

Critères de choix des outils méthodologiques en sociologie de la communication

Zeineb TOUATI BEN ALI *

Nous n'avons pas dans cette communication intitulée « Critères de choix des outils méthodologiques en sociologie de la communication », l'ambition de donner une recette qui permette la sélection des outils méthodologiques à utiliser dans le domaine de la sociologie de la communication. Ce serait très prétentieux de notre part parce que la question de la détermination des problématiques à poser et du choix des outils méthodologiques à appliquer en sociologie de la communication reste d'actualité et ouvre une grande porte dans le domaine de la recherche. Nous allons plutôt à partir de la présentation de notre travail de recherche et des outils méthodologiques que nous avons dû mettre en œuvre pour répondre à notre problématique, exposer les différentes difficultés rencontrées lors du choix de la méthodologie et vous présenter les raisons qui ont fait que nous avons privilégié certains outils au détriment d'autres.

Notre travail de recherche traite du rôle des médias, des institutions (Etat, famille, école et instances religieuses), et des processus symboliques dans la construction et l'évolution des représentations sociales des femmes dans la société tunisienne. En effet, nous nous proposons d'étudier les modes et les étapes de construction et de transformation des images véhiculées sur les femmes en Tunisie. Nous visons essentiellement à dégager la contribution des canaux de communication et leurs modes opératoires.

Comment les tunisiens se représentent-ils, pensent-ils ou encore imaginent-ils les femmes aujourd'hui ? Existe-t-il une ou plusieurs représentations de base? Quels en sont les fondements ?

Comment les moyens de communication exercent-ils des changements sur ces représentations ? A quel point ces représentations déterminent-elles le rapport de la société aux femmes ?

Notre problématique vise à démontrer comment les instances de médiation citées précédemment parviennent à assurer la perpétuation de ces représentations en agissant sur les structures inconscientes et sur l'imaginaire social cadres d'interprétation et d'analyse.

Nous avons posé comme point de départ les trois hypothèses suivantes :

- Les différentes représentations sociales des femmes dans la société tunisienne présentent à la fois unité, diversité et contradictions, surtout par le fait de la rencontre ou du choc entre la longue (vieille) tradition de l'imaginaire arabo-musulman et les transformations d'origine politique apportées par le statut qu'édicta en 1956 le président Bourguiba. Des représentations homogènes pour certaines et totalement contradictoires pour d'autres. Cette différence résulterait des facteurs sociaux, économiques et culturels autrement dit essentiellement de l'appartenance sociale et géographique ainsi que du niveau d'instruction, dans les conditions de transformation profonde de la société tunisienne depuis une cinquantaine d'année, et en particulier du

* Doctorante en Sciences de l'Information et de la Communication, Thèse réalisée au sein du CED&PIC (Centre d'Etude des Dispositifs et des Processus d'Information et de Communication), Université Stendhal, Grenoble 3.

statut des femmes, à la fois au niveau juridique et au niveau d'une nouvelle symbolisation de leur place dans la société.

- Les différentes représentations sociales des femmes, dont l'origine reste inconnue, présentent des traits communs dus à l'héritage culturel et civilisationnel de cette société, et des traits nouveaux issus des modifications de leur statut juridique et politique.
- Ces représentations se nourrissent, tout au long de leur évolution, de différents facteurs. Elles sont le résultat de diverses médiations : institutionnelles, religieuses, médiatiques, scolaires, etc. Des dispositifs communicationnels ont joué un rôle particulier dans les évolutions du statut des femmes.

Ainsi, les deux principaux éléments de notre recherche sont les représentations sociales et les moyens de communication qui contribuent à leur élaboration, leur construction ou leur changement. En effet, « *D'une certaine manière, la communication est indissociable de la représentation, car c'est dans la dynamique interindividuelle qu'elle acquiert sa dimension sociale* » et inversement, comme l'ont affirmé Trognon et Larrue. Cependant, il n'y a pas encore beaucoup de recherches consacrées à ce volet et nous sommes loin d'avoir une idée globale de l'interaction entre représentations et systèmes ou dispositifs sociaux de communication. Le manque de recherche dans le domaine est attribué par plusieurs auteurs à la difficulté de construire une méthodologie qui s'adapte aux deux volets et qui respecte leurs spécificités sociales et disciplinaires.

