



Études de communication

langages, information, médiations

48 | 2017

Rapports sociaux et hégémonie. Conflictualités dans les espaces publics (2)

La communication publique comme support de légitimation et d'institutionnalisation des normes sociales : le cas de la prévention du sida

Public Communication and the Institutionalization of Social Norms: The Case of AIDS Prevention

Jean-Philippe De Oliveira



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/6791>

DOI : 10.4000/edc.6791

ISSN : 2101-0366

Éditeur

Université Lille-3

Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2017

Pagination : 71-90

ISBN : 978-2-917562-17-8

ISSN : 1270-6841

Référence électronique

Jean-Philippe De Oliveira, « La communication publique comme support de légitimation et d'institutionnalisation des normes sociales : le cas de la prévention du sida », *Études de communication* [En ligne], 48 | 2017, mis en ligne le 01 juin 2017, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/edc/6791> ; DOI : 10.4000/edc.6791

La communication publique
comme support de légitimation
et d'institutionnalisation des normes
sociales : le cas de la prévention
du sida

*Public Communication
and the Institutionalization of Social
Norms: The Case of AIDS Prevention*

Jean-Philippe De Oliveira

Université Grenoble Alpes, EA 608 – GRESEC
Groupe de recherche sur les enjeux de la communication
Jean-Philippe.De-Oliveira@univ-grenoble-alpes.fr

Résumé / Abstract

L'article présente le processus d'objectivation, d'institutionnalisation et de légitimation de nouvelles normes sociales dans le cadre de la prévention du sida. Nous montrerons comment les associations Aides et Act Up ont objectivé d'une part l'intervention de l'Etat sur la question homosexuelle et comment d'autre part elles ont participé à la légitimation des campagnes grand public comme support de discours visant l'acceptation dans le corps social de l'homosexualité. Enfin, nous soulignerons comment l'institutionnalisation d'un objet de l'action publique et de son instrumentation s'accompagne d'une reconfiguration du rôle des acteurs qui ont participé à la publicisation d'une question sociale.

Mots-clés : communication publique, prévention du sida, institutions et politique, légitimation de l'action publique, normes sociales.

This article analyzes the process of institutionalization of new social norms relating to AIDS prevention. It will show how two organizations, "Aides" and "Act Up", framed government intervention on the issue of homosexuality and how these organizations participated in the legitimization of public information campaigns as a means to promote social acceptance of homosexuality. Finally, this article will show that the institutionalization of an object of public policy entails reconfiguration of the roles taken on by those responsible for publicising social issues.

Keywords: public communication, AIDS prevention, political institutions, policy legitimization, social norms.

L'émergence de l'épidémie de sida au début des années 1980 a été accompagnée en France d'une résurgence des débats portant sur l'intervention des pouvoirs publics dans le domaine de la sphère privée¹. La maladie a autant posé la question de la légitimité de l'État à intervenir dans le domaine de la sexualité² que celle de son instrumentation³. Les notions d'instrumentation et d'instrument renvoient ici aux choix permettant d'opérationnaliser l'action publique et aux effets induits par ces choix (Lascoumes et Le Galès, 2004, 12). Face au développement de l'épidémie, les dispositifs répressifs ont été très rapidement écartés au profit de dispositifs préventifs, fondés notamment sur les campagnes de sensibilisation dites de « communication publique ». Or, à l'époque où l'État diffuse ses premières campagnes contre le sida (en 1987/1988), il s'agit d'un outil encore relativement récent, les premières campagnes de communication publique datant du milieu des années 1970. Il s'agit par ailleurs d'un outil qui a été long à se faire accepter car il supposait une intervention directe de l'exécutif dans l'espace public par l'achat d'espace publicitaire avec de l'argent public⁴.

La notion d'espace public employée ici s'inscrit dans la continuité des travaux de Jürgen Habermas. Elle renvoie à un espace de médiation entre l'État et la société civile, sous-tendu par un principe de publicité au sens de visibilité et de mise en débats de questions d'intérêt général (Habermas, 1993). Mais notre approche de la notion prend également en compte les apports de Paul Beaud (1985) sur l'évolution de cet espace public avec l'émergence des « intellectuels intermédiaires » et les réflexions de Jürgen Habermas lui-même, dans une préface de 1992, sur la nouvelle configuration des modalités de publicisation, sous l'impulsion notamment des associations (Habermas, 1993). Le cas de la lutte contre le sida, entendu comme problème public, est justement révélateur de l'importance des acteurs de la société civile dans le processus de légitimation de l'action de l'État et le processus de publicisation d'une question sociale : celle de l'acceptation de l'homosexualité dans le corps social⁵.

- 1 Sur l'émergence et le développement de l'épidémie de sida en France, les débats qu'elle a soulevés et la lente mise en place d'une politique publique de lutte contre la maladie par l'État français, on se reportera utilement à Geneviève Paicheler (2002) et Patrice Pinell (2002).
- 2 Si les pratiques sexuelles non protégées sont la première cause de contamination par le VIH, la prévalence et l'incidence de la maladie ont été pendant des années plus fortes au sein de la « population homosexuelle ». Cela aurait pu impliquer que les campagnes de prévention de la maladie abordent à la fois la sexualité en général et l'homosexualité en particulier.
- 3 Nous empruntons la notion à Pierre Lascoumes et Patrick Le Galès (2004), celle-ci renvoyant également à la définition de la dimension instrumentale du référentiel de l'action publique de Pierre Muller (Jobert et Muller, 1987).
- 4 Sur la légitimation d'un dispositif d'information gouvernementale et de la diffusion de campagnes de communication publique par l'État, on se reportera utilement à Caroline Ollivier-Yaniv (2000).
- 5 Les apports de la recherche de Jocelyne Arquembourg sur l'antibiorésistance sont à cet égard révélateurs de l'importance des associations dans

