



**HAL**  
open science

## Communiquer auprès des habitants des quartiers prioritaires

Albin Wagener

► **To cite this version:**

Albin Wagener. Communiquer auprès des habitants des quartiers prioritaires. *Idées & territoires*, 2017, 1, pp.40-43. hal-02103133

**HAL Id: hal-02103133**

**<https://univ-rennes2.hal.science/hal-02103133>**

Submitted on 18 Apr 2019

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# Communiquer auprès des habitants des quartiers prioritaires : pour une approche consacrée aux « nœuds sémantiques »



Albin Wagener

Albin Wagener est enseignant-chercheur en sciences du langage, affilié au laboratoire CoDiRe (EA 4643) de l'Université de Nantes. Il s'intéresse aux questions de discours et de communication politiques, numériques et organisationnels et est également directeur général de la société Cleverance.

## La communication comme partage de sens

Il n'y a rien de nouveau à dire que chaque type de communication doit s'appliquer à un public précis ; le souligner en guise d'introduction peut paraître peu pertinent. Toutefois, il convient de préciser la problématique de la communication à destination de publics de manière plus complète, dans la mesure où tout type de communication s'inscrit dans une dynamique systémique, qui implique émetteur(s) et récepteur(s), en plus du contenu même du message (Meunier 2003). Pour le dire autrement, et sans reprendre inutilement les questionnements de base des théories de l'information et de la communication, une transmission bien comprise du message, c'est-à-dire dans des dispositions acceptables et efficaces à la fois pour l'émetteur et le récepteur, ne peut se faire que sur une base mutuelle et partageable de sens. En tant que chercheur, nous avons traité la question du rapprochement de ces deux instances de multiples fois (Wagener 2012 ; Wagener 2015).

En tant qu'acteur professionnel de ces thématiques, nous avons pu observer, au cours d'interventions diverses, que les personnes qui doivent transmettre un message et concevoir une communication « efficace » ne sont pas toujours au clair sur leurs propres représentations de 1/ ce qu'est une communication « efficace », 2/ du public cible auquel ils doivent s'adresser et 3/ de leur propre rôle d'émetteur et de ce que cela implique. La question devient plus épineuse encore lorsqu'un ou plusieurs paramètres sociaux éloignent les émetteurs et les récepteurs, comme cela peut être le cas dans le cadre de la communication auprès des habitants de quartiers prioritaires de la ville. Nous sommes déjà intervenus, dans ce périmètre précis, auprès de professionnels et d'élus : l'objectif de cet article est de pouvoir proposer une méthodologie d'intervention en prenant appui sur une théorisation systémique et discursive de ce qu'implique concrètement la problématique de communication, notamment lorsque celle-ci concerne la politique de la ville et les quartiers prioritaires qui y sont associés.



### Résumé

*La communication auprès des habitants des quartiers prioritaires de la ville présente un défi considérable, dans le sens où elle connecte questions institutionnelles et organisationnelles d'une part, et questions de vie quotidienne d'autre part. Ces deux sphères peuvent être réunies grâce à la recherche de « nœuds sémantiques » communs, permettant de travailler le sens avant la forme.*



**Les élus et professionnels opposaient aux « ils » et « eux » des quartiers prioritaires un « nous » distant, comme s'ils n'étaient eux-mêmes pas réellement des habitants ou citoyens concernés.**

## Déconstruire les représentations

**A**fin d'interroger la pertinence d'un processus de communication, il convient selon nous d'encourager un questionnement de l'émetteur du message. Celui-ci ou celle-ci peut rapidement ne s'interroger que sur deux éléments certes fondamentaux, mais pas suffisants : 1/ quel message ai-je la volonté de transmettre et 2/ comment le transmettre de manière efficiente. En effectuant cette opération, l'émetteur du message oublie une chose fondamentale : il est lui aussi une composante non négligeable de la communication. En tant qu'émetteur, il s'implique durablement dans la construction du message, sur la forme comme sur le fond ; en ce sens, la communication s'imprègne donc de ses représentations à propos du message et du public ciblé, mais également de ses expériences. En s'isolant, et en s'imaginant comme indépendant du processus de communication, l'émetteur ou le producteur du message se trompe grandement : sa personnalité et ses compétences vont grandement influencer sur la qualité et la forme du message.