En effet, en étudiant le rôle des moyens de communication dans la construction des représentations sociales, nous avons été confrontés à une tâche difficile, d'une délicatesse et d'une complexité imprévues, à savoir le choix des outils méthodologiques à utiliser et ceci pour les raisons suivantes.

Il n'y a pas de méthodologie en soi mais des choix méthodologiques en fonction d'une construction d'objet qui est toujours une problématisation. Le concept de représentations sociales relève des sciences humaines et sociales. Il se situe dans le carrefour entre la sociologie, les sciences de la communication, la psychologie sociale et la psychanalyse ; d'où la difficulté de déterminer la méthodologie à adopter pour répondre à notre problématique. Par ailleurs, lorsqu'on étudie des processus de communication, on est confronté à la question, vieille aujourd'hui mais encore d'actualité, du rapport subjectif/objectif et à la difficulté de concrétiser et de mettre le doigt sur le subjectif qui relève du conscient et de l'inconscient. En effet, la communication véhicule des représentations sur la base de rapports sociaux objectifs dans lesquels la subjectivité est à la fois objective dans des institutions, des pratiques collectives et des discours légitimes et exprimée sous forme individuelle.

Il nous a été difficile de déceler les outils les plus adaptés à la discipline des sciences de la communication et qui nous permettent de décortiquer l'imaginaire social collectif, lieu par excellence de production et d'évolution de ces représentations. Nous avons, donc, procédé par élimination en mettant de côté les outils valables pour la psychologie sociale et pour la psychanalyse et qui ne pouvaient être appliqués en sciences de la communication et en sociologie de la communication.

Nous avons, par la suite, dû combiner différents outils méthodologiques quantitatifs et qualitatifs utilisés en sociologie, et en sciences de la communication. C'est cette combinaison

que nous développerons dans le cadre de cette présentation qui nous a aidé partiellement à répondre à notre problématique. Ce choix est directement lié au type du sujet étudié et surtout à la nature même de la discipline.

Nous avons opté pour cinq outils méthodologiques qui sont : l'analyse des données historiques, l'entretien semi-directif, l'analyse de travaux de recherche, l'analyse filmique et l'analyse iconographique. Nous avons choisi de combiner ces différents outils en raison de la complexité de notre problématique et de l'étendue de notre objet, ce qui est souvent le cas des études en matière de sociologie de la communication. Cela était, donc, nécessaire pour permettre de dégager les différentes représentations sociales circulant dans la société, de déceler leur mode de construction et d'évolution, et déterminer la part de la communication sociale dans cette évolution.

1. L'ANALYSE DES DONNEES HISTORIQUES

Un imaginaire social ou un ensemble plus ou moins cohérent de représentations collectives ne naît pas ex nihilo. Il se forme, se reproduit, se diffuse et peut ensuite se transformer ou disparaître sur un temps historique nécessairement long. Ainsi, l'imaginaire arabo-musulman remonte-t-il à des siècles et à des milliers d'années. Pour cette raison, nous avons choisi de procéder à une analyse des données historiques. Nous avons eu à collecter un maximum de documentation traitant de la situation et du statut des femmes dans les sociétés arabes et arabo-musulmanes. Le souci d'avoir une large documentation nous a été imposé par l'incertitude de nombre d'informations relatives à cette histoire éloignée. En effet, nous avons dû confrontés une multitude de sources et d'écrits pour parvenir à brosser un tableau de ce qu'a pu être la vie des femmes dans les sociétés pré-islamiques et par la suite dans les villes arabes islamisées.

Notre traitement des données historiques ne s'est pas limité à cette époque lointaine. Travaillant essentiellement sur les représentations sociales des femmes tunisiennes, nous nous devons de procéder à l'étude de l'histoire des femmes en Tunisie. Nous avons commencé par la recherche d'ouvrages traitant de la question de la femme. Nous avons, par la suite, procédé à la collecte des articles de presse traitant des événements les plus pertinents par rapport à notre objet et dont les plus importants furent la publication en 1929 de l'ouvrage de T. Haddad 'Notre femme dans la loi islamique et la société' et la promulgation en 1956 par le président tunisien H. Bourguiba du code du statut personnel, un code de la famille jugé révolutionnaire à l'époque. L'analyse de ces articles nous a permis de construire la première partie de notre recherche et d'avoir des fondements qui nous permettent de dégager les différentes représentations existantes.