En effet, alors que les relations homosexuelles non protégées apparaissaient comme les plus à risques au regard de l'incidence et de la prévalence de la maladie au sein de la population, les pouvoirs publics ont privilégié une communication grand public ciblant davantage les hétérosexuels. Les homosexuels ont été faiblement représentés ou de façon peu explicite. En 1989, par exemple, une campagne diffusée sur les chaînes nationales à une heure de grande écoute met en scène un couple hétérosexuel faisant l'amour, alors qu'en 1992 l'homosexualité est évoquée pudiquement par un personnage masculin évoquant un rendez-vous amoureux avec Dominique, dont on comprend qu'il s'agit d'un homme par l'emploi du pronom personnel « lui ». Dans un contexte où la mortalité causée par le VIH touche majoritairement les homosexuels, les associations, notamment Aides et Act'Up, ont quant à elles défendu une plus grande visibilité des pratiques sexuelles entre hommes dans les campagnes médiatiques grand public. Point de tension entre elles et l'État, la communication publique s'est alors révélée l'instrument d'une parole politique sur les normes sexuelles : en restant trop timide sur la mise en scène de l'homosexualité, elle participait à la domination d'une norme hétérosexuelle et la stigmatisation de toute autre forme de sexualité. Alors que les gouvernements successifs « ne voulaient surtout pas être accusés de faire reconnaître l'homosexualité »⁶, les associations de lutte contre le sida poussaient au contraire les agences (privées et institutionnelles) à assumer à travers ces campagnes un discours émancipateur pour les homosexuels favorisant leur acceptation par les autres.

L'objet de cet article, qui s'appuie sur un corpus de campagnes et d'entretiens semi-directifs⁷, est de présenter le processus de légitimation de l'instrumentation de l'action publique liée à la lutte contre le sida en France, mais aussi – et surtout – de discuter les enjeux sous-tendus par la communication publique en termes de diffusion et d'institutionnalisation de nouvelles normes sociales. Nous verrons que les associations de lutte contre le sida, en objectivant et en légitimant les discours étatiques tenus dans ses campagnes, y ont vu un moyen institutionnel d'action permettant une plus grande acceptation

l'achèvement d'un problème public. S'appuyant sur les travaux de Daniel Cefaï, Joesph Gusfield et John Dewey, elle démontre en effet que la visibilité du problème de la résistance aux antibiotiques dans les médias dès les années 1950 et de la demande de régulation par les experts n'ont pas suffi à le constituer en problème public, du fait de l'absence de publics constitués sur cette question (Arquembourg, 2016).

- 6 Entretien mené avec la direction de l'ex-Comité français d'éducation pour la santé (CFES) le 21 octobre 2010. Le CFES avait en charge la communication publique sur le VIH dans les années 1990 jusqu'à la création de l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (Inpes) en 2002.
- 7 Nous avons collecté toutes les campagnes diffusées de 1987 à 2007, tous supports confondus, et mené 31 entretiens avec des acteurs associatifs (ayant ou ayant eu des postes importants au sein d'Aides et d'Act Up notamment) et des acteurs institutionnels et politiques (anciens responsables du CFES et de l'Inpes, anciens ministres de la Santé ou membres de cabinet notamment, agences de communication) en 2010 et 2011 (De Oliveira, 2014).

de l'homosexualité. Nous montrerons ensuite comment l'État, en répondant à la demande des associations, typifie des places et des actions par sa communication publique. Ainsi, nous discuterons le processus de légitimation et de publicisation à l'œuvre par rapport à un problème identifié par des acteurs de la société civile et sa « reprise en main » par l'État.

1.

Les associations, actrices de l'objectivation d'une politique publique de lutte contre le sida

1.1. La lutte contre le sida, un champ marqué par les associations Aides et Act Up

Le champ de la lutte contre le sida⁸ s'est polarisé autour de deux associations importantes dont les registres d'action ont été d'abord opposés. Face à la carence de l'État sur le terrain du sida dans la première moitié des années 1980, Aides, créée en 1984, s'est positionnée comme une association « partenaire » des pouvoirs publics, mettant au centre de son discours le malade « réformateur » (expression d'un de ses fondateurs, Daniel Defert) et l'universalité de la cause. Leurs actions reposaient sur une sensibilisation de l'opinion par des actions de prévention de terrain, la collecte de données sur les croyances et les pratiques par la tenue d'une permanence téléphonique⁹, ainsi que sur la veille scientifique. L'association Act Up a été quant à elle créée en 1989 dans l'objectif de dénoncer l'inertie des pouvoirs publics, en mettant au centre de son discours, d'une part, le malade face à la mort et, d'autre part, la discrimination vis-à-vis des homosexuels¹⁰. Leurs actions reposaient sur des « événements clefs en main » (Moloch et Lester, 1996 ; Marchetti, 1998) destinés aux médias, la tenue de réunions publiques à l'École des Beaux-Arts de Paris, et l'activisme thérapeutique emprunté à leurs homologues new-yorkais.

Les deux associations, malgré des stratégies de publicisation différentes, appuient cependant leur légitimité sur les trois mêmes « piliers » et leur antériorité historique dans l'engagement en termes de prévention :

- L'expertise : elles ont acquis une forte expertise tant sur les avancées de la recherche et les innovations thérapeutiques que sur les croyances et les pratiques à risques des publics, connaissances essentielles pour

8 Nous empruntons l'expression à Patrice Pinell (2002). Nous lui devons aussi, ainsi qu'à son équipe, l'analyse des positions d'Aides et Act Up.

9 Devenue depuis « Sida Info Service », association « parapublique » indépendante de Aides.

10 Soulignons cependant que dans les années 1990, l'association Aides s'est davantage investie dans le militantisme homosexuel tandis qu'Act Up partageait des combats plus universels.

le choix d'actions et de messages pertinents.

- La représentativité : elles sont reconnues par les pouvoirs publics comme les représentantes des usagers car elles accueillent, conseillent et intègrent dans leur fonctionnement des malades et proches de malades.
- La proximité : une association comme Aides (et d'autres, plus petites mais néanmoins importantes à des échelons locaux) a les moyens humains (que n'ont pas les pouvoirs publics) d'être des relais de l'action publique au niveau local. Elles peuvent agir au plus près des publics cibles, pour la distribution de supports de prévention par exemple.