En optant pour un réalisme critique et utile (Fairclough 2005 ; Boltanski 2009), nous pensons que la première question à poser est bel et bien celle des représentations. Dans un premier temps, ce questionnement peut paraître théorique, voire radicalement éloigné des problématiques concrètes d'une opération de communication. Pourtant, il n'en est rien : comment s'adresser à des individus lorsque l'on est pas au clair sur ce que ces individus représentent pour nous ? Comment faire sens de quelque chose qui n'en a pas forcément pour l'émetteur ? En intervenant auprès de RésO Villes, par exemple, nous avons posé une question simple aux participants des ateliers, et le constat était souvent sans appel : les élus et professionnels opposaient aux « ils » et « eux » des quartiers prioritaires de la ville un « nous » distant, comme s'ils n'étaient eux-mêmes pas réellement des habitants ou citoyens concernés. De fait, ne vivant pas nécessairement dans ces quartiers dits prioritaires, ils ne le sont pas nécessairement : cela implique donc un questionnement éthique et un important déplacement de perspective pour aller à la rencontre, au moins de manière sémiotique, des habitants concernés.

Déconstruire ses propres représentations, c'est d'abord prendre acte des récits qui structurent nos visions du monde

et la manière dont nous envisageons les relations avec autrui (Ochs & Capps 2001). Cela implique donc une sincérité radicale dans la manière dont on traite ces représentations, avec tout ce que cela comporte comme biais émotionnels et cognitifs (Stockinger 2001). A partir du moment où je suis au clair avec la manière dont je vois les publics auxquels je m'adresse, je peux alors commencer à travailler à la conception du message et à la forme choisie. Bien évidemment, cette opération doit également composer avec les contraintes inhérentes aux logiques institutionnelles et organisationnelles : pour autant, une telle opération est plus qu'impérieuse.

## Reconstruire un sens partagé

**A**partir du moment où les représentations des émetteurs sont déconstruites, ceux-ci peuvent établir une véritable cartographie mentale du sens qu'ils donnent à l'action de communication et à la manière dont celle-ci doit résonner auprès des publics concernés. A partir du moment où cette opération est réalisée, il s'agit alors d'effectuer une délicate opération de projection : quelles sont les représentations que les récepteurs du message ont ou auront à propos des émetteurs eux-mêmes ? Comment concevoir des terrains intermédiaires où ces deux cartographies se rencontrent, à la croisée des interdiscours (Garric & Longhi 2013), soit des ensembles de discours qu'émetteurs et récepteurs nourrissent de manière réciproque à propos de leurs interlocuteurs ? Reconstruire du sens partagé passe selon nous par trois étapes capitales, et peut être représenté par une logique propre à la cartographie – voire à la topographie, dans le sens où les reliefs du territoire sont importants :

- La constitution d'une carte du sens du territoire de départ, avec l'intégralité de ses reliefs, soit ses points de confiance et ses points de fragilité, qui reprend notamment la totalité des éléments de sens et des valeurs des émetteurs, des récepteurs, des institutionnels, des partenaires et du terrain ;
- La constitution d'une carte du sens du territoire d'arrivée, soit la situation vers laquelle les partenaires de discours et de communication souhaitent tendre à l'issue des opérations de transmission de message, avec également la même logique de description des points de confiance et de fragilité ;
- La proposition d'étapes intermédiaires entre les deux territoires décrits, appelées îles « pirate », qui permettent de connecter provisoirement les éléments de sens importants des territoires d'arrivée et de départ, en acceptant de procéder par étapes, de façon progressive, afin de pouvoir élaborer une progressivité dans le plan de transmission de message, afin d'en garantir la pertinence à terme.

Ces trois étapes permettent de reconstruire du sens, pas uniquement pour relier émetteurs et récepteurs de manière phasée, en fonction des contextes territoriaux et institutionnels, mais aussi pour pouvoir ensuite déterminer la meilleure stratégie de communication possible.

Cette proposition méthodologique, héritée de la théorie des seuils (Keating 2013), part du principe qu'il n'y a jamais de donnée absolue dans les postures sociales et individuelles, mais des relations qui constituent de véritables entre-deux au sein desquels se jouent des processus de construction de sens et de contacts interactionnels entre différentes instances. Ces relations s'organisent autour de nœuds sémantiques (Wagener 2012), soit des éléments de sens non négociables et fondamentaux qui relient émetteurs et récepteurs de manière relationnelle, mais également de manière transversale, à travers les différents territoires conçus. Partager du sens ne signifie pas que l'on partage absolument et radicalement tout : les impératifs des émetteurs ne sont pas ceux des récepteurs, dans la mesure où les impératifs des communicants institutionnels ne sont pas ceux des maisons de quartier, pour ne citer que cet exemple. Cependant, cette véritable géographie sémiotique fait le pari de pouvoir, durablement et respectueusement, rapprocher d'abord des individus et groupes d'individus pour en faciliter les processus de communication. Transmettre un message, c'est d'abord comprendre ce que je cherche à y injecter – et comprendre ce que l'autre a intérêt souhaite y trouver.