2. L'ENTRETIEN SEMI-DIRECTIF

Les représentations sociales se manifestent à la fois dans les institutions, dans les pratiques réglées et dans les esprits (sous forme consciente et inconsciente). Il est donc nécessaire d'analyser comment les individus reproduisent et s'approprient les représentations communes, en fonction de leur origine, de leur trajectoires et de leurs positions sociales. Nous avons choisi l'entretien comme principal outil méthodologique parce que c'est celui qui nous paraît le plus adapté à notre recherche et surtout à la nature de notre investigation. Notre objet de recherche relevant de l'idéologie et des croyances collectives, le recours à l'enquête par

entretiens se justifie et s'impose même parce que cette méthode « *est particulièrement pertinente lorsque l'on veut analyser le sens que les acteurs donnent à leurs pratiques, aux événements dont ils ont pu être les témoins actifs ; lorsque l'on veut mettre en évidence les systèmes de valeurs et les repères normatifs à partir desquels ils s'orientent et se déterminent. Elle aura pour spécificité de rapporter les idées à l'expérience du sujet. Elle donne accès à des idées incarnées, et non pas préfabriquées, à ce qui constitue les idées en croyance et qui, pour cette raison, sera doté d'une certaine stabilité* » (Blanchet et al., 1992, p.27).

C'est l'instrument privilégié de l'exploration des faits subjectifs (systèmes de représentations et pratiques sociales résultant de ces systèmes) dont la parole est le vecteur principal. Justement c'est essentiellement dans l'expression individuelle que les représentations sociales nous sont accessibles et nous paraissent concrètes. « *C'est pourquoi, quelque soit le niveau d'analyse auquel on se place pour étudier une représentation (dans la société ou dans un groupe), on commencera le plus souvent par réunir une collection de discours individuels. (...) Ces discours vont se concrétiser à la fois par leur variabilité et leur convergence. Variabilité dans les modes d'expression et dans les expériences de chacun, convergence dans les significations attribuées à l'objet et dans les logiques de raisonnement.* (Moliner et al., 2002, p.25).

Parmi les différents types d'entretiens, nous avons opté pour l'entretien semi-directif car c'est celui qui nous permet -tout en ayant un objectif et un plan précis- une certaine marge de manœuvre pour recueillir un maximum d'informations et de données. Dans ce type d'entretien, la question ne provoque pas une réponse simple mais prélève des discours, à la fois socialement construits et individuellement appropriés, et c'est dans ces discours que nous allons observer à la reproduction des représentations sociales et procéder à l'interprétation de leur subjectivation par des individus concrets afin de puiser l'essentiel des réponses à nos hypothèses de départ.

Nous avons réalisé une série d'entretiens semi-directifs, d'une durée moyenne de deux heures, auprès de deux ensembles distincts d'interviewés. Le premier ensemble se compose des acteurs et des spécialistes de la question féminine et le deuxième d'un échantillon construit de la population tunisienne. C'est pour cette raison que nous avons dû élaborer deux guides d'entretiens différents, respectant chacun les spécificités des deux ensembles d'enquêtés.

Ainsi, nous nous sommes entretenus avec dix-huit acteurs et spécialistes de la question de la femme en Tunisie. Les entretiens avec ces personnalités nous ont permis de déceler les axes de la stratégie de communication du Ministère de la Femme et de la Famille et des organismes rattachés. D'un autre côté, ils nous ont permis de recueillir le point de vue des principaux protagonistes ou acteurs de l'image de la femme dans les médias ainsi que celui des spécialistes de la question de la femme tunisienne.

D'un autre côté, nous avons réalisé une cinquantaine d'entretiens auprès d'un échantillon de la population tunisienne. Ces entretiens ont été menés dans les quatre principales villes du pays.