À cet égard, l'Inpes reconnaissait en 2007 qu'il devait tenir compte de l'avis des associations sur les campagnes nationales grand public pour s'assurer de la mobilisation sur le terrain, comme en témoigne cet extrait d'entretien mené avec un membre de la direction adjointe :

C'est vrai que nous, on est un institut national, on peut considérer que dans une certaine mesure, on est assez loin du terrain. Nous, ce qu'on attend d'eux, c'est qu'ils soient le lien avec les populations qu'ils représentent ou qu'ils sont censés représenter¹¹.

Ces propos font écho à ceux recueillis auprès du cabinet de Roselyne Bachelot, lorsque cette dernière fut ministre de la Santé sous le gouvernement Fillon de mai 2007 à novembre 2010, propos qui soulignent à la fois l'expertise des associations ainsi que leur capacité à relayer les actions sur le terrain :

Quand on s'occupe d'une problématique de santé, il y a à la fois l'expertise scientifique qui permet d'orienter les décisions qui sont prises, mais aussi l'expertise de terrain [...]. Notre rôle aussi au cabinet, c'est justement de maintenir le lien avec le terrain ; c'est de ne pas être déconnecté du terrain [...]. Donc, il y a à la fois une attente je dirais descendante : il y a un plan, il y a des orientations et finalement elles sont la cheville ouvrière de la mise en œuvre de ces plans ; et puis aussi des relations ascendantes [...]. [...] Elles nous font remonter des choses pour que nous on puisse aussi ajuster la politique en fonction de ça. On attend ça d'elles plus particulièrement en matière de prévention parce que c'est un secteur qui n'était pas jusqu'ici structuré et qui est en train de se structurer¹².

Les associations Aides et Act Up se sont ainsi constituées en « médiatrices » du social, pour reprendre l'expression de Paul Beaud (1985), contribuant à l'objectivation des choix opérés pour l'action publique.

11 Entretien mené avec un membre de l'ex-Inpes le 13 juillet 2010, l'Inpes étant devenu, depuis 2016 « Santé publique France ».

12 Entretien mené avec un membre de l'ex-Inpes le 13 juillet 2010.

1.2. Le champ de la lutte contre le sida et les « intellectuels intermédiaires »

Au-delà du retrait des pouvoirs publics face à l'épidémie, les associations de lutte contre le sida ont émergé dans un contexte favorable à l'acquisition d'une légitimité rapide, sous l'impulsion d'au moins deux facteurs : l'inaction des pouvoirs publics jusqu'en 1986 et l'urgence sanitaire liée à une épidémiologie alarmante dans les années 1980 et 1990. Par ailleurs, les fondateurs d'Aides et d'Act Up (universitaires et journalistes) disposaient d'un capital social important pour investir stratégiquement l'espace public. Ils représentent ces « nouveaux intellectuels intermédiaires », selon l'expression de Paul Beaud (1985), qui ont accompagné le déplacement d'un espace public dominé par la politique (avec le système parlementaire comme lieu d'objectivation) à un espace public dominé par la question sociale (impliquant d'autres types d'acteurs, d'autres instruments et d'autres lieux d'objectivation) (Beaud, 1985, 126)¹³. Cette reconfiguration est marquée par l'intervention d'acteurs sociaux relativement autonomes de l'espace politique et ayant les ressources pour mobiliser des « moyens institutionnels [...] produire et diffuser du savoir, agir sur les pratiques sociales » (Beaud, 1985, 76)¹⁴. Ces nouveaux intellectuels intermédiaires participent ainsi à l'« objectivation du social »¹⁵, c'est-à-dire à la publicisation de nouvelles questions sociales et à leur intégration dans les champs possibles d'action politique. À cet égard, les associations de lutte contre le sida s'inscrivent dans une dynamique propre aux organisations à but non lucratif, qui précèdent souvent l'action de l'État et innovent socialement en jouant « un rôle de pionnières [qui défrichent] les demandes sociales existantes » (Nyssens, 2008, 39-40). Ce rôle « pionnier » est encore plus remarquable dans le domaine de la santé¹⁶.

13 Paul Beaud donne comme exemples les salariés des structures socio-culturels ou éducatives mais nous considérons les fondateurs et membres du CA bénévoles des associations telles que Aides ou Act Up comme des « intellectuels intermédiaires » (De Oliveira, 2012). Sur l'ambivalence des relations entre les salariés de ces agences publiques et les associations, qui ont été autant amenées à s'opposer qu'à s'unir pour influencer les politiques publiques, on se reportera à une autre de nos contributions (De Oliveira, 2014).

14 Comme évoqué dans l'introduction, nous retrouvons des échos de cette reconfiguration dans la préface de Jürgen Habermas à l'édition de 1993 de *L'espace public*. Le philosophe y souligne l'importance des nouvelles « formes de diffusion et d'organisation, les modes d'institutionnalisation des supports d'un espace public non investi par le pouvoir », auxquelles participent entre autres les associations (Habermas, 1993).

15 La notion à laquelle renvoie Paul Beaud est proche de celle de Peter L. Berger et Thomas Luckman pour qui l'objectivation du social est un mode d'explicitation et de justification du monde institutionnel (Berger et Luckman, 1966, 122). Paul Beaud aborde également la notion d'« objectivation de soi », comme étape de redéfinition (et donc de légitimation) des biens qu'une société peut attendre d'un élargissement des débats à des questions relevant de la sphère privée. Voir également sur ce point les développements que nous en avons tirés par rapport au champ de la lutte contre le sida (De Oliveira, 2015).

