

Les parcours d'information dans un centre social

In: Communication et langages. N°104, 2ème trimestre 1995. pp. 56-71.

Résumé

Abraham Moles avait promu « une psychologie de la vie quotidienne » et trouvé de grands enseignements dans des petites choses : les attentes de l'autobus, les queues devant un guichet, etc. Influencés plus directement par les travaux d'Eliseo Veron, les auteurs se sont intéressés ici aux comportements des personnes dans un lieu d'accueil et d'informations sociales. Ils ont étudié une centaine de consommateurs dans deux lieux différents. Une observation pleine de leçons pour l'amélioration du service, qui s'inscrit dans une « sémiotique de l'espace » au quotidien.

Citer ce document / Cite this document :

Boullier Dominique, Vasseur Véronique. Les parcours d'information dans un centre social. In: Communication et langages. N°104, 2ème trimestre 1995. pp. 56-71.

doi : 10.3406/colan.1995.2590

http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_0336-1500_1995_num_104_1_2590

Les parcours d'information dans un centre social

**Dominique Boullier
avec Véronique Vasseur**

Abraham Moles avait promu « une psychologie de la vie quotidienne » et trouvé de grands enseignements dans des petites choses : les attentes de l'autobus, les queues devant un guichet, etc. Influencés plus directement par les travaux d'Eliseo Veron, les auteurs se sont intéressés ici

aux comportements des personnes dans un lieu d'accueil et d'informations sociales. Ils ont étudié une centaine de consommateurs dans deux lieux différents. Une observation pleine de leçons pour l'amélioration du service, qui s'inscrit dans une « sémiotique de l'espace » au quotidien.

Les lieux d'accueil et d'information sociale (du type centre social) doivent répondre à plusieurs visées simultanément : sensibiliser, attirer, diffuser, expliquer, guider, etc., pour les publics très divers des institutions sociales. Des lieux uniques vont devoir répondre à des publics très différenciés, en essayant de combiner ces visées parfois difficilement conciliables. Cette tendance s'accroît encore actuellement avec les réflexions sur les projets de « guichets uniques », permettant d'éviter la dispersion des services administratifs et de proposer aux usagers un seul interlocuteur. Le choix de ne plus prendre comme base d'organisation des lieux d'accueil la division administrative (souvent illisible pour la population des administrés en question), signale une véritable volonté de se décentrer, qui va dans le sens des exigences de qualité des services publics, si souvent évoquées dans les discours politiques actuels. Mais il est à craindre que le découpage simpliste des populations et la difficulté à comprendre leurs logiques pratiques d'information au sein de ces espaces ne créent une confusion contre-productive.

Nos observations des parcours effectués par les usagers de centres sociaux polyvalents soulignent à quel point les activités propres des utilisateurs, leurs tactiques d'usages de l'espace et de l'information sont variées et non simplement réductibles à des propriétés socioculturelles déjà répertoriées.

Nous avons observé deux centres sociaux pendant plusieurs journées afin de cartographier les parcours des différents visiteurs (soit cinquante parcours exploitables par centre environ). Nous ne connaissions pas *a priori* leurs buts : pour la moitié d'entre eux, nous avons procédé à un bref entretien après observation, de façon à valider un certain nombre de nos hypothèses. Nous n'avons jamais relié les informations recueillies à des catégories socioprofessionnelles ou culturelles classiques. Nous visons à mettre en évidence *la structure des compétences des acteurs dans leurs négociations avec leur environnement d'information*, compétences que nous avons pu décrire sous forme de *styles* de négociation.

Les buts de la visite en centre social peuvent être multiples et non seulement orientés vers la recherche d'informations : on peut venir chercher un bien (un disque, un matériel de la boutique bébé, une aide financière, selon les services offerts dans ce centre) ou un service (garde d'enfants par exemple) ou seulement passer le temps, rencontrer du monde. L'information est présente, pouvant être à disposition de tous pour une part, sous forme de panneaux, de brochures (disposées sur des présentoirs, sur des tables), d'affiches, etc. Une autre partie de l'information est possédée par le personnel du centre, plus ou moins spécialisé, depuis l'hôtesse d'accueil jusqu'à l'assistante sociale qui ne recevra que sur rendez-vous.

Les émetteurs de ces diverses informations ne sont pas fortement identifiés par institution. Plusieurs organismes participent déjà à l'organisation de ce centre : la commune (une mairie de quartier dans un des centres), la caisse d'allocations familiales, le département (qui a des locaux voisins qui communiquent), des associations diverses qui peuvent organiser certaines activités, etc. Toutes ces institutions ont malgré tout le plus souvent un rapport avec ce qu'est supposé trouver une personne en quête d'informations à caractère social.

Cette supposition reste, en tout état de cause, hasardeuse car la situation dans laquelle se trouve une personne en difficulté peut relever du logement comme du conseil conjugal ou médical et il n'est pas sûr que ces demandeurs fassent la distinction entre institutions. De plus, tout effet centralisateur de ressources à disposition dans un lieu public tend à attirer des demandes d'information de toutes sortes : instituer un espace d'information, c'est en effet rendre publique une offre et susciter des demandes qui ne coïncident qu'imparfaitement. D'autant plus que d'autres

institutions ont profité de ces espaces d'accueil pour offrir leurs informations, comme la SNCF ou les organismes culturels.

Les parcours que nous observons peuvent aussi bien être ceux de demandeurs d'information très orientés par une quête bien particulière que ceux de personnes de passage « pour voir », ou en attente pour un autre service.

Les conditions de départ sont donc très différentes mais les parcours que l'on observe ne dépendent pas de cette orientation de l'activité, ils la révèlent en y imprimant des caractères propres à des styles de négociation avec l'offre d'information sociale. Le contact avec l'offre d'information peut être d'une intensité variée : passage, lecture, prise en mains et déchiffrement, conservation du document avec soi, etc. Nous avons soigneusement noté toutes ces façons de faire, sans pour autant en déduire *a priori* une relation au contenu de l'information.

