
Vincent MEYER, *Interventions sociales, communication et médias. L'émergence du sociomédiatique*

Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Logiques sociales, 2004, 244 p.

Michel Chauvière



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5575>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.5575](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.5575)

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 30 juin 2005

Pagination : 469-470

ISBN : 978-2-86480-859-6

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Michel Chauvière, « Vincent MEYER, *Interventions sociales, communication et médias. L'émergence du sociomédiatique* », *Questions de communication* [En ligne], 7 | 2005, mis en ligne le 23 mai 2021, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5575> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.5575>

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

Tous droits réservés

Vincent MEYER, *Interventions sociales, communication et médias. L'émergence du sociomédiatique*

Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Logiques sociales, 2004, 244 p.

Michel Chauvière

RÉFÉRENCE

Vincent MEYER, *Interventions sociales, communication et médias. L'émergence du sociomédiatique*, Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Logiques sociales, 2004, 244 p.

- 1 Comment penser l'interaction entre un champ professionnel discret et faible – celui de l'intervention sociale – et le champ professionnel des médias, plus fortement affirmé et surtout riche de certains savoir-faire ? Comment comprendre les usages que les travailleurs sociaux, leurs institutions et organisations font des médias pour alerter leurs contemporains sur les enjeux de la souffrance des personnes ou des groupes, mais aussi pour valoriser leurs propres actions ? Inversement, comment expliquer l'investissement de plus en plus visible du monde des médias dans les questions sociales ? Quelles en sont les formes dominantes dans la presse écrite, à la radio et surtout à la télévision (télé-réalité) ? Comment s'y prendre pour en évaluer l'utilité autant que l'impact (y compris au plan économique) ? Pour Vincent Meyer, tous ces processus forment un nouveau champ de connaissance en tensions : le sociomédiatique. Le sujet est assurément original et tout à fait d'actualité. On peut le lire de différentes façons, selon ses propres centres d'intérêt. Il croise avant tout l'interrogation sur les transformations en cours de l'intervention sociale et du « faire société ». Comment compter avec l'impératif de médiatisation, les plus-values qu'il apporte et toutes les concurrences – parfois loyales, parfois déloyales – qu'il entraîne ?
- 2 L'auteur a méthodiquement dépouillé un grand nombre de produits (journaux, émissions et autres) intégrant ou visant le social. C'est pourquoi, dans cet ouvrage, il

propose un grand nombre d'illustrations sociomédiatiques toujours bien choisies qui rendent le texte fort accessible. Pour autant, ce n'est pas un travail purement empirique. Soucieux de dépasser l'approche par les qualifications et les fonctions, Vincent Meyer cherche à comprendre non seulement les manifestations repérables dans l'espace public mais aussi les rhétoriques de légitimation et de construction des compétences qui les accompagnent et les consensus produits par cette voie par et pour les acteurs. Pour cela, il emprunte à Luc Boltanski et Laurent Thévenot, et le résultat de ses investigations est souvent convaincant.

- 3 Deux grandes parties organisent le propos et assurent la progression de l'analyse. La première, « Interventions sociales et communications », permet en quatre chapitres de définir l'intervention sociale, ses frontières et ses mutations, d'interroger la construction historique des professionnalités par un lent travail de positionnement et de ressourcement, et enfin de situer l'enjeu des communications sur deux plans : à la base, partant du terrain, et publiquement au travers de manifestations *ad hoc*. Il s'agit tout à la fois des stratégies de mise en visibilité des professionnalités sociales dans l'espace public et des conduites et pratiques de type sociomédiatique dans ce même domaine. La seconde, « L'émergence du sociomédiatique », aborde le problème de l'image du social et des outils qui s'y appliquent, puis la construction médiatique de l'exclusion et de l'engagement, jusqu'à « l'esthétisation » des causes et des professions. Enfin, sous un autre angle, l'auteur distingue très finement le « travail médiatique du social » et le « travail social des médias » en s'aidant de très nombreux exemples (Téléthon, Sidaction, Restos du cœur, Virades, Urgences, etc.) incompréhensibles sans la ressource médiatique.
- 4 Néanmoins, on aurait souhaité que l'auteur consacre davantage de lignes aux enjeux économiques du développement médiatique et à ses effets sur ce qu'on qualifie généralement d'opinion publique. Les représentations du social, notamment la légitimation de la traduction de ce dernier en autant de problèmes personnels additionnés, sont sans doute l'effet d'une inflexion dans la civilisation, mais aussi la conséquence du poids culturel des médias. Aujourd'hui, le texte de la question sociale s'écrit davantage dans les émissions de télévision qu'à l'université ou dans les associations. L'émission de Jean-Luc Delarue, *Ça se discute*, illustre parfaitement cette remarque. Ce producteur/animateur n'est-il pas, avec quelques autres, l'un des « entrepreneurs moraux » contemporains les plus efficaces, en même temps qu'un homme d'affaires très avisé ?
- 5 Au demeurant, par cette livraison de grande qualité, bien équilibrée dans sa conception et toujours passionnante à lire, Vincent Meyer fait manifestement œuvre pionnière. Son remarquable travail mérite d'être connu et surtout commenté par tous ceux que la question sociale concerne (intervenants, institutions, lieux de formations) autant que par les spécialistes de la communication politique, à qui il fournit une véritable évaluation de terrain. Il en va de deux enjeux décisifs : l'éthique de l'intervention et la qualité du service rendu.

INDEX

oeuvrecitee Interventions sociales, communication et médias. L'émergence du sociomédiatique
- (Vincent Meyer, 2004)

AUTEURS

MICHEL CHAUVIÈRE

CERSA, université Paris 2

mchauviere@noos.fr