16 On se reportera sur ce point à Janine Barbot (2002).

La sensibilité des citoyens aux questions relatives à la santé publique offre en effet une dimension politique sur laquelle les associations se sont appuyées pour légitimer la mise en scène des homosexuels dans les campagnes grand public¹⁷, à trois niveaux au moins. D'un point de vue épidémiologique d'abord, les homosexuels sont les plus touchés en termes d'incidence du VIH. Selon les acteurs interrogés, il convient donc de les intégrer dans les actions menées par les pouvoirs publics pour infléchir la progression de l'épidémie. Les messages de prévention, fondés sur la nécessité d'informer des modes de transmission et des moyens de s'en protéger, ont toutefois été élaborés de façon à s'adresser à tous, sans mettre en avant une population donnée. La mise en scène de personnages homosexuels est en outre justifiée à un deuxième niveau. Suivant une approche fonctionnaliste de la communication, l'instrumentation de la lutte contre le sida repose sur un principe selon lequel il s'agit de convaincre les populations de changer leurs comportements (et non sur un principe contraignant). Dès lors, mettre en scène des homosexuels dans les campagnes grand public permettrait une identification (et donc une mémorisation) plus grande et rendrait la communication plus efficace. Ce postulat est défendu autant par les acteurs associatifs que par les agences de communication et les représentants d'institutions. À un troisième niveau, enfin, la mise en scène des homosexuels dans les campagnes grand public se justifie par rapport à la gestion du corps social. Elle s'appuie sur l'idée que la visibilité des homosexuels participe à une plus grande acceptation de ceux-ci dans la société, *a fortiori* quand les campagnes sont assumées par les pouvoirs publics. Un corollaire à ce niveau de justification est le postulat (général en santé publique) selon lequel le niveau de bien-être d'un individu participe à l'adoption de comportements favorables à sa santé. Un tel postulat était suffisamment partagé par les professionnels de la prévention pour en faire un argument légitimant, dont cet extrait d'entretien avec un membre de l'Inpes est significatif :

Il y a eu quand même un changement stratégique au milieu des années 2000. L'idée, ça a été de dire qu'on allait autant travailler sur le message de prévention que sur la représentation de l'homosexualité. Il faut remettre ça dans son contexte : c'est un contexte de revendications de droits, avec un débat social assez fort. Donc on a fait des trucs qui peut-être n'avaient l'air de rien mais qui étaient de mettre en scène par

17 À la question de la légitimité de l'État dans la diffusion de campagnes portant explicitement sur les pratiques sexuelles, les acteurs institutionnels et politiques (par exemple Claude Evin, ancien ministre de la Santé, ou encore la conseillère VIH au cabinet de Roselyne Bachelot) ont invoqué la santé publique comme prérogative de l'État. La conseillère de Roselyne Bachelot a d'ailleurs employé des termes renvoyant à la notion de « biopolitique » développée par Michel Foucault (Foucault, 1976) : « L'État, son rôle, c'est quand même d'assurer la sécurité des citoyens ; la sécurité prise au sens large du terme, de faire en sorte que la population naisse et grandisse dans les meilleures conditions possibles. C'est constitutionnel. Donc la légitimité est de fait » [entretien mené avec un membre du cabinet de Roselyne Bachelot, le 14 octobre 2010].

exemple un couple homosexuel sérodifférent dans sa cuisine à déjeuner, en train de parler. Il y a eu d'autres spots où on a présenté la sexualité homosexuelle et on a vu qu'on a regagné des points. Mon interprétation, c'est qu'on les a beaucoup plus gagnés par la représentation tout d'un coup que l'État faisait de l'homosexualité et non par le message en lui-même qui n'était pas un message très nouveau par rapport à ce qui était fait par le passé. Il ne faut pas oublier qu'on est représentant de l'État, l'Inpes c'est l'État¹⁸.

Comme le montre l'histogramme ci-dessous (figure 1), les pratiques homosexuelles ont en effet été de plus en plus explicites entre 1987 et 2007.

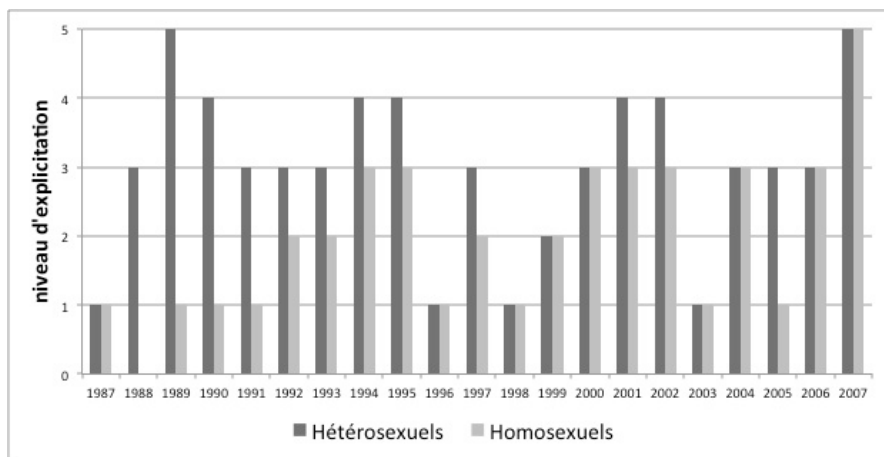


Figure 1 : Évolution de la mise en scène des pratiques hétérosexuelles et homosexuelles dans les campagnes grand public¹⁹

Les objectifs de santé publique ont donc permis d'objectiver un des choix de l'instrumentation de l'action publique tout en mettant implicitement en jeu des objectifs liés à l'institutionnalisation de nouvelles normes sociales.

18 Entretien mené par l'auteur avec un membre du cabinet de Roselyne Bachelot, le 14 octobre 2010.

19 Le niveau d'explicitation est codifié selon quatre critères : on ne connaît pas l'orientation sexuelle du ou des personnage-s mis en scène (niveau 1) ; l'orientation sexuelle est explicitée par la parole (niveau 2) ; l'orientation sexuelle est explicitée par des gestes entre les personnages (niveau 3) ; l'orientation sexuelle est explicitée par un baiser entre les personnages (niveau 4) et l'orientation sexuelle est explicitée par un rapport sexuel entre les personnages (niveau 5).

2.