Pour mieux faire apparaître, dans une démarche compréhensive et non analytique, la congruence des différents traits constitutifs de chacun des styles, nous les avons mis en scène sous forme d'une ménagerie, reprenant en cela les traditions du portrait chinois et l'usage qu'en avait fait Eliseo Veron¹ pour décrire les parcours d'une exposition. Pour faciliter la comparaison, nous avons voulu les choisir dans une même classe, celle des insectes. Nous avons dégagé quatre styles : abeille, fourmi, sauterelle, cigale.

L'ABEILLE : CURIEUSE ET RATIONNELLE

Elle est, parmi les visiteurs des centres sociaux, celle dont le parcours est le plus fondé sur la curiosité et le plus rationalisé. Elle est soucieuse d'améliorer son quotidien, tous les « rayons » (par analogie avec le supermarché ou avec la ruche !) sont examinés systématiquement avec soin. Il est important pour l'« abeille » de ne rater aucune « bonne affaire de la semaine », promotion intéressante ou « réduction famille nombreuse ». Son attention sera par conséquent redoublée : toutes les « allées » (ici les panneaux et les présentoirs) sont arpentées une à une avec méthode et discipline, aucun des produits susceptibles de l'intéresser (« *Cela me concerne-t-il ?* », « *Puis-je en bénéficier ?* ») ne pourra ainsi passer au travers des mailles du « filet » de cette ménagère.

Ce type de parcours omet cependant certains rayons spécialisés ne pouvant intéresser qu'une partie de la population : mission

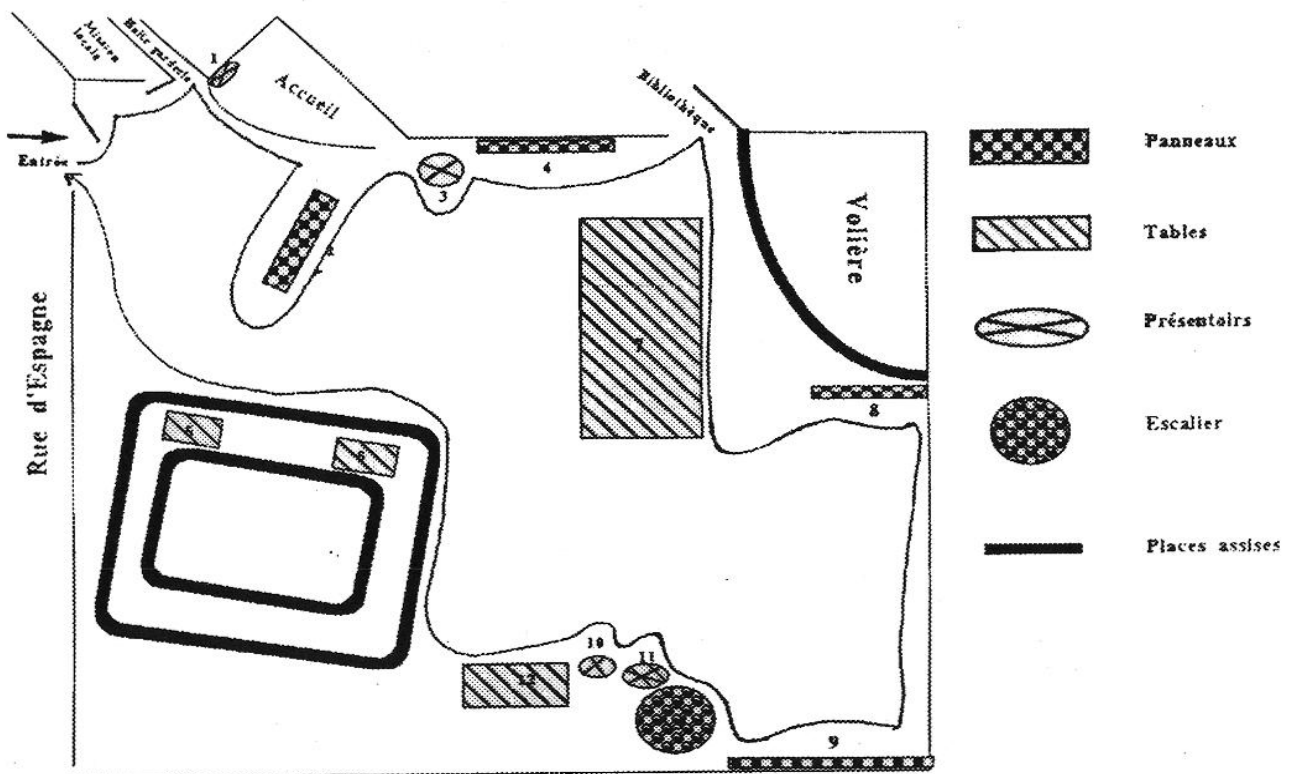
1. VERON Eliseo, *L'espace, le corps, le sens. Ethnographie d'une exposition*, Paris, Centre Georges-Pompidou, 1983.

locale (exigence d'âge) ou halte-garderie ; on peut toutefois passer devant un rayon s'en pour autant s'y arrêter.

Le parcours de l'abeille présente les particularités :

- d'être long,
- de comprendre de nombreuses haltes,
- d'appliquer toujours la même stratégie : suivre l'ordre spatial (selon le lieu d'entrée) proposé par le centre social, c'est-à-dire qu'on se déplace de rayon le plus proche en rayon le plus proche, selon une règle de proximité, de « lecture » linéaire, studieuse et appliquée.

Exemple de parcours « d'abeille »



L'abeille adopte ce que nous avons appelé ailleurs un comportement hétéronome², c'est-à-dire qu'elle se laisse guider par l'autre, elle entre totalement dans un schéma relationnel « didactique ». Car elle est effectivement en mesure d'acquérir ces informations, de les faire siennes, à tel point qu'elle va les emporter.

2. BOULLIER Dominique et LEGRAND Marc, *Les mots pour le faire. Conception des modes d'emploi*, Paris, Éd. Descartes, 1992.