## Concevoir une stratégie de communication adaptée

Une fois ce travail de déconstruction et de reconstruction établi, il reste maintenant tout simplement à établir une stratégie de communication adaptée à la territorialité installée. Cette stratégie permet de cibler étapes, contenus et formes afin de pouvoir répondre au mieux au besoin de l'institution, tout en permettant de rencontrer de la meilleure manière possible les besoins des acteurs de terrain qui reçoivent la communication. A partir de là, nous entrons dans une construction classique de plan de communication, qui invite à envisager plusieurs étapes élémentaires – plus particulièrement pour ce qui concerne les habitants des quartiers prioritaires de la ville :

- **Acteurs de la communication** : les émetteurs (élus, professionnels), les récepteurs (public cible des quartiers : segments socio-professionnels, classes d'âge, etc.) et les relais de la transmission de messages (acteurs associatifs, par exemple, notamment dans les quartiers prioritaires) ;

- **Intention de la communication** : l'objectif ou les objectifs assumés visés par le plan de communication, qu'il s'agisse de la promotion d'un événement, jusqu'à la mobilisation de la population autour d'un projet de consultation ;

- **Contenu du message** : création langagière au sens large à part entière (Howarth 2000), permettant de mettre en sens le message lui-même, à travers les tournures linguistiques, mais également des choix sémiotiques plus variés (images et photographies, par exemple, ou encore vidéos d'information ou de promotion) ;

- **Forme du message** : il s'agit de choisir le bon support pour permettre de véhiculer le message de manière optimale, de la chaîne d'émission jusqu'à la chaîne de réception, et d'assurer le bon relais de la forme par les acteurs intermédiaires de la communication, comme les associations de quartier : flyers, affiches, site internet, réunions d'information, etc. ;

- **Monitoring de l'action de communication** : à chaque étape de la stratégie de communication, il est important de s'assurer de la mise en place de l'action de communication, en effectuant une sorte de « prise de température » qui permet de vérifier que l'on prend bien en compte, de manière efficiente et opérationnelle, les éléments que nous venons d'énumérer.

La véritable valeur ajoutée d'un tel processus est de reposer exclusivement sur les nœuds sémantiques identifiés pendant les phases de déconstruction et de reconstruction du sens. En ce sens, elle s'articule donc prioritairement autour d'ancrages sémiotiques forts, qui ne doivent pas être travestis ou ignorés pendant le processus de communication – sous peine d'en menacer la pertinence et la portée. En proposant ainsi une véritable grammaire du sens (Lemieux 2009) pour sous-tendre la stratégie opérationnelle de communication, nous avons pour ambition de rendre cette dernière adaptée aux publics et aux territoires, tout en assurant à la stratégie de communication une véritable force de percussive sur le terrain.

## Les quartiers prioritaires comme laboratoire communicationnel

Plus qu'aucun autre environnement, les quartiers prioritaires de la ville et leurs habitants se prêtent particulièrement à une communication organisée autour des nœuds sémantiques. En effet, les habitants ne sont pas des acteurs « professionnels » de la communication ; en ce sens, la communication qui les implique diffère ostensiblement du système de communication commerciale ou marchande, qui permet par exemple à un fournisseur de

## **Le sentiment d'appartenance, c'est précisément ce qui permet de dégager des marqueurs d'identité stables, autour desquels la vie de quartier peut s'organiser en toute cohésion, notamment à travers la constitution d'un tissu associatif dense.**

cibler des clients et conquérir des marchés. Ici, il s'agit avant tout de mobiliser des populations et de pouvoir les impliquer de manière citoyenne et durable pour un certain nombre de chantiers. A ce titre, la détermination et la conservation des nœuds sémantiques, tout au long du processus de communication, devient capital. En effet, toute institution ou organisation doit effectivement se comporter de manière professionnelle auprès des habitants – alors qu'eux-mêmes n'ont pour seul impératif que de se comporter de manière civique, en restant ancrés dans un rapport d'authenticité à leur vie quotidienne au cœur de la ville. Pour le formuler de manière plus évidente : il est inutile de chercher à vendre quoi que ce soit à des habitants, qui ont avant tout un rapport citoyen à l'institution ou l'organisation qui essaie de les atteindre.

