoriales, les administrations et services publics, les entreprises, les organismes gestionnaires d'intervention sociale, les associations. Ces extensions sont autant de terrains propices à la recherche en sciences humaines et sociales à une époque où il est proclamé la nécessité, pour reprendre une formule de Serge Proulx (2000), de « réinventer des solidarités citoyennes dans la société mondiale de la communication ».

## BIBLIOGRAPHIE

Bourdieu P., *Sur la télévision*, Paris, Liber éditions, 1996.

Breton P., « L'idéologie de la communication et l'emprise des médias », in J.-M. Charon, dir., *L'état des médias*, Paris, Éd. La découverte, 1991, pp. 243-247.

Castel R., *L'insécurité sociale : qu'est-ce qu'être protégé ?*, Paris, Éd. du Seuil, 2003.

Chopart, J.-N., dir., *Les mutations du travail social, dynamique d'un champ professionnel*, Dunod, 2000.

Kellerhals J., *Les figures de l'équité*, Paris, Presses universitaires de France, 1988.

Latour B., *La science en action*, Paris, Éd. La Découverte, 1989.

Lepointe E., Meyer V., « Le rôle des équipements médiatiques dans l'esthétisation des souffrances et des professionnalités », *Le Temps de l'Histoire*, 4, 2002, pp. 169-199.

Meyer V., « Téléthon, le oui mais de certains professionnels du travail social » in : J.Walter, dir., *Le Téléthon Scène, intérêts, éthique*, Paris, Éd. L'Harmattan, 1998, pp. 141-159.

Meyer V., « Les pratiques d'information et de communication dans et pour le don d'organes », in Actes du XIIIe Congrès national des sciences de l'information et de la communication, Marseille, SFSIC& auteurs, 2002, pp. 439 à 445.

Meyer V. *Interventions sociales, communication et médias : l'émergence du sociomédiatique*, Paris, Éd. L'Harmattan, 2004.

Meyer V., dir., *Les traductions médiatiques de l'immigration : (re)production, (re)présentation et réception des images*, Rapport de recherche pour le FASILD, 2005, à paraître.

Meyer V., Trépos J.-Y., « La méthode des scénarios en questions » *in* : Actes du 1<sup>er</sup> congrès de l'Association française de sociologie, 2004.

Meyer V., Walter J., « Internet dans le téléviseur : des scénarios pour une expérimentation des usages » *in Questions de Communication*, 2, 2002, pp. 159-172.

Meyer V., Walter J., « Méthode des scénarios et communication des organisations » *in Questions de Communication*, 4, 2003, pp. 381-393.

Proulx S. (2000). « Réinventer des solidarités citoyennes dans la société mondiale de la communication », XVI<sup>ème</sup> congrès de l'ASISLF, Québec.

Trépos J.-Y., « La force des dispositifs faibles : la politique de réduction des risques en matière de drogue » *in Les cahiers internationaux de Sociologie*, Vol. CXIV, 2003, pp. 93 à 108.

Walter J., « Le Téléthon : objet complexe, objet frontière », *in* : J. Walter, dir., *Le téléthon. Scène-Intérêts-Éthique*, Paris, Éd. L'Harmattan, 1998, pp. 7-29.