Avec elle, point de souci à se faire. Quelle que soit son importance ou son degré de pertinence, toute information mérite son attention : surtout ne rien oublier, ne rien négliger, prévoir, explorer. Elle est sans doute le client le plus curieux et le plus apte à consommer, qui se caractérise par son « ouverture à l'offre ».

«... Oui j'ai pris l'allocation parentale d'éducation, l'allocation pour jeunes enfants, les plafonds de ressources au 1^{er} juillet 1992 et les conditions de ressources. Je suis passée une première fois et je suis revenue. De toute façon je voulais les prendre. Ça m'intéresse. Moi j'aimerais bien avoir un bébé bientôt, donc tout ce qui est allocation... Je trouve que c'est très pratique. C'est pour ça que j'ai sauté dessus tout de suite. »

L'abeille est très friande de documents écrits à emporter qu'elle peut ensuite déguster à son domicile ou conserver pour une utilisation ultérieure. Les visuels, panneaux et affichages, de par leur côté « éphémère » (l'information disparaît dès le lieu quitté) seront peu appréciés à moins qu'ils ne renvoient à une source écrite (disponible sur place) plus facilement transportable et classable.

Le déclencheur de l'information (ce pour quoi elle sera vue et retenue) et son traitement (« *Comment l'appliquer à mon propre cas ?* ») fonctionnent sur le même mode, celui de l'écrit.

Quant aux sources orales, elles ne sont utilisées qu'à deux conditions :

1°) Le produit n'existe que sous cette forme, n'est pas disponible en modèle « standardisé ». Ce type de client sait pertinemment ce qui lui convient. Il fait immédiatement le lien entre son cas particulier et la catégorie à laquelle il renvoie. En un mot, l'abeille n'a pas besoin qu'on lui « dégrossisse » l'information. Elle s'en charge elle-même.

2°) L'interlocuteur est un spécialiste. Son rôle n'est alors pas de traduire l'information mais de la traiter immédiatement (ouverture ou suivi de dossier par exemple).

« Que ferez-vous de ces fiches ?

— Je vais les regarder chez moi ; si j'ai le droit à quelque chose, j'irais voir à la CAF.

— Vous ne reviendrez pas ici ?

— Si, pour la halte-garderie, mais c'est pas eux qui s'occupent des allocations familiales. »

De par ses capacités d'« apprentissage spontané », son attitude active et anticipatrice (elle s'informe avant que sa situation ne

change) et sa capacité à traiter l'information, l'abeille appartiendrait à la famille des « usagers-citoyens » décrite par J.-L. Outin³, lorsqu'il caractérisait les populations d'allocataires des CAF (caisses d'allocations familiales).

LA FOURMI : COMPÉTENTE, MAIS RENFERMÉE

La fourmi se déplace au centre social pour satisfaire une demande précise. Cette façon de faire se traduit, en situation, par un parcours où l'originalité a peu de place : on sait où l'on va, on ne prend que ce dont on a besoin, on ne se laisse pas distraire par les autres produits ou services offerts. L'ordre des démarches est structuré, séquencé : rayon d'intérêt par rayon d'intérêt. Traverser de grands espaces (sans arrêt ou ralentissement) ne sera pas un obstacle pour cette fourmi. Rien, ni de près ni de loin, ne peut dévier la trajectoire de cet insecte peu enclin, nous le savons tous, aux loisirs. Pour que ce type de « clientèle » soit satisfait, une chose importe avant tout : reproduire à l'identique la situation de la semaine passée. Une amélioration quelconque de la situation ne sera pas recherchée.

Son principal souci est la stabilité de sa situation. Si aucun changement n'intervient, elle se contentera de reproduire ses démarches à l'identique (peu d'ouverture à l'offre) en utilisant toujours les mêmes produits : la halte-garderie et la bibliothèque par exemple. Si sa situation se modifie (divorce par exemple), elle cherchera à compenser ce « manque à gagner » (le retour à la situation de départ) par l'acquisition de nouveaux produits. Sa projection est donc plus limitée dans le temps que celle de l'abeille. C'est la seule à mettre en œuvre une planification, orientée par une demande, mais peu réceptive aux aléas de l'offre.

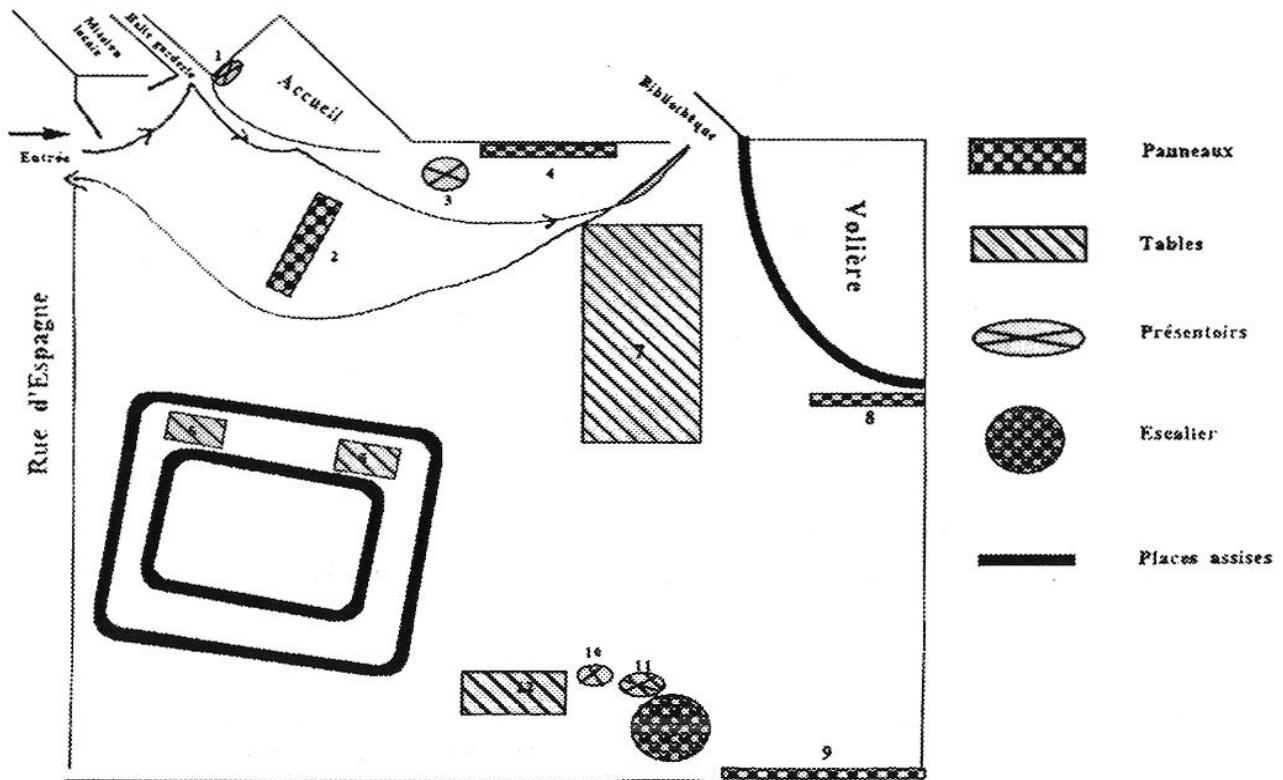
Cependant, un nouveau « produit » lui apparaîtra comme tel (« *Cela existe, cela me concerne, je peux me le procurer* ») et pourra susciter son intérêt dans deux cas :

