

« **La médiatisation des groupes professionnels** »  
Journée d'étude du CEREP – Université de Reims Champagne-Ardenne

**15 novembre 2013**

Salle polyvalente de la Maison de la Recherche, Campus Croix Rouge, Reims (51100)

## Programme

09h30-10h00 : accueil des intervenants et de l'auditoire

10h00-12h30 :

**Guillaume LE SAULNIER, Pierre-Yves CONNAN, Benoît VERDIER**

Centre d'Études et de Recherches sur les Emplois et la Professionnalisation (CEREP)  
Université de Reims Champagne-Ardenne

« *Introduction : les médias comme foyer majeur des représentations, des rhétoriques et des identités professionnelles* »

**Christine BIGEON**

Centre de Recherche sur le Travail et le Développement (CRTD), CNAM

« *Les métiers à la télévision et les choix d'orientation des jeunes* »

**Aurélije JEANTET**

Centre de Recherches Sociologiques et Politiques de Paris (CRESPPA)

Equipe « Genre, Travail, Mobilités », Université Paris 3

&

**Emmanuelle SAVIGNAC**

Centre de Recherche sur les Liens Sociaux (CERLIS), Université Paris 3

« *Les représentations sociales du travail et des rapports sociaux dans le divertissement télévisuel* »

12h30-14h30 : pause déjeuner

14h30-17h00 :

**Michaël MEYER**

Laboratoire de Sociologie (LabSo), Université de Lausanne

« *On n'est jamais si bien médiatisé que par soi-même... Une comparaison des initiatives communicationnelles de la police en Suisse et au Canada* »

**Pascal POLITANSKI**

Centre de Recherches et d'Études en Sciences Sociales (CRESS), Université de Strasbourg

« *Réseaux et communautés de pratiques enseignantes sur l'internet : redéfinir l'institution ? Redéfinir le savoir ? Une analyse des discours enseignants sur les sites web, les blogs et les forums en matière d'éducation prioritaire* »

17h00 : fin de la journée d'étude

## Inscription

La journée d'étude se déroulera le vendredi 15 novembre 2013, dans le Bâtiment Recherche du Campus Croix Rouge (Université de Reims Champagne-Ardenne).

L'inscription est gratuite, et se fait par retour de courriel à l'adresse mail suivante : [pierre-yves.connan@univ-reims.fr](mailto:pierre-yves.connan@univ-reims.fr)

Vous recevrez très rapidement une confirmation de votre inscription par courriel.

## Accès

Salle polyvalente de la Maison de la Recherche (plan ci-dessous : bâtiment 13)

Campus Croix Rouge – Université de Reims Champagne-Ardenne

Adresse : 57 rue Pierre Taittinger 51100 Reims

Tramway (recommandé) arrêt Campus Croix Rouge :

➤ ligne A ou B depuis la gare Centre ; ligne B depuis la gare Champagne-Ardenne

Bus : lignes 11 et 13, arrêt Campus Croix Rouge

Calcul du temps de trajet : <http://citura.agilisprod.com/itineraries>



## Présentation détaillée

Les groupes professionnels font l'objet d'une médiatisation croissante, tant dans l'information et la fiction que sur les médias sociaux<sup>1</sup> (blogs, réseaux sociaux, forums de discussion). Le monde privé des professions se trouve ainsi placé, voire projeté, sous le regard et le débat publics. On mentionnera notamment les métiers de la sécurité, de la justice, de la santé ou de l'enseignement. Ce processus de publicisation et de sémiotisation fournit aux collectifs de travail une tribune providentielle pour faire voir et valoir leurs intérêts ; mais, dans le même temps, *il bouscule leur capacité à produire une image cohérente et positive, en termes de contrôle des informations et de maîtrise des apparitions publiques.*

<sup>1</sup> Convert B., Demailly L., 2007, *Les groupes professionnels et l'internet*, L'Harmattan.