La communication publique comme support de l'institutionnalisation et de légitimation de nouvelles normes

2.1. L'instituant dans les politiques publiques de lutte contre le sida

Les entretiens menés avec les acteurs institutionnels démontrent que l'explicitation des pratiques homosexuelles dans les campagnes grand public procédait d'une demande des associations. La direction de la communication de l'ex-CFES, poste clef dans l'élaboration des campagnes publiques, reconnaît qu'au début des années 1990, les associations étaient « puissantes » et que l'explicitation des pratiques homosexuelles était le fruit de leurs revendications. Il y avait alors, entre les associations et les institutions, une sorte de consensus quant à l'idée selon laquelle la visibilité homosexuelle participait à sensibiliser ces publics à l'épidémie, comme évoqué plus haut :

Clairement, il y avait derrière la lutte contre le sida un combat identitaire des associations homosexuelles. C'était difficile de démêler les deux quelquefois. Cela dit, il était important de parler aux homosexuels et de montrer que l'État s'intéressait à cette population, et de montrer aux homosexuels qu'ils étaient particulièrement concernés par l'épidémie²⁰.

La direction adjointe de l'ex-Inpes admet également qu'elle tire sa légitimité des associations : « non seulement l'État est légitime pour le faire mais on lui demande de le faire. La demande des associations reste extrêmement forte à ce niveau-là »²¹. Les associations de lutte contre le sida participent ainsi aux politiques publiques dans leur processus instituant (Giraud et Warin, 2008, 9) :

Les politiques sont institutantes au sens où elles élaborent une représentation de l'action à mener qui intègre une double hypothèse sur les causes du problème à traiter et sur les solutions à apporter. La construction de ce que l'on appelle alors un « cadre normatif » est au cœur même de la production des politiques publiques.

Les associations de lutte contre le sida ont intégré dans ce « cadre normatif » la question de la reconnaissance homosexuelle. Les acteurs institutionnels (et politiques) ont intériorisé les discours légitimant des associations, tout en étant lucides sur les enjeux qu'ils sous-tendaient quant à la reconnaissance des homosexuels. Elles ont ainsi réussi à lier la visibilité des homosexuels dans les campagnes grand public sur le sida à la lutte contre l'homophobie.

20 Entretien mené avec un membre de la direction de la communication de l'ex-CFES, le 20 octobre 2010.

21 Entretien mené avec un membre de l'ex-Inpes, le 13 juillet 2010.

C'est en ce sens que les associations de lutte contre le sida ont concrètement fait preuve de « symbolisme », cette capacité selon Cornélius Castoriadis à « poser entre deux termes un lien permanent de sorte que l'un 'représente' l'autre » (Castoriadis, 1975, 191)²². En s'attachant à rendre plus visibles les pratiques homosexuelles dans les campagnes grand public, elles ont « extériorisé » (Berger et Luckman, 1976, 109) de nouveaux besoins liés aux valeurs du couple et de la sexualité (Foucault, 1976), trop centrées sur la norme du couple hétérosexuelle. La notion de besoin renvoie ici à la remise en question des normes existantes, nécessairement exogènes au corps social qu'elles entendent réguler, et sujettes à contestation²³. Selon Georges Canguilhem en effet, « il suffit qu'un individu s'interroge dans une société quelconque sur les besoins et les normes de cette société et les conteste, signe que tous ces besoins et ces normes ne sont pas ceux de toute la société, pour qu'on saisisse à quel point le besoin social n'est pas immanent » (Canguilhem, 1966, 191). Les associations de lutte contre le sida ont donc saisi une question de santé publique pour exiger des pouvoirs publics d'instituer une nouvelle valeur du couple qui intègre autant l'hétérosexualité que l'homosexualité et de participer, via sa communication publique, à la diffusion de normes d'acceptation de celle-ci²⁴. La construction d'un problème public est donc corrélée au construit social des valeurs que se donne une société, toujours à même d'être (re)-questionnées. Elle relève de l'implication de regroupements d'acteurs qui identifient et nomment un « problème », qu'il relève de l'obtention de nouveaux droits, d'une remise en question des normes existantes ou du renforcement de celles-ci. En légitimant les campagnes de communication grand public liées à la prévention de la maladie comme « façons de faire universelles, symbolisées et sanctionnées », les associations ont participé à ce qui « fonde » l'ordre institué (Castoriadis, 1966, 186-188).

2.2. Communication publique et contrôle de l'institutionnalisation des normes

Les associations de lutte contre le sida ont donc participé en premier lieu à l'objectivation, l'institutionnalisation et la légitimation des campagnes grand public liées à la prévention du sida comme support d'un discours étatique

22 Sur les campagnes de communication publique liées à la prévention du sida et les notions de « symbolisme » et d'« imaginaire », se référer à De Oliveira (2013).

23 D'ailleurs la définition que donne Vincent Lemieux de la notion de minorité, comme ici la minorité homosexuelle, n'est pas fondée sur des caractéristiques numériques et socio-culturelles mais bien sur des demandes de régulation par rapport à des enjeux sociaux d'intégration et d'égalité, caractéristiques politique et sociétale selon l'auteur (Lemieux, 1986).

24 Nous nous appuyons ici sur la différence valeur/norme que fait Howard Becker dans *Outsiders* : la valeur étant une ligne directrice que se donne une société donnée tandis que la norme renvoie à la traduction de cette valeur dans les comportements (Becker, 1963).

visant la banalisation de l'homosexualité (ou une forme d'« habitude » pour reprendre l'expression de Peter L. Berger et Thomas Luckmann [1966, 110-111]). Les campagnes de communication publique sont en ce sens instituées comme des supports du langage en tant qu'instrumentalité : c'est à travers le langage que sera pérennisée la légitimité de l'ordre institué (que Peter L. Berger et Thomas Luckman considèrent comme une objectivation de « second ordre » [Berger et Luckmann, 1966, 122]). Sur ce point, un membre de la direction de l'ex-CFES exprime ainsi son point de vue sur la légitimation de la communication publique :

Je pense qu'il y a un travail de la communication sur elle-même. Je veux dire qu'en 1995, on a gagné quelque chose, on a montré des homosexuels dans la presse. Et quelques années après, on a pu les montrer à la télé. Il y avait donc une meilleure acceptabilité²⁵.