1°) L'information en question présente une proximité thématique avec le rôle attribué au centre social, qui rend plausible et prévisible sa présence (assistantes sociales, informations concernant les animations de quartier...).

2°) L'information ou le service rendu renvoient à des espaces suffisamment identifiables (à l'intérieur du centre) et annoncés

3. OUTIN Jean-Louis et BARDAILLE N., *Les allocataires et leur caisse d'allocations familiales : l'accès aux prestations à l'épreuve des inégalités*, Paris, CNAF, 1992.

Exemple d'un parcours de fourmi



publiquement, soit par le centre social lui-même (affichage extérieur notamment), soit par des relais, mairie, médias de toutes sortes. Appartiennent à cet ensemble la permanence de la mairie, la halte-garderie, la mission locale (elle se fait aussi connaître en convoquant directement sa clientèle).

Selon cette logique, il est fort peu probable que la fourmi se fournisse en horaires de train, dont le lien de parenté avec un centre social reste éloigné pour ne pas dire incongru ; cette information SNCF partage l'espace d'une table avec la CAF et le Conseil général et n'est pas annoncée publiquement (aucune référence à la SNCF n'est faite ni à l'intérieur ni à l'extérieur du centre).

L'information spécifique d'une institution comme la CAF, pourtant cohérente avec un espace d'information sociale, peut, selon sa présentation, ne plus être prise en compte dans la méthode d'investigation de la fourmi. L'information de la CAF est ponctuelle (un événement, pas de régularité), éclatée en plusieurs espaces non signalés, alors que la logique d'approvisionnement de la « fourmi » repose sur la planification, la rationalité, la discipline et l'habitude. En l'absence d'un service CAF suffisamment

identifié (« *Voici quelles sont nos attributions* ») et identifiable (espace marqué, représenté physiquement), la fourmi négligera donc les informations écrites au profit de l'accueil, utilisé en quelque sorte par défaut.

Autrement dit, le déclencheur de l'information devra être écrit, rendu public (« *cela me concerne* » ou « *je connais ce produit* ») et le traitement devra être, lui, oral (« *Comment l'appliquer à mon cas ?* »).

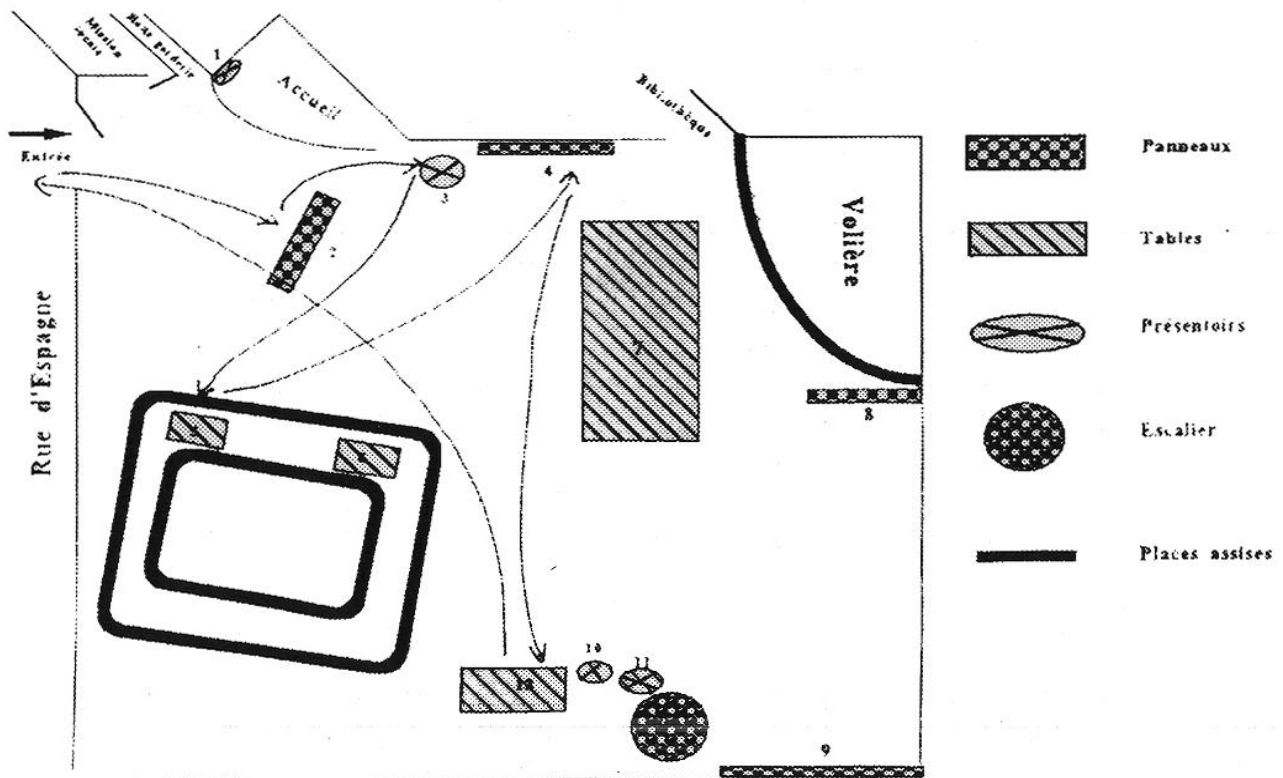
La fourmi prévoit quels seront ses besoins dans un proche avenir et s'enquiert de la manière dont elle peut se les procurer. Elle possède une connaissance moyenne du système, son apprentissage (des produits standardisés) demande à être soutenu par une relation humaine (échange oral). Elle s'apparente de ce fait à la famille des « usagers » sans que sa situation soit aussi instable que le laisserait entendre J.-L. Outin. Elle partage de ce point de vue un peu des qualités actives et anticipatrices des « citoyens ».