Ce phénomène reste un point aveugle de la recherche en sciences sociales. Ainsi, on sait que toute profession<sup>2</sup> se ramène à une construction rhétorique, au sens où elle résulte d'une argumentation rationnelle (et au-delà de procédés dramaturgiques) pour revendiquer une compétence, conquérir, exercer et conserver un statut, voire monopoliser une activité<sup>3</sup>. Mais on ignore largement le rôle et la place des médias dans ce mécanisme d'institutionnalisation : comment et dans quelle mesure sont-ils mobilisés dans le travail politique et symbolique destiné à « construire la compétence<sup>4</sup> » auprès de l'Etat, de l'environnement sectoriel et du public ? De même, on sait que les médias interviennent dans la constitution des identités sociales : ils symbolisent l'existence et la valeur des groupes sociaux aux yeux du plus grand nombre, et ils offrent également des ressources interprétatives pour définir le rapport à soi, à autrui et au monde<sup>5</sup>. Mais les études consacrées à l'influence des représentations et des imaginaires médiatiques sur la construction des identités au travail restent rares.

Dès lors, cette journée d'étude consistera à interroger la médiatisation des collectifs de travail, à partir d'ancrages disciplinaires et de terrains d'enquête variés. Plus précisément, elle examinera *le rôle et la place des médias dans la représentation des groupes professionnels, dans l'élaboration, la diffusion, mais aussi la recomposition de leurs rhétoriques, et dans la construction de leurs statuts et de leurs identités.*

Pour cela, on dépassera la distinction des supports (techniques) et des genres<sup>6</sup> (sémiotiques), pour porter une attention égale à tous les récits médiatiques : ceux-ci sont en effet constitutifs d'une image publique d'ensemble, à la faveur des effets d'intertextualité. En outre, au-delà de l'analyse textuelle ou filmique, on réinscrira les récits médiatiques dans leurs *conditions de production et de réception*. Ainsi, on s'intéressera à la mise en récit des collectifs de travail dans les médias, mais aussi aux divers moyens mobilisés par leurs membres pour intervenir dans le processus de médiatisation et façonner leur image publique, et à la réception de ces mêmes récits dans la profession considérée et parmi ses clients ou ses usagers.

Soit un questionnement sous trois angles distincts mais étroitement liés :

-la représentation : comment et dans quelle mesure les groupes professionnels sont-ils donnés à voir, qu'il s'agisse de leurs membres, de leurs activités et conditions de travail, de leur vie privée, de leurs préoccupations individuelles ou collectives ? Quelles sont les modalités de leur mise en récit ? Quelles régularités mais aussi variations apparaissent (thèmes récurrents, structures énonciatives, stéréotypes et contre-stéréotypes, figures ordinaires, héroïques ou controversées, etc.) ? Cette représentation s'arrime-t-elle à des enjeux politiques, normatifs ou moraux (conquête ou défense d'un statut, intérêts catégoriels, reconnaissance sociale, etc.) ?

-la production : dans une profession donnée, quels sont les acteurs prenant part (officiellement ou non) à la mise en récit de leur activité ? Que s'efforcent-ils de faire voir et valoir ? Quelles ressources et stratégies mobilisent-ils à cette fin ? Quels sont leurs intérêts et leurs motivations ? Il peut s'agir aussi bien des interventions (individuelles ou collectives) dans la production journalistique ou la création fictionnelle, que dans le débat public en ligne.

-la réception : comment les professionnels perçoivent et évaluent-ils les récits médiatiques relatifs à leur métier ? Ces récits font-ils écho à leurs expériences et leurs préoccupations ? Leur appropriation génère-t-elle des effets de connaissance, des apprentissages informels ? Influence-t-elle la perception du public, jusqu'à cristalliser des représentations voire des attentes sociales ? Concourt-elle à l'élaboration et à la validation des identités au travail ?

---

<sup>2</sup> On entend ici la notion de *profession* au sens large, au-delà des professions établies, libérales ou savantes.

<sup>3</sup> Freidson E., 1984, *La Profession médicale*, Payot.

<sup>4</sup> Paradeise C., 1985, « Rhétorique professionnelle et expertise », *Sociologie du travail*, n° 1-85, p. 18.

<sup>5</sup> Le Grignou B., 2003, *Du côté du public. Usages et réceptions de la télévision*, Ed. Economica.

<sup>6</sup> Jost F., 1997, « La promesse des genres », *Réseaux*, n° 81, p. 11-31.