Pendant, les associations ont contribué à « fermer » les débats sur l'instrumentation de l'action publique en termes de communication et à typifier, sous le contrôle de l'État, le rôle des différents acteurs, car « toute conduite institutionnalisée implique des rôles. Ainsi, les rôles partagent le pouvoir de contrôle de l'institutionnalisation » (Berger et Luckmann, 1966, 138). Les entretiens menés avec les acteurs associatifs et institutionnels ont fait ressortir l'idée selon laquelle les associations de lutte contre le sida ont dès le milieu des années 1990 été prises dans un processus d'enrôlement aux côtés de l'État et ont perdu en force de revendications. Ce constat a surtout été posé par rapport à l'association Act Up qui était dans une logique de conflit avec les pouvoirs publics quand Aides était plutôt dans une logique de partenariat²⁶. Un extrait des propos du cofondateur d'Act Up Paris, Didier Lestrade, est très révélateur d'autres propos tenus par d'autres anciens présidents de l'association :

On est parti d'un moment [1989] où il n'y avait jamais d'interlocuteur au gouvernement, il y avait jamais quelqu'un qui pouvait nous parler. Et maintenant toutes les associations ont leurs partenaires à tous les niveaux [...]. Depuis [1993], on s'est retrouvé avec des gouvernements qui savaient que le sida était un sujet emmerdant et qu'il fallait faire attention [...]. Et tous les gouvernements [successifs], tous les ministères de la Santé

25 Entretien mené avec un membre de la direction de l'ex-CFES, le 21 octobre 2010.

26 À cet égard, Daniel Defert déclare à propos des premières actions d'Aides au milieu des années 1980 : « on avait d'une certaine manière l'aval du ministère de la Santé – qui ne venait pas, enfin, ils devaient envoyer quelqu'un pour voir, mais c'est nous qui choissions nos intervenants. Et d'une certaine manière, c'était une communication publique pour eux et une légitimation pour nous. Ça ne nous posait pas de problème. On n'avait pas de raison d'être en situation d'affrontement. Il y avait rien, il fallait tout créer, donc on n'était pas dans une position d'affrontement. Act'Up s'est mis dans une position d'affrontement pour se singulariser, se constituer ; c'était leur acte de naissance » (entretien mené avec Daniel Defert, le 17 juillet 2010).

se sont passés le mot, en disant qu'il fallait [nous] parler, communiquer auprès de nous, etc. Après on s'est endormi, justement parce que ces ministères sont malins, ils savent comment amadouer les gens²⁷.

Le contrôle de l'institutionnalisation des normes liées à l'homosexualité et à la prévention du sida a été le fait essentiellement de l'Inpes à partir du début des années 2000. Si du « temps » du CFES (1993-2002), « on ne savait plus, selon l'ex-direction, qui décidait quoi »²⁸ sur les campagnes liées au sida, les places sont plus clairement assignées avec l'Inpes, qui, comme nous l'avons vu, a très bien intégré l'enjeu de la visibilité des homosexuels dans les campagnes. L'un des membres de cette institution dit en effet que :

L'évolution finale ça a été [...] une façon de dire qu'on considérait tout le monde de la même manière, dans notre processus de normalisation (enfin, je sais pas comment dire) [...]. Aujourd'hui, il y a une règle du jeu qui est claire : le groupe de travail est animé par l'Inpes qui fait des propositions en termes de stratégies, en termes de contenus et les associations participent à cette réflexion-là, à l'élaboration du contenu. Parfois, il y a des désaccords, mais, au final, c'est l'Inpes qui tranche, même si on essaie toujours de le faire le mieux possible et avec le consensus le plus fort²⁹.

Cette évolution a été d'ailleurs soulignée par le directeur de la communication de l'ex-CFES, encore en poste au moment de la création de l'Inpes : « Je pense que l'agressivité est un peu redescendue parce que les pouvoirs publics ont fait ce qu'il fallait aussi. On est allé assez loin dans les actions, dans la réponse aux attentes des associations [...]. Et c'est vrai qu'Act Up, petit à petit, on n'en a quasi plus entendu parler, par rapport à ce que c'était »³⁰.

Le processus d'institutionnalisation des normes d'action liées à la prévention du sida, notamment vis-à-vis de la question homosexuelle, s'est donc accompagné d'une intégration des acteurs associatifs et de leurs discours concurrents au sein de modalités consensuelles de co-construction de l'action publique, nécessaires à la légitimation de l'action publique comme à son efficacité. L'analyse de l'émergence des questions sociales liées à la lutte contre le sida et du rôle des associations montre ainsi comment un processus d'institutionnalisation aboutit à l'établissement d'un stock commun de connaissances (Berger et Luckmann, 1966, 152) dans lesquels les différents acteurs vont puiser pour légitimer les campagnes grand public et à une reconfiguration des rapports entre l'État et les acteurs associatifs. Autrement dit, les « publics spécifiques » (Dewey, 1927) dont la mobilisation est nécessaire à la construction d'un problème

27 Entretien mené par l'auteur avec Didier Lestrade, le 28 septembre 2010.

28 Entretien mené par l'auteur avec la direction de l'ex-CFES, le 21 octobre 2010.

29 Entretien mené par l'auteur avec l'ex-Inpes, le 13 juillet 2010.

30 Entretien mené par l'auteur avec la direction de la communication de l'ex-CFES, le 20 octobre 2010.

public sont, au terme de l'achèvement du processus de publicisation, effacés au profit des acteurs étatiques. Cependant, signifier l'achèvement d'un processus de publicisation ne signifie pas pour autant que les solutions à apporter sont épuisées, ni même que la légitimité de l'État à y porter une attention soit acquise sur le long terme (les récentes manifestations contre le « mariage pour tous » ont montré que d'autres types d'acteurs pouvaient se mobiliser pour remettre en question la légitimité de l'intervention de l'État sur les valeurs attachées au couple et la question homosexuelle). Les normes, comme les institutions chargées de les diffuser, n'ont pas de logique intrinsèque ; leur logique réside dans « la façon dont celles-ci sont traitées réflexivement » et elles doivent régulièrement être légitimées pour conserver leur primat (Berger et Luckman, 1966, 125 ; Canguilhem, 1966, 177)³¹. Les publics constitués peuvent alors, à la faveur d'une réactivation du débat dans l'espace public, se remobiliser autour d'une question sociale en retrouvant une parole partiellement confisquée par les acteurs étatiques – ou du moins diluée dans les discours publics – voire à procéder à une nouvelle « désignation » (Arquembourg, 2016) du problème. Constitués en « groupes d'intérêt politique »³², ces publics n'en continuent pas moins de représenter dans tous les cas une force sociale latente, prise en compte par les pouvoirs publics par anticipation des résistances possibles face à des décisions et actions politiques.