LA SAUTERELLE : IMPULSIVE ET OPPORTUNISTE

Un autre type de visite est celui de la « sauterelle ». Elle sait plus ou moins ce dont elle a besoin et se rend au centre social autant par nécessité que par goût. Pour illustrer son style, nous pourrions dire que, dans un centre commercial, il ne lui déplairait pas par exemple de visiter le rayon « ustensiles de jardin » même si elle habite au quinzième étage d'une tour. Sa curiosité est donc moins « calculée » que celle de l'« abeille ». Cette fois, plus question de méthode ou de discipline, elle fonctionne au *feeling*. Comme son nom l'indique, la sauterelle se déplace par bonds et son impulsion est générée par le degré d'attraction que lui inspire tel ou tel objet (fond ou forme, nous reviendrons plus loin sur cette distinction). Peu lui importe de traverser des espaces vides, en négligeant quelques rayons, ou de revenir sur ses bonds si un produit plaisant a attiré son attention.

La sauterelle semble peu préoccupée de sa situation. Elle est opportuniste plus que prévoyante et peut se rendre au centre social dans le seul but de lire les journaux ou parce qu'elle aura été convoquée (mission locale). Son but n'est pas d'améliorer son ordinaire, elle semble d'ailleurs ignorer que sa situation peut ouvrir sur certains droits, ce qui rappelle bien les difficultés de conversion d'un état à l'autre que nous évoquions précédemment. Elle semble difficilement faire le lien entre son cas particulier et la règle générale. S'il lui arrivait de repérer une information pouvant éventuellement la concerner, elle en demanderait

Exemple de parcours de sauterelle



immédiatement confirmation auprès de l'assistante sociale de l'accueil (« *J'ai vu [plus que lu] telle chose, cela me concerne-t-il, comment dois-je faire ?* »). Le traitement de l'information se fait par oral. La sauterelle se comporte en fait plus en spectateur (ouvert à l'offre) qu'en acteur. C'est pourquoi le visuel (écrit, images, couleur) sera préféré à toute autre source d'informations. À ce titre, elle ne se sentira ni plus ni moins concernée par un affichage présentant les animations de quartier ou l'allocation-logement.

C'est pourquoi il est difficile de prévoir son parcours. Son stimulus, le *feeling*, n'est pas lié, du moins en priorité, à un besoin ou à un principe d'« utilité » mais à une logique de répulsion/attraction. Le fond comme la forme de la « marchandise » prennent là toute leur importance : un titre ou un emballage « racoleurs » provoqueront autant de bonds.

« *J'ai d'abord vu la couleur... et puis le logo est attirant aussi, c'est pour ça que j'ai regardé.* »

« *Je ne sais pas pourquoi j'ai regardé ce panneau et pas d'autres. Aucune idée... Peut-être parce qu'il y avait des photos,*

des paysages. Les trucs qu'il y a dessus, les colonies, ça ne m'intéresse pas, je n'ai pas d'enfant, mais juste comme ça. »

Le comportement de la sauterelle appartient à l'ordre du spontané (contrairement à celui plus réfléchi de la fourmi ou de l'abeille) et est difficilement explicable pour un observateur extérieur ou l'acteur lui-même (« *je ne sais pas pourquoi* », « *c'est peut-être* »). Pourtant, rassemblant un nombre de parcours suffisamment éloquent, une amorce d'analyse des régularités apparaît. Tous les affichages ne sont pas aussi attractifs les uns que les autres.

Pour avoir quelque chance d'attirer la sauterelle, il est important que l'information soit repérable de loin : la taille des caractères doit être relativement importante et les illustrations, photos, dessins doivent avoir une signification, une résonance immédiates (paysage ensoleillé = vacances).

Il est également possible de jouer sur la présentation plus ou moins ludique, faisant intervenir le spectateur, lui offrant la possibilité d'agir, de découvrir et non plus de subir l'information. Faire tourner une colonne ou activer un panneau (comme on le ferait pour consulter une série d'affiches, gravures ou cartes postales) comporte un aspect « récréatif » et « créatif » (l'individu crée son information en décidant de n'en découvrir que tel ou tel aspect) susceptible d'attirer l'attention. Ce type d'information est disponible totalement si – et seulement si – le « consommateur » en décide ainsi. Il existe donc, sous cet angle, une sorte de « contrat » unissant l'allocataire potentiel et l'information : l'un n'existe qu'avec le concours de l'autre.

La sauterelle partage avec la fourmi, en plus accentué, le nécessaire recours à l'oral et la traduction par un intermédiaire de la règle générale vers son cas particulier. En revanche, elle ne prévoit ni ne planifie son avenir. De plus, n'ayant qu'une vision parcelaire, découpée de l'information, elle éprouve quelques difficultés à comprendre le système de prestation comme un processus (de la demande de dossier à l'obtention éventuelle d'allocations). Elle participe de ce fait à la fois de l'« usager » et de l'« exclu ».