3. L'ANALYSE DE TRAVAUX DE RECHERCHE

Nous ne pouvons nous limiter aux entretiens réalisés et en déduire toute notre analyse et ce malgré la richesse et la diversité des informations et des témoignages recueillis et surtout que les représentations exprimées par les individus n'expriment qu'une partie de la construction sociale des représentations. En effet, étudier les représentations sociales à un niveau aussi large (la société tunisienne) nécessite un échantillon vaste et une bonne connaissance de l'objet.

Dans l'impossibilité de réaliser nous-mêmes une enquête par questionnaire auprès d'un grand échantillon (manque de moyens et de temps), nous avons choisi de recourir à certaines études de terrain traitant de l'image de la femme et de son statut dans la société tunisienne. Il s'agit d'études récentes réalisées en Tunisie par des universitaires (sociologues, spécialistes des médias et journalistes) dans le cadre de recherches commandées par des associations féminines et des centres de recherche.

- Les représentations des femmes chez les jeunes tunisiens, réalisée par Al Cawtar, 2003. Il s'agit d'une série de témoignages sous formes de textes et de desseins d'adolescents tunisiens des deux sexes. Ce recueil fait partie d'une étude sur les représentations sociales de la femme chez les adolescents des pays arabes.
- L'image de la femme dans la presse écrite tunisienne, CREDIF, 1999. L'étude a porté sur 4 titres de la presse quotidienne de langue arabe (Essabeh, Essahafa, El Horrya et Eaari El Am) et 3 titres de langue française (La Presse, Le Renouveau et Le Temps). Ainsi, ont été analysés 60 numéros de chaque titre par tranche de 15 jours allant de janvier à août 1997.
- Les stéréotypes sexistes véhiculés par la télévision tunisienne : Analyse du journal télévisé et des spots publicitaires, CREDIF, 2002. Il s'agit de l'analyse de 7 journaux télévisés (20h sur la chaîne publique Canal 7) diffusés entre le 5 et le 11 mars 2001 et de l'analyse de 24 spots publicitaires diffusés sur la même chaîne.
- L'image de la femme dans la société tunisienne, CREDIF et UNFT, 1995. Il s'agit d'une étude qui se compose de quatre principaux volets. Le premier réalisé sur la base d'un questionnaire distribué auprès d'un échantillon représentatif de 1000 personnes. Le deuxième, troisième et quatrième volet sont respectivement consacrés à l'image de la femme dans les feuilletons télévisés, dans la presse écrite et dans les programmes scolaires (analyse de contenu).

4. L'ANALYSE FILMIQUE

Nous avons, par ailleurs, choisi de procéder à l'analyse de documents audiovisuels diffusés par deux médias différents. En premier lieu, nous allons nous intéresser à la télévision, plus particulièrement à la chaîne publique satellitaire 'Canal7'.

Le cinéma et les fictions télévisées sont une expression privilégiée des imaginaires sociaux. Ainsi, nous allons analyser 'Farhat amor' (La joie d'une vie) un feuilleton télévisé diffusé sur Canal 7 en décembre 2002 (pendant le mois du Ramadan et à une heure de grande écoute). Il s'agit d'une série qui raconte la vie quotidienne d'un couple de la classe moyenne tunisienne. La série se compose de 15 épisodes d'une durée moyenne de 15 minutes chacun et traite à chaque fois d'un problème différent : fiançailles, mariage, quotidien du couple, etc.

Nous analyserons quelques épisodes de cette série. Le choix des épisodes est totalement arbitraire. Cette analyse sera, enrichie par l'entretien que nous avons eu avec la scénariste et réalisatrice Salma Baccar.

D'un autre côté, nous procéderons à l'analyse d'un spot publicitaire diffusé sur la même chaîne -réalisé par H. Ben Ammar qui nous accordé un entretien- vantant la Halwa Chamia de la marque Cherazade.

Le cinéma est le deuxième média retenu. En effet, nous ne pouvions traité cette question sans nous arrêter sur la contribution et le rôle du cinéma tunisien, surtout quand on connaît sa popularité et l'importance de ses recettes depuis la fin des années 80. Ainsi, nous avons retenu deux films qui ont marqué un tournant dans l'histoire du cinéma tunisien et qui traitent de la situation de la femme en Tunisie.