3. Conclusion

La publicisation de la question homosexuelle à travers la lutte contre le sida montre donc les processus complexes à l'œuvre pour légitimer d'une part l'intervention de l'État dans l'espace public sur un sujet relevant de la sphère privée et d'autre part les instruments visant à institutionnaliser de nouvelles normes sociales. Le cas étudié révèle ainsi la place des acteurs sociaux dans la mise en débat de questions sociales et la légitimité de leur politisation. Le schéma ci-dessous synthétise le processus de construction d'un problème public et sa mise en normes, en reprenant les différents éléments que nous avons présentés tout au long de cet article³³ (figure 2).

31 Sur la question de la légitimité de la communication comme instrument de l'action publique, on pourra se reporter également à François Rangeo (1991).

32 Sur ce point et en prolongement de cet article, on pourra se référer aux travaux sur le lobbying de Theodoros Koutroubas et Marc Lits (2011).

33 Les flèches soulignant les liens erratiques entre les différentes « étapes » et l'interdépendance entre les acteurs et les différents niveaux.

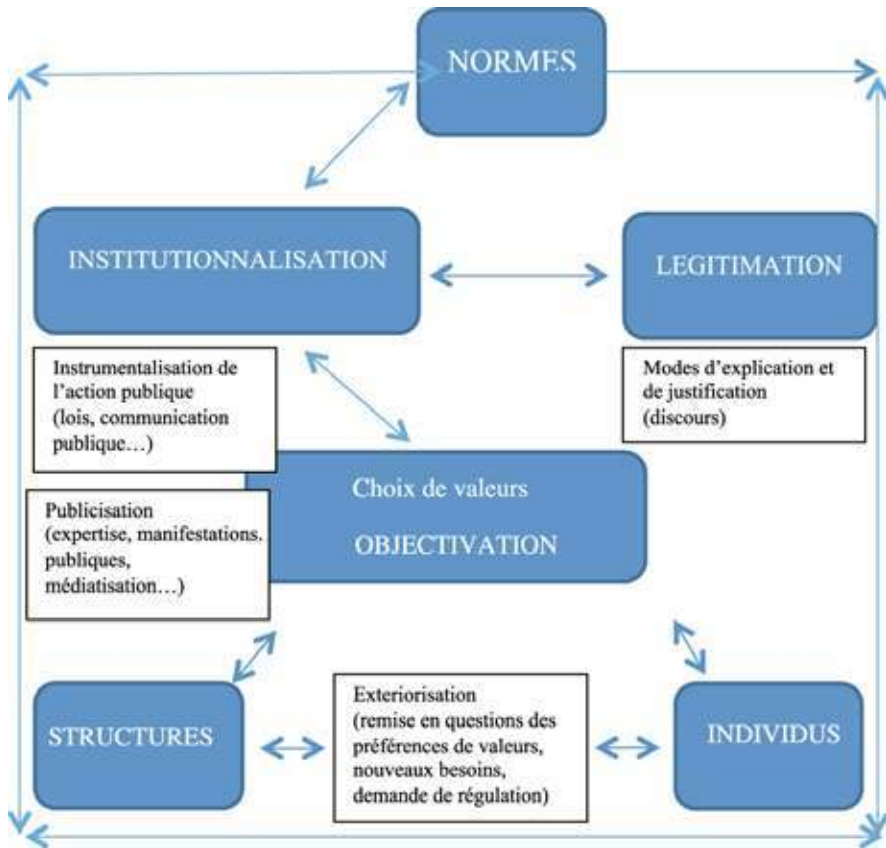


Figure 2 : Schéma d'institutionnalisation et d'intériorisation des normes

Le processus d'institutionnalisation de nouvelles normes prend d'abord sa source dans l'extériorisation d'un problème porté par des individus et des structures sociales, qui vont se structurer pour objectiver une demande sociale et participer ainsi à sa légitimation dans la sphère politique. Ce n'est que dans un second temps que l'État participe à son institutionnalisation par des instruments législatifs et symboliques, et à la pérennité de sa légitimité à intervenir sur le sujet (la légitimation étant alors la seconde phase de l'objectivation).

C'est au moment de cette phase d'institutionnalisation que l'État met en avant l'action publique, en réifiant celle-ci par un processus d'effacement de la construction du problème dans la sphère publique et des acteurs qui y ont contribué³⁴, « étape extrême dans le processus de l'objectivation » (Ber-

34 D'autres auteurs ont également présenté les mêmes conclusions par rapport à d'autres domaines de l'action publique, par exemple Isabelle Pailliat et Géraldine Strappazon (2007) ou Caroline Ollivier-Yaniv (2013).

ger et Luckmann, 1966, 159). La diffusion des normes dans le corps social et leur intériorisation semblent ainsi être le fait d'une logique de domination par les pouvoirs publics qui en auraient pris l'initiative. L'analyse des processus de construction d'un problème dans l'espace public montre au contraire que leur mise en normes procède avant tout d'une demande sociale et d'une mobilisation d'acteurs de la société civile qui légitiment l'intervention étatique. Comme souligné dans l'article, la légitimité des normes en vigueur est toujours susceptible d'être remise en question ; celles-ci font alors l'objet du même processus. Par ailleurs, certains problèmes publics ne dépassent pas le stade de l'objectivation, par manque de structuration ou de ressources suffisantes des publics spécifiques qui en portent la cause. Cela a été par exemple souligné par un membre de l'Inpes par rapport aux migrants, autre public prioritaire de la lutte contre le sida :

C'est un phénomène qu'on ne retrouve pas du tout chez les populations migrantes qui aujourd'hui sont une population prioritaire de la lutte contre le sida mais qui ne sont absolument pas organisées pour d'autres raisons probablement liées à leur statut d'immigration. Ils ne sont pas du tout organisés d'un point de vue politique et on n'a pas vu émerger en fait de revendications de ces populations-là autour de la problématique du VIH et de s'en servir pour rebondir en fait sur d'autres problématiques, sur d'autres revendications politiques³⁵.