**C'**est pour cette simple raison que l'incursion des nœuds sémantiques devient capitale. Elle permet ainsi de se mettre d'accord sur des institutions de sens partageables (Sarfati 2011), qui vont permettre d'établir autant de relais de circulation de discours mis en commun entre émetteurs et récepteurs (Wagener 2016). Cette création de nœuds sémantiques se base d'abord sur une théorie claire : celle du besoin de sentiment d'appartenance que nous nourrissons tous, quels que soient nos rôles sociaux et professionnels (Wagener & Rahimy 2015). Ce sentiment d'appartenance, c'est précisément ce qui permet de dégager des marqueurs d'identité stables, autour desquels la vie de quartier peut s'organiser en toute cohésion, notamment à travers la constitution d'un tissu associatif dense. Le rôle des nœuds sémantiques est donc le suivant : permettre de dégager un accord de principe et d'entente sociale et civique entre acteurs de terrain, habitants des quartiers prioritaires, et institutions et organisations communicantes.

Plus qu'une simple astuce de communication, la détermination des nœuds sémantiques est une étape essentielle, dans la mesure où elle ne sert pas simplement à la mise en place d'une stratégie de communication précise ; plus largement, elle permet d'installer des institutions de sens durables et partageables entre associations de quartier, habitants et organisations. Ainsi donc, la communication ne devient plus qu'un outil parmi d'autres, au milieu de toutes les actions de cohésion citoyenne ; de surcroît, les nœuds sémantiques deviennent non seulement des repères incontournables de dialogue entre institutions et habitants, mais également des bases de travail opérationnelles qui permettent de gagner du temps dans la constitution d'un plan de communication. Dans cette optique, nous estimons que l'application pratique de la théorie des nœuds sémantiques dans des opéra-

tions de communication auprès des habitants des quartiers prioritaires de la ville constitue d'abord un repérage citoyen de ce qui peut permettre de relier de manière intelligente institutions, trop souvent prisonnières de leurs logiques propres, et habitants, qui expérimentent leurs quartiers dans l'écosystème de leur vie quotidienne et associative.

## **BIBLIOGRAPHIE**

- Boltanski, L. (2009). *De la critique*. Paris, Gallimard.
- Cap, P. (2014). « Applying cognitive pragmatics to critical discourse studies: a proximization analysis of three public space discourses », *Journal of Pragmatics*, 70 : 16-30.
- Fairclough, N. (2005). « Discourse analysis in organizational studies: the case for critical realism », *Organization Studies*, 26 (6) : 915-939.
- Garric, N. & Longhi, J. (2013). « Atteindre l'interdiscours par la circulation des discours et du sens », *Langage et Société*, 144 (2), 65-83.
- Howarth, D. (2000). *Discourse*. Buckingham : Open University Press.
- Keating, A. (2013). *Transformation now*. Chicago : University of Illinois Press.
- Kopytowska, M. (2015). « Mediating identity, ideology and values in the public sphere : towards a new model of (constructed) social reality », *Lodz papers in pragmatics*, 11 (2), 133-156.
- Lemieux, C. (2009). *Le devoir et la grâce*. Paris : Economica.
- Meunier, J.-P. (2003). *Approches systémiques de la communication*. Bruxelles : De Boeck.
- Ochs, E. & Capps, L. (2001). *Living Narrative: Creating Lives in Everyday Storytelling*. Harvard : Harvard University Press.
- Sarfati, G.-E. (2011). « Analyse du discours et sens commun : institutions de sens, communautés de sens, doxa, idéologie », in Jacques Guilhaumou & Philippe Schepens, *Matériaux philosophiques pour l'analyse du discours*, Besançon, Presses Universitaires de Franche-Comté : 139-174.
- Stockinger, P. (2001). *Traitement et contrôle de l'information*. Paris : Hermès.
- Wagener, A. (2012). « Connexions sémantiques et contextuelle relationnelle : pour une modélisation complexe des interactions humaines », *Nouvelles perspectives en sciences sociales*, 7 (2) : 67-104.
- Wagener, A. & Rahimy, T. (2015). *The need to belong : perpetual conflicts and temporary stability*. Oxford : Interdisciplinary Press.
- Wagener, A. (2016). « Prédiscours, interdiscours et postdiscours : analyse critique de la circulation des possibles discursifs », *Revue de sémantique et de pragmatique*, 39, 95-110.