Le premier film est 'La trace' réalisé en 1979 par Mme. Najia Ben Mabrouk et qui est considéré comme le meilleur film jamais réalisé sur la femme en Tunisie. Le film relate l'histoire d'une jeune fille d'origine rurale qui part poursuivre ses études universitaires en Europe. De retour, en Tunisie, elle est confrontée aux préjugés et à l'image que lui colle la société.

Le second est 'Bent Familia' (Tunisiennes) réalisé en 1997 par M. Nouri Bouzid. C'est l'histoire de trois femmes trentenaires : Amina apparemment heureuse en mariage –un mariage confortable avec piscine, voiture, domestiques et mari volage- Aida qui a choisi le divorce, qui assume sa vie indépendante avec les problèmes économiques qui en découlent et Fatiha, algérienne réfugiée en Tunisie y attendant un visa pour l'Europe. C'est le parcours de trois citadines cultivées qui partagent les mêmes velléités d'émancipation. Le déclic se produit lorsque Amina et Aida, perdues de vue, se rencontrent et confrontent leurs parcours respectifs. Les trois décident alors de prendre en main leur destin sans tenir compte des pressions familiales et sociales et de conquérir une liberté depuis toujours refusée.

Nous avons, ainsi, sélectionné un ancien film de femme et un film d'homme beaucoup plus récent. Le choix de ces films n'est pas arbitraire, mais a été fait après consultation de toute l'œuvre cinématographique tunisienne et suivant les conseils de quatre cinéastes tunisiens.

5. L'ANALYSE ICONOGRAPHIQUE

Certains spécialistes ne considèrent pas les photos comme faisant partie des sources iconographiques, ceci ne nous a pas empêché de les utiliser parce que convaincues de leur richesse en symboles et en éléments d'information. De telles sources se suffisent rarement à elles-mêmes, c'est pourquoi nous avons choisi de les étudier avec prudence et en combinaison avec d'autres outils de travail. Ainsi, nous avons analysé 3 photos représentant les deux présidents tunisiens Habib Bourguiba et Zine El Abidine Ben Ali en compagnie de femmes. Des photos riches en symboles et qui ont servi d'outils dans la campagne d'émancipation des femmes et de propagande politique. Cette analyse iconographique nous a servi à démontrer l'importance de l'image et de la photo dans le processus de persuasion et d'ancrage d'une représentation.

6 CONCLUSION

La combinaison de ces cinq méthodes nous a donc permis d'avoir un ensemble diversifié et pertinent de réponses à nos questions initiales. L'analyse des données historiques était indispensable pour la construction de la première partie qui sert de socle à toute cette recherche. Les discours (mode d'expression du subjectif) recueillis grâce aux entretiens nous ont permis de collecter une large palette des représentations des femmes circulant dans la société tunisienne et d'en construire une typologie. C'est aussi grâce au dépouillement et à l'interprétation de ces entretiens que nous avons pu dégager les origines des différentes représentations et qui se résument dans les influences sociale, religieuse et culturelle. L'analyse des travaux de recherche est venue conforter les résultats du dépouillement de nos entretiens, dans le sens où elle nous a permis de vérifier que la typologie que nous avons construite sur la base de soixante-dix entretiens correspondait aux résultats de ces études effectuées sur de larges échantillons.

D'un autre côté, l'analyse des deux films cinématographiques, du spot publicitaire et des douze épisodes de la série télévisée, nous a permis de dégager les différentes images qui sont données des femmes dans deux médias différents. Nous avons, par ailleurs, comparé ces différentes images à la typologie établie et tester leur concordance avec les représentations. C'est grâce à la correspondance entre ces images médiatisées et les représentations existantes que nous avons pu confirmer l'impact de ces deux médias dans la construction et la pérennisation de certaines représentations.

BIBLIOGRAPHIE

Blanchet Alain et Gotman Anne, *L'enquête et ses méthodes : L'entretien*, Nathan Université, Paris, 1992.

Moliner Pascal, Rateau Patrick et Cohen-Scali Valérie, *Les représentations sociales : pratique des études de terrain*, Presse Universitaire de Rennes, 2002.