La question de la prévention du VIH auprès des migrants serait intéressante à étudier de ce point de vue.

Bibliographie

Arquembourg J. (2016). « L'antibiorésistance en France, du risque à la menace pour la santé publique. Analyse d'un processus inachevé de constitution d'un problème public ». In *Questions de communication*, n° 29, p. 29-47.

Barbot J. (2002). *Les malades en mouvement. Les médecins et la science à l'épreuve du sida*, Paris, Éditions Balland.

Becker H. (1963). *Outsiders*, New-York, Free Press of Glencoe.

Beaud P. (1985). *Médias, médiations et médiateurs dans la société industrielle*, Thèse de doctorat sur travaux, Université Stendhal – Grenoble 3.

Berger P. et Luckmann T. (1966). *The social construction of reality*, New-York, Doubleday & Compagny Inc.

Canguilhem G. (1966). *Le normal et le pathologique*, Paris, Presses Universitaires de France.

Castoriadis C. (1975). *L'Institution imaginaire de la société*, Paris, Points.

De Oliveira J.-P. (2012a). *Communication publique et formes de gouvernabilité contemporaines de l'État. Le cas de l'homosexualité dans les campagnes de prévention du sida en France (1987-2007)*, Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communi-

cation, Université de Grenoble.

De Oliveira J.-P. (2012b). « Des agences sous contrainte de l'État à communiquer sur la sexualité ». In *Pyramides*, n° 24, p. 199-219.

De Oliveira J.-P. (2013). « Les significations imaginaires de la communication publique : l'homosexualité dans les campagnes de prévention du sida grand public en France ». In Bryon-Portet C. et Tudor M.-A. (dirs.), *Actes du colloque international « communication du symbolique et symbolique de la communication dans les sociétés modernes et post-modernes »*, 8-9 novembre 2012, Béziers, ORC IARSIC- ESSACHESS.

De Oliveira J.-P. (2014). « Quand les associations coproduisent l'action publique : enjeux et tensions autour des campagnes grand public de prévention du sida ». In Aldrin P., Hubé N., Ollivier-Yaniv C. et Utard J.-M. (dirs.), *Les mondes de la communication publique. Légitimation et fabrique symbolique du politique*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, p. 129-146.

De Oliveira J.-P. (2015). « La communication publique à l'appui d'une stratégie de repositionnement de l'État dans l'espace public. Le cas de la lutte contre le sida et de la question homosexuelle ». In *Questions de communication*, n° 26, p. 235-255.

Dewey J. (1927). *Le Public et ses problèmes*, Paris, Folio Essais.

Dodier N. (2003). « Les premières

années de l'épidémie de sida ». In Broqua C., Lert F. et Souteyrand Y. (dirs.), *Homosexualités au temps du sida*, Paris, ANRS Éditions, p. 1-18.

Elias N. (1973). *La civilisation des mœurs*, Paris, Pocket.

Foucault M. (1976). *Histoire de la sexualité. Tome 1 : La Volonté de savoir*, Paris, Gallimard.

Giraud O. et Warin P. (dir.) (2008). *Politiques publiques et démocratie*, Paris, Pacte – La Découverte.

Habermas J. (1993). *L'espace public*, Paris, Payot Rivages.

Jobert B. et Muller P. (1987). *L'État en action. Politiques publiques et corporatisme*, Paris, Presses Universitaires de France.

Koutroubas T. et Lits M. (2011). *Communication politique et lobbying*, Bruxelles, Editions De Boeck.

Lascombes P. et Le Galès P. (dir.) (2004). *Gouverner par les instruments*, Paris, Les Presses de Sciences-Po.

Lemieux V. (1986). « Les minorités et l'État. Quelques propositions générales ». In Guillaume P., Lacroix J.-M., Pelletier R. et Zylberberg J. (dir.), *Minorités et État*, Bordeaux/Laval, Presses Universitaires de Bordeaux – Presses de l'Université Laval, p. 9-19.

Marchetti D. « Les conditions de réussite d'une mobilisation médiatique et ses limites. L'exemple d'Act Up Paris ». In Curapp (dir.),

La politique ailleurs, Paris, Presses Universitaires de France.

Martel F. (1996). *Le rose et le noir. Les homosexuels en France depuis 1968*, Paris, Seuil.

Molotch H. et Lester M. (1996). « Une conduite délibérée de l'usage stratégique des événements ». In *Réseaux*, vol. 14, n° 75, p. 23-41.

Nyssens M. (2008). « Les analyses économiques des associations ». In Hoarau C. et Laville J.-C. (dir.), *La gouvernance des associations. Économie, sociologie, gestion*, Toulouse, Éditions Erès, p. 27-51.

Ollivier-Yaniv C. (2000). *L'État communiquant*, Paris, Presses Universitaires de France.

Ollivier-Yaniv C. (2013). « Communication, prévention et action publique : proposition d'un modèle intégratif et configurationnel. Le cas de la prévention du tabagisme passif ». In *Communication & Langages*, n° 176, p. 93-111.

Paicheler G. (2002). *Prévention du sida et agenda politique. Les campagnes de prévention du sida en direction du grand public (1987-1996)*, Paris, Editions du CNRS.

Pailliant I. et Strappazzon G. (2007). « Les paradoxes de la prévention des cancers : privatisation et publicisation ». In *Questions de communication*, n° 11, p. 17-31.

Pinell P. (dir.) (2002). *Une épidémie politique. La lutte contre le*

sida en France (1981-1996), Paris, Presses Universitaires de France.

Rangeon F. (1991). « Communication politique et légitimité ». In Curapp (dir.), *La communication politique*, Paris, Presses Universitaires de France.