LA CIGALE : SPONTANÉE ET IMPRÉVOYANTE

À l'instar de sa cousine la « sauterelle », la « cigale » n'a aucun souci de prévoyance ou de projection. La visite au centre social est motivée par un besoin urgent que l'on compte satisfaire immédiatement sans se demander si par la même occasion, il ne serait pas souhaitable de penser aux mauvais jours et de

prévoir quelques provisions supplémentaires. La grande surface est ici utilisée comme un distributeur spécialisé : on y vient chaque matin acheter sa baguette. S'il s'avérait nécessaire de se procurer deux informations le même jour, l'un serait provisoirement (ou définitivement) relégué au profit de l'autre. Voici à ce sujet la restitution d'un extrait d'entretien :

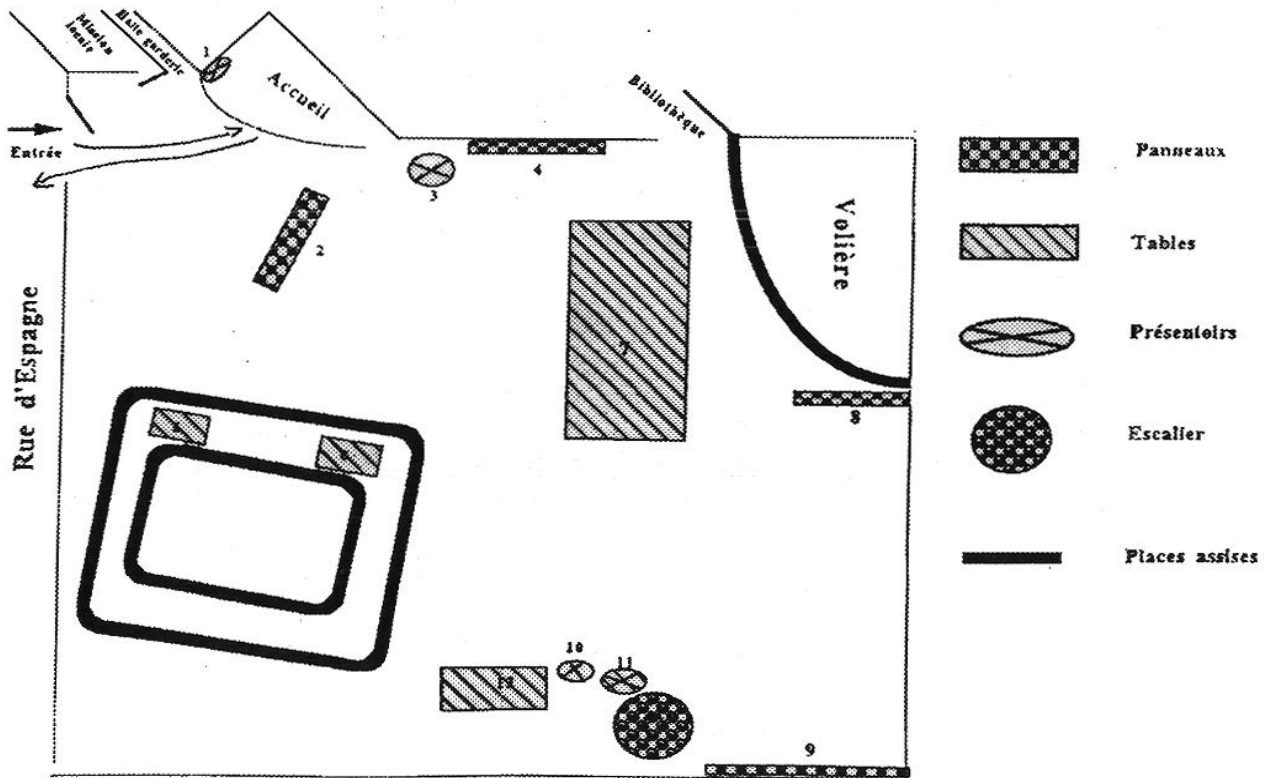
« Je venais me renseigner pour une nourrice. Je viens jamais ici mais c'est parce que là je viens d'avoir un enfant en adoption. C'est la première fois que je viens parce que avant j'étais à la bibliothèque. Mais maintenant j'y vais plus. »

C'est ainsi que le besoin d'une nourrice a évincé l'appétit de culture et a fait disparaître du centre la bibliothèque qu'elle a pourtant fréquentée : *« C'est la première fois que je viens. »*

Tout comme pour la fourmi, il est bien difficile d'intervenir. Rien ne l'intéresse en dehors de ce pour quoi elle est venue. Ses déplacements étant fort réduits (et d'autant plus fréquents), sa connaissance des « rayons » ne peut être que progressive et non-cumulative (on ne peut connaître deux rayons à la fois, la bibliothèque et les informations concernant une nourrice). Elle vient dans un centre social pour répondre à un besoin immédiat. C'est l'urgence de la situation qui la fait se déplacer. Elle s'est rendue compte au dernier moment de ce qui lui manquait. Elle s'en est allée donc sans plus attendre voir le centre social, son voisin, pour lui demander si, par hasard, il n'aurait pas cette information ou plutôt cette aide. De fait, la cigale utilisant le centre social comme un service de proximité s'adresse le plus souvent à l'accueil — stratégie centrée sur la demande : *« Voilà ce qui m'arrive, vous n'auriez pas... ? »* Peu compétente en ce qui concerne le déchiffrement de l'information, les produits standardisés (écrits, panneaux, etc.) n'ont aucune chance de lui convenir. Les attributions exactes de l'accueil ou des services voisins ne sont pas nécessairement connues ou respectées. Tout comme on peut aller chez l'épicier « du coin » lui demander s'il n'aurait pas « un petit bout de pain », on peut aller voir l'assistante sociale de l'accueil pour lui demander de remplir les papiers de « la sécu » ou de « maquiller » une feuille de déclaration de ressources (*« Si, j'ai travaillé, mais comme je ne l'ai pas dit aux allocations, il ne faut pas que je le mette, hein ? »*).

La cigale est donc la moins réceptive aux informations écrites. L'oral (déclenchement et traitement de l'information) est son domaine (*« vous chantiez ? »*) et « au jour le jour » sa devise, sans considération aucune pour les faiseurs de bise ou de mau-

Exemple de parcours de cigale



vais temps, avec une préférence pour les « généralistes » (en l'occurrence l'accueil) plus aptes à la renseigner (décoder l'information), à l'orienter ou le cas échéant à se substituer à elle (faire les démarches à sa place). Elle entretient donc avec son « généraliste » des relations très personnelles (au-delà des attributions de celui-ci) et suivies. Elle aussi, comme l'abeille, souhaite se laisser guider mais ici, il ne s'agit plus de rapport didactique, rapport de mise en parenthèse provisoire de sa capacité autonome de personne : il s'agit d'une demande pédagogique, c'est-à-dire de prise en charge complète, d'un rapport de type de celui de l'enfant que l'on maintiendrait abusivement, sans fin, dans ce que les travailleurs sociaux appellent en la craignant, l'assistance. Toutes ces caractéristiques font que la cigale appartient résolument à la famille des « exclus ».

À noter que les usagers peuvent former des couples, des « équipes » dirait Goffman et, dans ce cas, les styles de l'un et de l'autre peuvent se combiner ou entrer en conflit. L'accompagnateur peut être un ami, un enfant ou un conjoint. Si chacun a sa propre personnalité (abeille, fourmi, cigale ou sauterelle), l'un peut influencer sur l'autre ou du moins le faire dévier de son parcours.

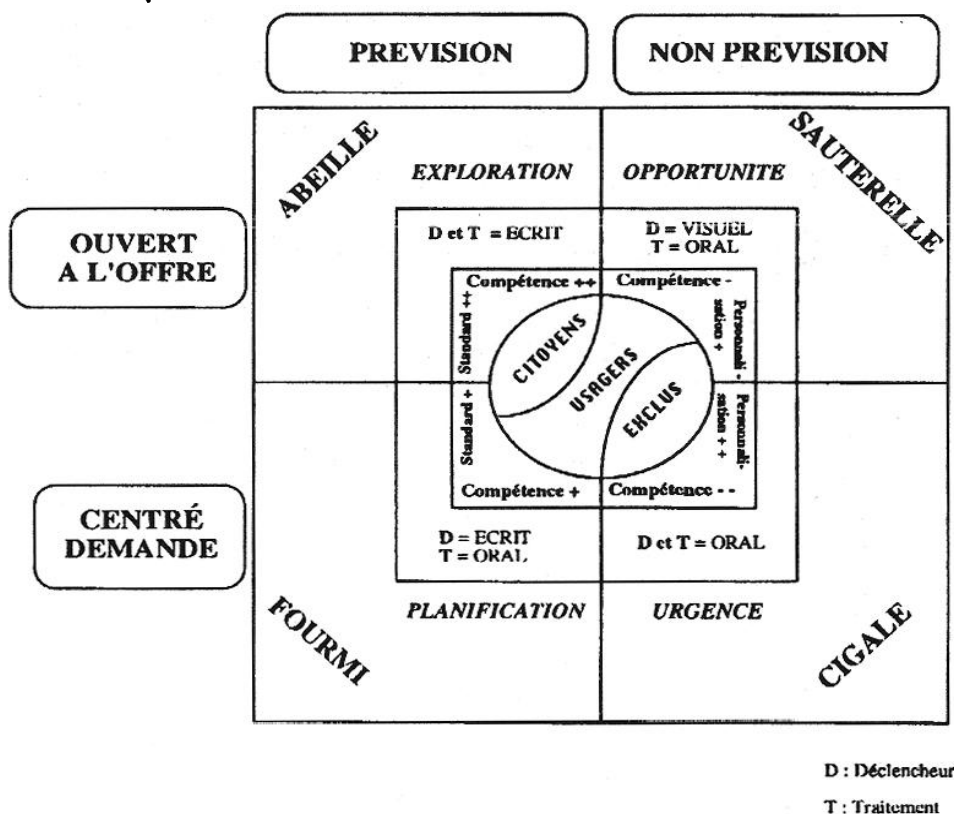
EXEMPLE D'ÉQUIPE : LA FEMME ET L'ENFANT

La femme (de tempérament cigale) vient chercher son enfant à la halte-garderie. Mission accomplie, elle se dirige vers la sortie. Lui, plutôt sauterelle, se précipite en deux bonds, trois mouvements vers la volière. La cigale attend patiemment son bambin (près de la porte de sortie) qui, attiré par l'irrésistible couleur bleue des fiches horaires SNCF, s'en empare et tel un cadeau les offre à sa maman. Elle contemple à son tour ce fabuleux présent et l'empoche. La morale de cette histoire ? Faire en sorte de mettre des sauterelles à disposition des cigales dans les centres sociaux paraît bien peu faisable. En revanche, ne pas ignorer le côté ludique de l'information (à la fois par le décor du centre social et la présentation des dépliants) semble avoir une incidence sur le comportement des sauterelles en particulier (comme nous avons pu le constater) et des enfants en général qui, même s'il ne faut pas trop exagérer ce point, peuvent être des « relais » ou des vecteurs possibles de l'information.

LES PROPRIÉTÉS DE CHAQUE STYLE DE PARCOURS

L'abeille	— prévoit à court terme et à long terme — est ouverte à l'offre (exploration) — est compétente (déchiffre seule l'information sociale et agit) — préfère les informations écrites transportables. <i>Limites</i> : l'abeille est habituée aux messages complexes (l'accroche visuelle ne lui est d'aucun secours) et ne fait pas partie des publics défavorisés.
La fourmi	— prévoit à court terme (planification) — est peu ouverte à l'offre (le produit écrit ou visuel doit être annoncé publiquement sans quoi elle préférera les sources orales) — est compétente mais demande à être initiée oralement en cas de nouveaux besoins.
La sauterelle	— est incapable de prévoir (opportuniste) — est ouverte à l'offre dans la mesure où l'information présente un intérêt visuel — est peu compétente (fait difficilement le lien entre son cas personnel et la règle générale), a recours à un traitement oral de l'information.
La cigale	— vit dans l'urgence — utilise une stratégie centrée sur la demande — utilise uniquement les sources orales (besoin de relations personnalisées) — n'a aucune compétence en ce qui concerne le traitement de l'information sociale (elle se repose sur les travailleurs sociaux).

Tableau récapitulatif



COPRODUCTION DU SERVICE ET TRADUCTION DES DEMANDES D'INFORMATION

Les styles que nous avons construits à l'observation demanderaient sans aucun doute validation statistique sur des contextes plus variés ou plus nombreux : cependant, pour parvenir à ce traitement, il serait nécessaire de décomposer toutes les pratiques en indicateurs, exploitables indépendamment des situations et des observateurs.

La diversité des comportements d'acquisition d'information apparaît dans tous les cas. Les populations qui fréquentent des espaces d'information sociale sont certes hétérogènes mais se caractérisent dans leur majorité par la prédominance de l'oral et de l'image dans la quête d'informations au coup par coup, sans maîtrise de la langue administrative : ces propriétés justifient sans nul doute un retournement de la position des émetteurs vers la prise en compte de ces styles particuliers d'usages des espaces d'information. La combinaison de ces usages hétérogènes pose immédiatement tant de problèmes qu'elle brise

l'évidence de « l'information pour tous », qui masque souvent celle de la rationalité purement administrative. Pour le service public, mutation de langues, de vecteurs de communication et mutation des points de vue sur les publics deviennent des exigences lourdes d'une remise en cause du lien de l'État avec les « défavorisés », qui ne soit plus contrôle de populations dangereuses, assistance providentielle, comblement d'un manque ou d'un vide culturel ou technologie comptable de la redistribution.

Le passage au *service* présuppose une compréhension des logiques pratiques de ces acteurs, « simples visiteurs » d'un centre social par exemple, mais en fait coproducteurs⁴ de l'information, à travers leur travail d'interprétation en marche (au sens propre !). La position habituelle de *diffusion* d'informations qui s'appuie sur un échange inégal (l'un ne sait pas) doit être ainsi remise en cause. Plus encore, c'est l'idée même que le public des institutions sociales manifesterait une demande explicite d'informations qui doit être interrogée. Les plus démunis ne parlent que de leur situation, (leur séparation, leur perte d'emploi, leur manque d'argent, etc.). Pour certains, cette situation est tellement lourde à porter ou tellement intériorisée qu'il leur devient difficile de concevoir même l'expression d'une demande d'aide. Il faudra donc faire subir à cette situation plusieurs mises en forme⁵, plusieurs processus « d'in-formation » qui n'ont guère à voir avec la simple diffusion.

La première *conversion* à laquelle l'information sociale doit parvenir consiste à faire passer une personne en difficulté d'une « situation » à une demande, en suscitant chez elle un désir d'information (ou une demande quelle qu'elle soit). Pour cela, le travail de *sensibilisation* sera essentiel et reposera sur des formes de communication particulières inspirées certes de la publicité mais adaptées à des populations dont les acquis scolaires et les traditions culturelles limitent l'accès à une information écrite complexe.

Une fois cette demande formulée, que l'on pourrait résumer par l'expression, du point de vue du demandeur, « *ça existe, ça me concerne* », il conviendra encore d'effectuer une nouvelle conversion, une traduction de cette demande imprécise, non validée par l'institution, en un droit analysé, confronté aux règles

4. JOSEPH Isaac, « La relation de service. Les interactions entre agents et voyageurs », *Annales de la recherche urbaine*, sept.-oct. 1988, n° 39, pp. 43-55.

5. THEVENOT Laurent, « Les investissements de forme », *Conventions économiques*, Paris, CEE-PUF, 1986, pp. 21-71.

et considéré comme conforme. À ce moment de la chaîne de transformations, le demandeur peut se dire : « *J'y ai droit* ».

Pour cela, il a fallu se déclarer, énoncer ses particularités d'état civil, de conditions de logement, d'itinéraire personnel, pour être certain de correspondre aux multiples critères qui doivent filtrer les demandes. Cette correspondance, ce travail de mise en équivalence fait appel bien entendu à d'autres médias que ceux mobilisés dans la phase de sensibilisation, puisqu'il s'agit de textes, de tableaux, de droits, de calculs éventuellement. Elle constitue une *explication* du droit pour un cas particulier, relevant en fait d'une véritable casuistique.

Enfin, car les transformations ne s'arrêtent pas là, le droit établi potentiellement doit encore se transformer en prestation effectivement perçue. Pour cela, il sera nécessaire de remplir un dossier, de faire toutes les démarches obligatoires, de se déplacer, etc. À ce moment, l'information utile n'est plus du même ordre, il s'agit plutôt d'un *mode d'emploi* des démarches administratives. La moindre difficulté (éloignement, indisponibilité, mauvais numéro de téléphone), peut dans le cas des populations en difficulté se transformer en facteur d'abandon de la procédure. Parvenir à ce que la personne en difficulté puisse se dire dès le départ « *je sais comment faire, je le fais et j'obtiens l'aide demandée* » n'est pas si simple.

Cette présentation « transformiste » de la chaîne d'information déjà réalisée pour l'activité scientifique par B. Latour ⁶ rend compte du dialogue conflictuel qui peut se nouer en permanence entre les interlocuteurs.

Le repérage précis des styles de négociation et des phases de transformation de la demande (et du demandeur) est la condition de succès de ce service public, qu'il s'appuie sur des documents écrits, des espaces d'information ou des médiateurs humains.

Dominique Boullier
Véronique Vasseur

6. LATOUR Bruno, « Le "pédofil" de Boa Vista ou la référence scientifique », *La clef de Berlin et autres leçons d'un amateur de science*, Paris, La Découverte, 1993.